Document generated on 04/16/2025 9:26 p.m.

Liberté

Physiologie de la chanson 1966

Luc Bérimont

Volume 8, Number 4 (46), July–August 1966

Pour la chanson

URI: https://id.erudit.org/iderudit/30055ac

See table of contents

Publisher(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (print)
1923-0915 (digital)

Explore this journal

Cite this article

Bérimont, L. (1966). Physiologie de la chanson 1966. *Liberté*, *8*(4), 4–12.

Tous droits réservés © Collectif Liberté, 1966

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

https://www.erudit.org/en/

physiologie de la chanson 1966

Moins que jamais nous ne savons ce qu'est *"la chanson"* qui — comme tout organisme vivant — se transforme, évolue, déconcerte, se moque des définitions, et ne laisse qu'une coquille vide là où l'on s'attendait à trouver un bernard-l'ermite.

Larousse se tire du traquenard en énonçant : *"pièce de vers frivole ou satirique que l'on chante; en France, tout finit par des chansons."* Voyez-vous cela, l'heureux peuple !

Nous savons, nous, hommes de la seconde moitié du XXème siècle, que le mot désigne tour à tour un poème, une marchandise, un pamphlet, une danse, une mauvaise action, du folklore, du chant choral, un chromo, de l'instrospection, de l'humour, une marche militaire ou une polissonnerie, sans préjudice de quelques autres genres que j'oublie. *Chanson,* cela dit tout et rien. De nos jours, Brassens et Trenet sont des *chanteurs* au même titre que Guétary et Enrico Macias. Hélène Martin est une *chanteuse* au même titre que Dalida. Dans le passé, Mayol et Bruant, Georgius et Jean Tranchant, ont été désignés sous le même vocable de métier. Je sais bien que l'on appelle *"poètes",* par facilité, Sully Prudhomme, Catulle Mendès et Rimbaud — par exemple. La poésie s'adresse à des connaisseurs, des initiés, qui ont vite fait de rétablir la perspective et de restaurer la justice. D'autre part, la poésie se consomme froide, les fourneaux du siècle éteints. La chanson s'avale sur le pouce, brûlante, baignant dans la sauce du moment.

Pour désigner cette activité multiforme, polyvalente, floue dans sa richesse, il convient donc de recourir à une définition réalis-

te, brutale dans son exactitude, mais qui contient toutes les acceptions ci-dessus mentionnées : *la chanson est une industrie.*

Deux raisons concourent à cet état de choses :

a) la chanson rapporte des droits d'exécution à ses auteurs et à ses éditeurs chaque fois qu'elle est interprétée dans un lieu public, chaque fois qu'elle est véhiculée par la Télévision, la Radio ou le Cinéma.

b) son "conditionnement" idéal est le disque microsillon qui permet, — sous un faible poids, un faible encombrement, — le transport des "paroles gelées", assorties de musique, dont rêvait déjà Rabelais, et de les stocker à pied d'oeuvre, c'est à dire au bas des antennes, dans les cabines de son, d'où part à notre époque toute vague (ou vogue) de quelque importance.

Trente-cinq millions de disques sont vendus annuellement, en France. Sur ces trente-cinq millions de 30,25 et 17 centimètres, *trente millions sont des disques de chansons.*

Un chanteur à la crête du succès, qui vend ses huit millions de disques bon an, mal an, dépend (qu'il le veuille ou non) d'un Ministre de tutelle qui est celui de l'Industrie. Sa position sociale est équivalente à celle d'un Président-Directeur-Général de première grandeur. Sa "gloire" provient non seulement du fait qu'il inonde les marchés extérieurs et intérieurs, qu'il fait rentrer des devises, mais encore de ce qu'il assure la promotion des classiques, de Bach, Mozart, Beethoven, que sa maison de disques ne pourrait rééditer s'il n'était leur *locomotive !*

Disposant de moyens aussi considérables, une industrie devient totalitaire : c'est dire qu'elle ne reflète plus l'opinion, mais qu'elle la créée; qu'elle impose ses décisions et ses infrastructures. Qu'elle détermine des options et les fait prévaloir à la suite d'études de marché comme les spécialistes ont maintenant l'habitude d'en réaliser pour les marques.

Première question : *à quelle masse d'acheteurs en puissance impose-t-on le plus sûrement ses choix ?*

Réponse : les jeunes sont le plus malléables et n'offrent que peu de résistance aux manoeuvres de la publicité.

Question : *que désirent les jeunes ?*

Réponse : lutter contre la solitude des foyers à télévision familiale en se réunissant, en criant, en hurlant, en dansant, en frappant des pieds et des mains. Aussi sûrement que la civilisation des détersifs donne les "beatnicks" qui ne se lavent plus, l'anonymat mécanisé des métropoles engendre les masses "yé-yé" de la Bastille ou du Palladium.

Question : *les jeunes ont-ils de l'argent ?*

Réponse : ils détiennent une masse d'argent énorme. En France, 5 millards par an, pour ceux âgés de 15 à 20 ans. Cinq cents millions pour les moins de quinze ans. De plus, le développement démographique fait qu'ils sont plus nombreux chaque saison.

Muni de ces données de base inappréciables, le commerçant se demande comment faire passer l'argent des tirelires à son tiroir-caisse ? Il fabriquera des disques de rythme, c'est certain. Pour que l'illusion soit complète, il ira jusqu'à recruter ses "artistes" dans cette nouvelle couche sociale, à peine promue, et qui devenant cliente devient reine.

L'agenouillement, la bassesse des puissances d'argent face à un nouveau marché à conquérir, ne connaissent guère de bornes. La plus vile flagornerie, les plus hypocrites invites, sont les armes employées par le loup aux mâchoires aurifiées pour séduire le Petit Chaperon Rouge à galette et à pot de beurre. Déjà, aux postes de commande, le directeur commercial a pris le pas sur le directeur artistique. Déjà, sur les antennes et les "étranges lucarnes" un amateurisme pitoyable s'est substitué au don et au métier. Le règne des *Idoles* commence. Idoles ? De quoi parlons-nous ? Dieu est mort. Les dieux vivants sont descendus dans les boutiques, dans les miroitantes hosties noires qui tournent en éructant des borborygmes. Cette idolâtrie comporte plusieurs des aspects répugnants dénoncés dans les cultes en usage : on n'embrasse pas les ossements, mais on porte une espèce de scapulaire contenant un morceau du costume de scéne du "numéro I". On ne se couvre pas la tête de cendres, mais on révère un morceau de bois ayant fait partie du *vrait lit* où s'étendit un soir le nouveau messie. Or, chacun n'*idolâtre* que soi, puisque chacun ressemble — intérieurement et extérieurement — au modèle qu'il s'est choisi : même coiffure, même langage, même vêtement, mêmes manières : l'assimilation physique conduit, plus sûrement que toute autre chose, à l'achat des disques

d'une vedette par les intéressés ! Sans compter que le client, lui aussi, peut devenir "idole" avec un peu de chance. Les concours sont ouverts. On recrute. La tenue de scène, les gestes, ne sont plus d'aucune utilité. Les mains sont occupées par la guitare. La voix, la présence phonographique, sont l'affaire des chambres d'écho, des ingénieurs du son.

Bientôt, dans ce tourbillon artificiellement créé, dans cette ambiance, on parvient à ce que 70% de la production phonographique française totale soit consacrée aux variétés "jeunes". Une fois de plus le *marketing* a payé. Sept jeunes sur dix se mettent à consommer une marchandise qu'ils estiment à leurs mesures (et qui l'est par certains côtés, si l'on accepte de ne pas tenir compte du viol de personnalité que représentent les moyens mis en oeuvre).

Les spécialistes, — dont il faut admirer la science, — sont parvenus à *humaniser* ce qu'était autrefois "la star" en la descendant de son écran de cinéma, de son ciel. Ils l'ont amenée à la foule. En faisant qu'elle ne soit plus inaccessible comme l'étaient Valentino, Garbo ou Marlène, ils ont réussi un transfert, dit : "non seulement la vedette est comme vous, pareille à vous. Elle a votre âge, votre voix, vos manies. Mais encore, vous pouvez l'acheter, l'amener chez vous, la *posséder* tel un objet, l'obliger à chanter pour vous à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit". Le passage s'est ainsi opéré de l'écran au disque; ceci est tellement vrai que les rédacteurs en chef des journaux de cinéma ne cessent de rogner sur les pages des acteurs de l'écran pour consacrer leurs colonnes aux célébrités du disque, et que les vedettes de cinéma viennent *toutes* à la chanson, — même quand le résultat est pitoyable. Parallèlement, les vedettes de la chanson passent au cinéma. C'est là une constatation qui met directement en cause les supports de la civilisation audio-visuelle dans laquelle nous sommes engagés. On voit que, quand on parle *chanson,* on remet les sociétés en cause. La "frivolité" de Mr Larousse cache des surprises sous ses dentelles.

*

* *

Les véhicules de l'information et de la culture sont ce qui importe, — même si les nôtres ont pour principal souci de passer des messages publicitaires, en subordonnant l'efficacité de ces derniers à la vulgarité de la parade.

Du tam-tam au conteur public, du menestrel aux troupes de comédiens ambulants, la culture et l'information (souvent indissociables) ont erré sans feu ni lieu, à la recherche d'audiences de hasard.

On ne parle pas encore de "chanson" à ce stade. La chanson n'existe pas. Les airs et les paroles véhiculent l'histoire quotidienne, mêlée à la légende. Que l'on prenne les aèdes, les troubadours, n'importe quel *ancien* du métier, la perspective ouvre sur un domaine que l'on ose à peine nommer aujourd'hui, et qui n'est autre que *la poésie.*

Avant l'invention de l'imprimerie, la poésie circulait de bouche à oreille. Au long des siècles, elle se transmettait par le murmure des mots, auquel s'associaient les musiques. En un mot, la poésie était *toujours* chantée. Orphée nous est montré, une lyre à la main. Gutenberg, en donnant l'essor à la culture d'idées, à la civilisation expérimentale, est arrivé à engluer les mots du poème sur une page, à faire de la poésie — jusqu'alors force circulante et libre — une prisonnière de l'encre et des bibliothèques. La poésie, qui, jusqu'au XVIème siècle appartenait au peuple, à sa respiration, est peu à peu devenue un trésor réservé, un bien pour agrégés et intellectuels. Une curiosité de bibliothèque. La "cérébralisation" que lui ont fait subir les poètes eux-mêmes, plus attentifs à la disposition des mots par rapport au blanc du papier qu'à leur devenir sonore, aidait à aggraver la crise. Il y a quelques années encore, la poésie n'avait plus de voix, son usage était réservé à ce que l'on appelle improprement *les élites.* Qui chantait Aragon ? Qui chantait Eluard ? Qui chantait Supervielle ou Cocteau ? Or, n'importe quel poète, jusqu'à Ronsard, circulait dans la rue sur le luth ou la vielle. Ceci à telle enseigne que les règles de la prosodie, celles du poème à forme fixe, les muettes, la césure, les rimes féminines et masculines alternées, n'ont été codifiées ainsi que par le souci de ce que les auteurs actuels de textes à mettre en musique appellent *"faire carré",* c'est-à-dire : penser au compositeur en écrivant.

A présent, un certain courant — celui de la poésie chantée — renoue avec la tradition, revient aux sources. Louis Aragon, *en deux ans,* après la mise en musique de ses poèmes par Ferrat, Brassens, Ferré et quelques autres, a vu augmenter de *1 million* les lecteurs de sa poésie ! Le disque peut donc, à l'autre extrémité

de la chaîne, devenir véhicule de culture et de poésie ? Cette vérité paraît incontestable. Demandons nous, par la même occasion, pourquoi une civilisation de l'image et du son serait inférieure dans son essence à une civilisation de l'idéogramme ou du caractère imprimé ? *L'agora,* c'est d'ores et déjà l'écran de télévision. La lyre d'Orphée, qui rend liberté et vie aux mots des poètes, pourquoi ne serait-ce pas la chanson, avec sa force d'impact, les atouts qu'elle offre pour la mémoire ?

Cette idée, qui est toujours celle de l'abolition des privilèges, fussent-ils de culture, heurte les préjugés enracinés, qui sont ceux des *biens de l'esprit.* Chez les commerçants, marchands de *tubes* ou de *saucissons* encore mal informés des possibilités de ce marché nouveau, elle suscite la stupeur.

On sait que les fleuves, dont on cherche à détourner le cours — mûs par on ne sait quelle mémoire profonde — se souviennent des pays traversés et reviennent à leur ancien lit. Ainsi en est-il de la chanson des poètes. Des pamphlétaires de tavernes eurent beau saccager le tronc commun *poésie-musique* en fabriquant des couplets de circonstances, en "chansonnant" les clans et les puissants. Des habiles eurent beau s'emparer du courant détourné pour y faire naviguer leurs esquifs, la chanson s'est toujours souterrainement souvenue de la poésie, dont le cours reste sous-jacent pendant trois siècles pour resurgir (ô ironie !) en pleine époque yé-yé, en un temps où les guitares de l'Apocalypse brûlaient le terrain, purifiaient au lance-flamme, permettaient au fragile rameau de la parole inspirée de refleurir. Certes, la circulation de la poésie ne s'est pas interrompue pendant trois cents ans. On a chanté, et on continuera de chanter, des chefs d'oeuvres du folklore, tels que LA BLANCHE BICHE, LE ROI RENAUD, A LA CLAIRE FONTAINE, AUX MARCHES DU PALAIS. Aux pires époques du *caf'conc',* Bruant, Pierre Dupont, Delmet, Yvette Guilbert, sauvaient l'honneur. Mais il fallut attendre Mireille, Jean Tranchant, Gilles et Julien, Marianne Oswald, Charles et Johnny, pour atteindre aux premières couches d'air pur.

On a pour habitude de dater le sauvetage de la chanson de l'apparition de Trenet. Sans compter que Charles et Johnny, c'était déjà lui, Trenet lui-même se reconnaît des devanciers : "*Je n'ai fait qu'apporter,* dit-il, *ma modeste contribution lyrico-champêtre au genre créé par Mireille et Jean Nohain.*" Belle honnêteté de vrai riche.

Par la suite, il y eut la guerre. Nous eûmes les chansons que Thiriet écrivit pour LES VISITEURS DU SOIR. Thiriet, c'était déjà Prévert. Prévert, c'était déjà Kosma. Il y eut Gréco, Mouloudji, Montand, les Frères Jacques. Saint-Germain-des-Prés instaura l'esprit nouveau, inventa *"la chanson rive gauche"*. Sartre, Queneau, Fombeure, se mirent à écrire des paroles tout exprès. On s'aperçut que Mac Orlan, Giraudoux, Mauriac, Genêt, Desnos, Audiberti, Aragon et vingt autres étaient aimés de la musique, que les mots de leurs poèmes flottaient avec une aisance admirable au gré des mélodies, qu'ils en recevaient une espèce de force fluide, obsédante, chaleureuse. Léo Ferré applique la formule à Baudelaire, avant de l'essayer sur Aragon, puis sur Verlaine et sur Rimbaud.

Un soir, à Montmartre, au Théâtre des 3 Baudets, un poète venu du Canada entra seul en scène avec sa guitare et dit les mots qui lui sortaient du sang; il parla de ses forêts, de ses neiges, de ses voyages, de ses lacs. Il s'appelait Félix Leclerc. Il était le premier à oser venir défendre ainsi les mots de son patrimoine intérieur. Son succès ouvrit la route à des jeunes gens qui se nommaient Brassens, Béart, Brel, Douai, Ferrat. Il annonçait Hélène Martin, Barbara, Anne Sylvestre, Catherine Sauvage, Béatrice Arnac, Monique Morelli, Marc Ogeret, Claude Léveillée, Francesca Solleville, Michel Aubert, James Ollivier, Claude Vinci. Des plus jeunes, tels que Lise Médini, Henri Gougaud, Jean Vasca, Henri Tachan, Georges Chelon, Jacques Marchais, Jean Arnulf, Francis Livon, et j'en passe. Tous ceux-là, que je viens de nommer, ne chantent pas systématiquement des poèmes. Disons qu'ils intégrent des poèmes à leur tour de chant, toujours fait d'exigence et de lucidité. Ceux-là, et ceux de leur tendance, représentent du reste la chanson française 66, *la vraie,* encore que la qualité à laquelle ils s'astreignent enferment certains d'entre eux dans une espèce de ghetto. Les éditeurs, peu accoutumés à cette évolution qui s'accomplit en profondeur, à leur insu, et qui change les structures, ne les jugent pas assez avilissants, pas assez vulgaires, pas assez bas pour le profit; inaptes à la commodité digestive.

Au lendemain de l'écroulement du yé-yé, le tronc de la chanson donne de nouveau deux rameaux : le commercial de qualité (où ce que l'on appelle ainsi) et cette chanson dite parfois *"poétique"*, parfois *"de texte"*, qui est seule à ne pas décevoir.

On pouvait croire que cette dernière tendance profiterait de l'écroulement du temple artificiel, qu'elle gagnerait son procès, qu'elle serait entendue du grand public dans le silence qui succéderait au tumulte des écoutes montées à mort. Il n'en est rien. Il faut être bête comme un idéaliste pour s'imaginer que ceux dont le souci est de faire de l'argent vont connaître leur Pentecôte et trouver leur révélation du beau en changeant leur fusil d'épaule. Désormais, les tenants du "*commercial de qualité*" chantent des paroles, et même on comprend ces dernières. Sans doute est-ce parce qu'on les comprend que l'on se demande si les syllabes en bouillie ne valaient pas mieux, en fin de compte ! Les plus indulgents disent que la chanson est multiple, et qu'il y a de la place pour tout le monde, pour toutes sortes de musiques, toutes sortes de paroles. Dans ce domaine comme dans les autres, les modes passent. Une tendance commerciale prolonge une autre, ou lui succède. Il n'en reste pas moins vrai que cette force circulante, environnante, tentaculaire, qui s'est appropriée tous les moyens modernes de l'information et de la propagande, qui s'immisce dans notre existence quotidienne par les moyens de la Radio, de la T.V., du disque, du juke-boxe, qui entre dans nos oreilles de gré ou de force, quelque soit notre âge ou notre milieu, qui agit sur nous insidieusement, par la bande, comme la publicité, est un des leviers du monde moderne avec quoi il faut maintenant compter. Bob Dylan l'a bien compris, en Amérique, qui se sert du folk-song pour la propagande politique, qui entraîne des dizaines de milliers d'étudiants derrière lui. Soeur Sourire, et dix religieux, ont essayé d'en faire l'échelle du ciel. En ce temps où l'on ne cherche plus des amateurs, mais des *fans,* plus une audience, mais un *marché,* plus des individus mais des *consommateurs,* on peut dire, sans crainte d'exagérer, que l'usage imprudent que l'on fait de la chanson met la sensibilité de notre époque en cause et que nous sommes tous — intellectuels ou non — soumis, à la même érosion, plongés dans le même bain sonore. Ingérer de mauvaises nourritures empoisonne le corps tout entier. Il n'est plus question, à ce stade, de distinguer entre les couches sociales ou intellectuelles : les échappements de voitures intoxiquent tous les citadins, qu'ils soient au volant d'une Rolls ou d'une 2 CV. Ainsi nous sommes concernés, menacés par les options prises en notre nom, à notre insu, à notre place, par ceux qui imposent à l'époque la pire dictature qui soit : celle de la facilité pour, et par l'argent. Tout cela, qui conduit finalement à l'acceptation du désordre établi, prolongé

sous le couvert de l'usage et des lois, amène à pousser un cri d'alarme. Le problème est d'une importance primordiale. Il a une dimension sociologique.

N'importe qui, actuellement, peut programmer n'importe quoi, *matraquer* du couplet, éditer disques et formats, en faire l'usage qui lui convient ou qui grossit son compte en banque. Les antennes de Radio, de grande écoute, sont à cet égard révélatrices. Que devient un adolescent, livré à cette jungle sonore, à ce grouillement sournois d'intérêts ? Il apprend à devenir ce qu'on attend de lui, adulte : un acheteur passif, démissionné. Un élément de la masse anonyme. Le décervelage ubuesque est commencé. Mozart enfant est assassiné tous les jours *"et fait ses joies les plus hautes de musiques pourries"*(1)

Faut-il laisser la chanson jouer impunément les fourriers de ce monde sans âme et sans conscience ? Faut-il suivre Mr Larousse sur le terrain de sa "frivolité" ?

LUC BÉRIMONT

(1) Saint-Exupéry — TERRE DES HOMMES — N.R.F. Edit.