

**BARBARA LEBRUN**



**DALIDA**  
**MYTHE ET MÉMOIRE**

**LE MOT ET LE RESTE**



BARBARA LEBRUN

DALIDA  
MYTHE ET MÉMOIRE

LE MOT ET LE RESTE  
2020



# UNE CHANTEUSE POPULAIRE



« BAMBINO »,  
À BOBINO, 24 AVRIL 1957



Dalida enregistre « Bambino » en novembre 1956, mais une dizaine de versions circulent déjà depuis l'été. En février 1957, son disque entre au hit-parade, et la voilà en avril qui fait sa première télévision, depuis la scène du music-hall parisien Bobino. Seule Italienne à interpréter ce titre évoquant l'Italie, elle mise à fond sur cette identité. Son bustier

valorise sa peau bronzée, ses cheveux noirs en chignon laissent voler quelques boucles sur le front. Aux premières notes du piano, elle s'anime. Mordant sa lèvre inférieure, elle regarde la caméra droit dans les yeux, fait signe au spectateur d'approcher, puis cligne de l'œil, la bouche entrouverte, lance la tête en arrière. La pin-up malicieuse est sûre de son effet. Une star s'est inventée.

« ITSI BITSY, PETIT BIKINI »,  
TOUTE LA CHANSON (RTF), 3 OCTOBRE 1960



Dans un décor de plage avec parasols, transats et cabine de bain, Dalida apparaît en pantalon et chemisette, ses longs cheveux séparés en deux couettes. Sautillante, les épaules rentrées, elle s'agite sans arrêt sur le rythme guilleret de la chanson, et l'animatrice Jacqueline Joubert la félicite pour son rôle de médiatrice

culturelle, rendant intelligible aux Français les paroles d'une chanson américaine. Trois mois plus tard, Richard Anthony sort un Scopitone en couleur de cette même chanson, où une jeune femme en maillot deux-pièces fait le strip-tease que promettaient les paroles. Une star est dépassée.

« LES GRILLES DE MA MAISON »,  
PALMARÈS DES CHANSONS (1<sup>re</sup> CHAÎNE DE L'ORTF),  
8 JUIN 1967



Pour sa première télévision depuis sa tentative de suicide trois mois plus tôt, Dalida arrive sur le plateau en traversant les gradins, d'où les spectateurs crient son nom, applaudissent avec force et lui jettent des fleurs. Quand elle se retourne pour leur faire face, elle pleure. La caméra zoome alors sur son visage pour capter ses larmes qui brillent, tandis que ses doigts

tremblants se joignent sous le menton. Dès la fin de la chanson, l'animateur Guy Lux s'approche et s'exclame: « Dali, c'est merveilleux! » Une star est ressuscitée.

RADIOSCOPIE (FRANCE INTER),  
9 JANVIER 1970

Jacques Chancel demande à la chanteuse de revenir sur son prix de beauté obtenu au Caire en 1954. « C'était quel prix, Miss Égypte? » demande-t-il. « C'était Miss Ondine, répond-elle, oui, l'équivalent de Miss Égypte, disons. » Comme le concours de Miss France existe depuis 1927, y faire référence simplifie les choses, d'autant plus qu'une photo commence à circuler d'une jeune Dalida en bikini panthère, dans une pose langoureuse. Mais il ne s'agit manifestement pas du même concours, les concurrentes de Miss Égypte défilant en robe de soirée. Une star est orientalisée.

DISCORAMA (1<sup>re</sup> CHAÎNE DE L'ORTF),  
10 SEPTEMBRE 1972

Denise Glaser n'est pas une fan. Elle reconnaît que Dalida est une « excellente professionnelle », mais elle avoue ne pas aimer ses chansons. Après quelques hésitations pourtant, la journaliste confie cette anecdote « insolite » : ayant un soir allumé sa télévision par hasard, elle est tombée sur une version de « Avec le temps » par Dalida. Et là, explique Glaser, « Vous m'avez fait pleurer. Alors vraiment il faut le faire ». Dans le silence qui suit ce bref échange, un retournement du discours critique s'enclenche. Une journaliste intellectuelle parle de son émotion, et une star est acceptée.

« MONDAY, TUESDAY (LAISSEZ-MOI DANSER) »,  
RENDEZ-VOUS DU DIMANCHE (TF1), 17 JUIN 1979



Depuis six mois, Dalida prend des cours de danse avec un diplômé de la Juilliard School, et son nouveau titre disco, sous-titré « Laissez-moi danser », est tout un programme. Dès les premières mesures, elle avance vers ses danseurs, tend les bras en l'air et tourne la tête de droite à gauche. Au refrain, elle pivote soudainement sur elle-même avant de relever ses longs cheveux blonds détachés sur sa tête, avec ampleur. En robe rose à paillettes, fendue et décolletée, entourée de danseurs très Village People, elle affiche la couleur gay de son spectacle avec fierté. À quarante-six ans, une disco queen s'éclate.

EXPOSITION : UNE GARDE-ROBE DE LA VILLE À LA SCÈNE, PALAIS GALLIERA (PARIS),  
6 JUILLET 2017

À la sortie du musée, deux Canadiens anglophones sont déçus. Leurs amis parisiens, fans de Dalida, leur avaient recommandé cette expo, mais ils n'ont jamais entendu parler de la chanteuse. Après cette visite, ils ne comprennent toujours pas son charme. Ses robes leur semblent de mauvaise qualité, les chansons qu'ils ont

entendues leur paraissent fades. Ils voient quelque chose de très français dans cette interprétation ratée du glamour américain. Une star doit leur être expliquée.

## UNE HISTOIRE CULTURELLE DE DALIDA

Dalida est une artiste-caméléon, une chanteuse qui sur trente ans de carrière a cumulé les identités de séductrice exotique, twisteuse, madone tragique, fière Orientale et disco queen, entre autres. Pour des milliers, probablement des millions de fans, elle est une évidence, et sa variété fondamentale, sa capacité à incarner « toutes les femmes », comme elle le chante, explique en grande partie son attrait. Ses chansons, sa beauté, sa voix, son charisme apportent des émotions qui vont de soi pour de nombreux auditeurs. Sa vie personnelle tragique, de plus, a beaucoup fasciné les biographes, qui sont une trentaine à ce jour à lui avoir consacré des ouvrages<sup>1</sup>.

Mais ce livre n'est pas une biographie. Il se penche sur les raisons historiques et culturelles de la carrière de Dalida, sur les choix esthétiques qui guident chacune de ses facettes musicales, et s'adresse d'abord à ceux qui, comme ces touristes canadiens, restent perplexes devant son succès. Pour comprendre Dalida, se livre propose de la traiter en tant que mythe, comme une personne abstraite et une chanteuse professionnelle sur laquelle sont projetées des valeurs et des symboles, des préférences et des rejets, tels l'exotisme, la tragédie, la nostalgie, la féminité, la ringardise. Ces valeurs prennent leur sens dans le contexte de la France contemporaine des années cinquante à nos jours, et ce livre y situe la chanteuse en s'intéressant autant à ses chansons, ses costumes ou sa gestuelle, qu'au discours médiatique qui l'environne et qui lui donne son sens. Partant du constat quantitatif que, en tant que chanteuse, Dalida est un produit de grande consommation, il remonte à l'élaboration qualitative de l'étiquette de « chanteuse

---

1. La meilleure biographie est sans doute l'officielle: Rihoit, Catherine, *Dalida*. « *Mon frère, tu écriras mes mémoires* », Paris, Plon, 1995.

populaire » pour en retrouver les fluctuations de sens selon les périodes, les objets et les personnes.

En 1962, dans un essai sur la culture de masse, Edgar Morin regrettait que la « culture cultivée » des universitaires leur fasse souvent mépriser l'industrie culturelle et ses produits issus des grands médias, le cinéma, la presse, la télévision ou la radio. Proposant aux chercheurs et à lui-même de se faire violence, de ne pas boudier leur plaisir, il conseillait de « flâner sur les grands boulevards de la culture de masse » ; pour rencontrer le peuple, disait-il, il suffirait « d'aller à Dalida<sup>1</sup> ». Si cette proposition pouvait avoir valeur de provocation à l'époque, elle est moins problématique aujourd'hui après cinquante ans de travaux universitaires sur la culture populaire. Toutefois, l'idée que Dalida est une chanteuse « de masse », caractéristique du fonctionnement de la culture populaire, *a priori* distincte de la sensibilité musicale de l'élite, reste à bien des égards encore valide. Ce livre est intrigué par la même observation que Morin, et « va à Dalida » avec la même curiosité. Cependant, le recul des années montre aussi que la proposition d'une Dalida « chanteuse populaire » est problématique, limitée, une déclaration préemptoire qu'il convient de nuancer.

## UNE CHANTEUSE COMMERCIALE

En 1962, Morin pouvait donner Dalida comme l'exemple ultime, archétypal, de la culture de masse, parce qu'il partait d'un constat empirique indéniable : le produit « Dalida » était de grande consommation. Les méthodes pour calculer ses ventes de disques sont sans doute imprécises et pas toujours fiables, mais elle serait, selon les sources, la chanteuse française la plus vendue du xx<sup>e</sup> siècle<sup>2</sup>. Dalida enregistre son premier 45-tours fin août 1956 et aurait vendu, dès 1958, entre 6 et 7 millions de disques, tous

---

1. Morin, Edgar, *L'Esprit du temps. Essai sur la culture de masse*, Paris, Bernard Grasset, 1962, p. 20.

2. Déclaration du site officiel (géré par son producteur et frère Orlando), [www.dalida.com](http://www.dalida.com).

supports confondus<sup>1</sup>. En juillet 1964, elle aurait atteint la barre des 10 millions<sup>2</sup>. Vingt ans plus tard, en 1985, elle aurait vendu plus de 90 millions, et le chiffre de 120 millions est le plus souvent avancé pour la somme totale de ses ventes de disques de son vivant (elle est décédée en 1987)<sup>3</sup>. À titre posthume et depuis trente ans, elle aurait vendu 20 millions de disques supplémentaires<sup>4</sup>.

Évidemment, ces chiffres sont à nuancer. D'une part la distinction entre les ventes annoncées par les maisons de disques et les ventes certifiées par des organismes officiels tels le SNEP (Syndicat National de l'Édition Phonographique) les rabaisse considérablement; d'autre part, les classements par format en 45- ou 33-tours donnent des résultats très différents. En croisant différentes statistiques, Antoine Hennion constate que les artistes les mieux vendus de France entre 1973 et 1977 sont, au format 45-tours, Michel Sardou et Johnny Hallyday, tandis que Dalida n'est qu'en 26<sup>e</sup> position derrière Sheila, Annie Cordy et Mireille Mathieu pour les femmes<sup>5</sup>. Sur la même période et au format album, Serge Lama et Pink Floyd se partagent la première place des ventes françaises, tandis que Georges Brassens est en vingt et unième position, et Dalida n'est même pas classée parmi les trente meilleurs résultats<sup>6</sup>. Se basant sur les royalties collectées par le SNEP, Fabrice Ferment montre que Dalida réalise de très bonnes ventes de 45-tours au cours des années soixante-dix (par exemple plus de 300 000 copies annuelles en 1974, 1976 et 1977), mais ces résultats sont loin

---

1. Giannoli, Paul, « Interview de Dalida », *Sonorama*, mars 1961, p. 28. Rihoit, *op. cit.*, p. 82.

2. Blondin, Antoine, « Le Tour, c'est beaucoup plus que le tour », *L'Équipe*, 7 juillet 1964, p. 4.

3. Lambert, Claude, « Dalida en toute sincérité », *France-Soir*, 11 octobre 1985, p. 27; Hatte, Hélène et Frédéric Tran, « Place Dalida », *Une journée à Montmartre. De saint Denis (et autres martyrs) à Dalida*, Paris, Christian Bonneton, 1999, p. 41.

4. Déclaration du site officiel, [www.dalida.com](http://www.dalida.com).

5. Hennion, Antoine, *Les Professionnels du disque. Une sociologie des variétés*, Paris, La Documentation française, 1981, pp. 183-184.

6. Hennion, Antoine et Jean-Pierre Vignolle, *Les Industries culturelles. L'économie du disque en France*, Paris, La Documentation française, 1978, p. 147; Hennion *op. cit.*, p. 186.

derrière ceux des quinze plus gros vendeurs de singles en France, lesquels atteignent à plusieurs reprises entre 600 000 et plus d'un million de ventes. Ceux-ci incluent Michel Sardou, Claude François et Laurent Voulzy pour les hommes, et Sheila, Annie Cordy et Marie Laforêt pour les femmes<sup>1</sup>.

Sur une période plus large allant de 1955 à 2017, et avec une méthodologie qui croise les informations de divers organes professionnels, Dominic Durand et Daniel Lesueur ne situent Dalida qu'à la dix-neuvième place des artistes les plus vendus de France, en ventes certifiées, avec un peu plus de 15 millions de disques. Ce classement la place derrière France Gall, Nana Mouskouri, Mylène Farmer et Mireille Mathieu pour les femmes, et très loin derrière les artistes masculins en tête, Michel Sardou (47 millions) et Johnny Hallyday (plus de 68 millions)<sup>2</sup>. À l'international, le livre *Guinness des records* n'a aucun artiste francophone dans son classement des ventes certifiées au-delà de 50 millions. Les chanteuses les plus vendues au monde en 2020 seraient Rihanna (280 millions), Taylor Swift (200 millions), Madonna (173 millions) et Mariah Carey (155 millions), et toutes les quatre sont largement dépassées par les chanteurs et groupes masculins Michael Jackson, Elvis Presley et les Beatles, qui totalisent chacun entre 350 et 600 millions.

Que l'on retienne le chiffre de 15 millions certifiés d'un côté, ou celui de 140 millions déclaré par son producteur (120 jusqu'en 1987 plus 20 depuis), la même conclusion s'impose : Dalida fut probablement la « star absolue » des ventes françaises dans la période 1956-1961, mais elle n'est, sur l'ensemble de sa carrière, qu'une chanteuse commerciale comme une autre, et plutôt moins que d'autres<sup>3</sup>. Le prog-rock (Pink Floyd), la chanson dite à textes (Brassens), la chanson comique (Cordy), tout comme la variété très orchestrée, qu'elle soit féminine (Dalida) ou virile (Sardou, Hallyday), sont autant de produits musicaux « de masse », et

---

1. [www.top-france.fr](http://www.top-france.fr).

2. Voir [infodisc.fr](http://infodisc.fr) pour les résultats de classement.

3. Ferment, Fabrice, *40 ans de tubes, 1960-2000. Les meilleures ventes de 45-tours & CD singles*, Clichy, Éditions Larivière, 2001, p. 9.

« le peuple » n'a pas le monopole de la consommation à grande échelle. Edgar Morin le sait bien, qui remarquait dans son étude que les chansons de Brassens et Dalida se retrouvaient côte à côte dans les juke-box<sup>1</sup>. Mais c'est Dalida qu'il donnait en exemple de chanteuse symbolisant « le peuple », pas Brassens, et leur juxtaposition lui semblait suffisamment incongrue sur le plan qualitatif pour qu'il la relève.

## CULTURE DE MASSE ET CULTURE CULTIVÉE

La culture de masse est définie par son orientation consommatrice, dans un système productiviste qui prend une ampleur sans précédent dans l'après-guerre, grâce à l'essor de nouvelles techniques d'enregistrement, de reproduction, de diffusion, de médiatisation<sup>2</sup>. La carrière de Dalida et le succès de ses chansons sont un bon exemple de ce fonctionnement dans l'industrie française du disque, lequel permet, pour certains, de gros profits. De nombreux professionnels expriment ainsi leur admiration pour la quantité de ses ventes, mais aussi pour le nombre de ses enregistrements, près de 500 chansons en français et autour de 400 dans d'autres langues. Dans ce cas, c'est la « valeur Travail » de Dalida, sa productivité, sa réussite chiffrée et son effort, qui sont validés<sup>3</sup>.

Mais la culture de masse est aussi définie dans un rapport conflictuel à « l'intelligentsia cultivée », à un groupe de personnes plus ou moins influent (critiques, artistes, universitaires...) qui se sentent effrayés par ce qu'ils perçoivent comme la perte d'une culture « humaniste de qualité<sup>4</sup> ». La grande consommation de produits culturels sans cesse renouvelés et pourtant semblables leur semble aliéner le peuple dans un divertissement perpétuel, et l'empêcher

---

1. Morin, *op. cit.*, p. 16.

2. Morin, *op. cit.*, p. 16; Rigby, Brian, *Popular Culture in Modern France. A Study of Cultural Discourse*, Londres, Routledge, 1991, p. 3.

3. Lesueur, Daniel, *L'Argus Dalida. Discographie mondiale et citations*, Paris, Éditions Alternatives, 2004, p. 13. Pour la valeur Travail inhérente au music-hall, voir Barthes, Roland, *Mythologies*, Paris, Seuil, 1957, p. 178.

4. Morin, *op. cit.*, p. 14; Rigby, *op. cit.*, p. 5.

de s'engager dans une quelconque action politique. Pour ces gens-là, Dalida semble s'insérer de manière désinvolte dans la culture de masse, ou plus exactement dans une version matérialiste et grossière de la culture de masse. Comme l'avant-garde culturelle a accès aux médias pour défendre ses valeurs (une culture « intelligente », une culture politique), ses hiérarchies et distinctions esthétiques sont rendues publiques dans autant de jugements, opinions et critiques. Le sens de la chanteuse, sa signification culturelle, est donc en partie modelée par ce discours souvent dénigrant qui la prend pour cible.

Ce livre contextualise donc la réception critique de Dalida en prenant autant en compte la fierté qui consiste à souligner son statut « d'artiste française la plus consacrée<sup>1</sup> », que la gêne, voire le dégoût, de ceux qui insistent au contraire sur sa vulgarité. Entre ces deux extrêmes, sa signification culturelle, son mythe, ne cesse de varier, et c'est probablement dans cette absence de fixité qu'il faut situer le sens profond de la chanson de « variété », terme problématique mais opératoire pendant sa carrière, et genre musical dans lequel elle s'est illustrée.

## CHANSON ET VARIÉTÉ(S)

Dans le domaine de la musique populaire, l'argument contre la culture de masse a d'abord été théorisé au cours des années trente par Theodor Adorno. Celui-ci dénonce la pseudo-individualisation de l'industrie du disque, soit la production de chansons par des interprètes toujours plus nombreux, et dont l'innovation sonore n'est qu'affaire de surface, de détails sans profondeur. Poussant les consommateurs à l'achat par la reconnaissance réconfortante d'un modèle déjà connu (air, rythme), l'industrie se contente de générer des profits sur la base de produits fondamentalement semblables, et semblablement médiocres<sup>2</sup>. En France

---

1. Site officiel [www.dalida.com](http://www.dalida.com).

2. Adorno, Theodor, « On Popular Music », in Simon Frith et Andrew Goodwin (eds), *On Record. Rock, Pop and the Written Word*, Londres et New York, Routledge, 1990 [1941], pp. 301-314; aussi Morin, *op. cit.*, p. 14.

à partir du milieu des années cinquante, lorsque devient fréquente l'approche soliste de la chanson avec le métier d'auteur-compositeur-interprète (ACI), un nouveau discours critique prend forme qui oppose, comme dans les propos avant-gardistes d'Adorno, la créativité « authentique » des uns (les ACI) au commercialisme et à l'insincérité supposée des autres (les « simples » interprètes)<sup>1</sup>. Une grande partie de la dévaluation critique de Dalida provient de cette coïncidence chronologique qui lui fait connaître le succès comme interprète à partir de 1956, juste au moment où la toute première génération d'ACI prend ses marques, et que les critiques français repositionnent les contours esthétiques et idéologiques de la chanson.

Pour Morin, qui réfléchit au même problème de la consommation culturelle mais de façon moins doctrinaire qu'un Adorno, il ne suffit pas de dénoncer les insuffisances de la culture de masse en intellectuel, ou en amateur de musiques obscures. Il faut plutôt reconnaître le fonctionnement contradictoire et dynamique de ce système, l'oscillation constante qui lui donne sa vivacité, le mouvement de balancier entre d'une part la recherche d'efficacité, avec son besoin de standardisation (la « concentration techno-bureaucratique »), et d'autre part l'exigence d'individualité, de nouveauté et de créativité<sup>2</sup>. Selon ce schéma, stéréotypes et inventions, conformisme et création, coexistent nécessairement dans l'industrie culturelle. Dans ce sens, Dalida ne saurait signifier quelque chose au sein du système sémiotique et culturel qu'est la chanson française sans l'existence d'un Brassens. La chanteuse-interprète ne peut être qualifiée de « populaire » que si un autre artiste est lui-même étiqueté « poète », et vice versa.

Dans les années cinquante en France, les catégories de « chanson exotique » (ou « chanson commerciale ») et « chanson littéraire » (ou « chanson française ») commencent à être employées de manière antagoniste par quelques critiques, et cette dichotomie

---

1. Looseley, David, *Popular Music in Contemporary France*, Berg, 2003.

2. Morin, *op. cit.*, p. 27.

produit le contexte de jugement initial dans lequel Dalida fait sens. Au cours des années soixante et soixante-dix, cette polarisation se solidifie avec une autre terminologie superposée à la première: la « variété » (parfois les « variétés ») est désormais le pôle inférieur de la chanson dite « à textes ». Depuis les années quatre-vingt-dix, ces distinctions ont eu tendance à s'estomper, et plusieurs générations d'artistes se plaisent dorénavant à souligner leur indifférence aux catégories musicales. Pour la plupart des journalistes et universitaires actuels, la même remise en cause des hiérarchies va de soi, et les termes de « chanson » et « variété(s) » ne s'opposent plus dans les appréciations, les études, les conférences ni les schémas de pensée. Dans la période posthume, la valeur de Dalida s'est modifiée en épousant cette trajectoire d'assouplissement du goût, lui permettant de passer d'objet kitsch et vulgaire à monument national et culturel d'importance.

Toutefois, de son vivant, le terme de variété(s) était non seulement opératoire, mais surtout péjoratif. L'un des critères de jugement contre la variété concerne la distinction professionnelle entre chanteurs paroliers et/ou compositeurs d'une part, et artistes interprètes. Mais le terme de variété(s) désigne surtout une musique associée au public de masse, affranchie du bon goût national que devient la chanson « à textes » au cours des années soixante, et dont la valeur (ou plutôt la médiocrité) est jugée en rapport au monde du spectacle, du show-business, de la télévision, toutes ces structures de médiatisation qui visent à forcer la consommation et qui, dans la perspective adrienne, éloignent l'amateur d'un contact autonome, authentique et sérieux, avec une œuvre originale<sup>1</sup>. On assiste ainsi, entre la fin des années cinquante et la fin des années quatre-vingt environ, à l'usage défavorable du terme de variété dans de nombreux médias, et aux expressions associées de « chanson commerciale », « chanson de minettes », « variétés très populaires », voire « variété de merde », auxquelles s'opposent celles de « chanson littéraire », « choses de recherche », « chanson de

---

1. Hennion, *op. cit.*, p. 2 et p. 73.

qualité », « chanson à texte<sup>1</sup> ». Dalida n'était pas une auteure-compositrice-interprète, et son statut d'artiste en a souffert, ce type de jugement s'adressant parfois à elle avec une violence folle. Mais se pencher sur sa carrière permet aussi d'éclairer les avantages esthétiques, voire éthiques, de la chanson de variété, et d'envisager une approche justement plurielle pour penser la variété en soi, c'est-à-dire la diversité, l'éclectisme, l'instabilité<sup>2</sup>.

## VALIDER LA VARIÉTÉ

Malgré le processus de standardisation commerciale, l'éclectisme musical reste la caractéristique principale de la chanson de variété. Le sens musical du mot au xx<sup>e</sup> siècle, passé par l'anglais *variety*, signale en partie ce processus. À la Belle Époque, les music-halls français étaient calqués sur le modèle britannique et offraient des spectacles de « variété », où se succédaient sur une même scène des acrobaties et des tours de magie, du jonglage et du dressage d'animaux, des récitations et des chansons. Les salles de music-hall étaient conçues pour accueillir un grand orchestre dans la fosse, et encore après la seconde guerre mondiale, les chanteurs qui s'y produisent privilégient les musiques sophistiquées d'inspiration « classique », riches en instruments et riches en effet (ralentis, accélérations), que seul un orchestre peut produire<sup>3</sup>. L'esthétique du luxe, de l'éblouissement, de la débauche de moyens, typique du music-hall, influence alors la chanson de variété. Mais cette musique est aussi fondamentalement variée dans son ouverture cosmopolite aux influences étrangères, se renouvelant par l'absorption enthousiaste du bel

---

1. Hennion, *op. cit.*, 1981 ; Dicale, Bertrand, *La Chanson française pour les nuls*, Paris, Éditions First, 2006, p. 2 ; Laurent, Laurent. *Tombeau de la variété française. (À ceux qui la détestent)*, Paris, Philippe Rey, 2006.

2. Au moins trois études récentes proposent une démarche similaire : Szendy, Peter, *Tubes. La philosophie dans le juke-box*, Paris, Les Éditions de Minuit, 2008 ; Chevallier, Philippe, *La Chanson exactement. L'Art difficile de Claude François*, Paris, Presses Universitaire de France, 2017 ; Gayraud, Agnès, *Dialectique de la pop*, Paris, La Découverte / Cité de la Musique-Philharmonie de Paris, 2018.

3. Damase, Jacques, *Les Folies du music-hall. Une histoire du music-hall à Paris de 1914 à nos jours*, Paris, Spectacles, 1960 ; Jando, Dominique, *Histoire mondiale du music-hall*, Paris, Éditions Jean-Pierre Delarge, 1979.

canto, du jazz swing, du cha-cha-cha, des syncopes funky, de la répétition disco, ainsi que d'un nombre incalculable et difficilement catégorisable de traditions et nouveautés musicales. De fait, la variété est musicalement métissée, assimilant sans complexes toutes sortes de sons différents<sup>1</sup>. Si ce principe remplit une fonction utilitaire pour le producteur qui s'efforce d'augmenter ses ventes en transcendant les distinctions de classe, d'âge, d'ethnicité ou de goût du public, il donne aussi une place concrète et symbolique aux minorités identitaires. L'industrie française du disque emploie ainsi énormément d'individus issus de l'immigration, y compris dans le rôle de directeur artistique, et le public français, lui-même de plus en plus ethniquement mixte dans l'après-guerre, adore les chansons qui évoquent une forme d'exotisme supposément non-français<sup>2</sup>. Née en Égypte dans une famille italienne, Dalida passe très bien en France en partie pour cette raison.

Le terme de variété est aussi apte à fonctionner comme métaphore de l'approche interdisciplinaire des Cultural Studies<sup>3</sup>. Éclairer le travail de chanteuse de Dalida revient alors à observer les complexités de la culture musicale française, dans laquelle elle fait sens et au sens de laquelle elle contribue. Pour la comprendre, les apports théoriques et méthodologiques de la sociologie, de l'histoire, de la musicologie, de l'analyse littéraire et de la sémiotique ne sont pas de trop. Dans cette perspective, un petit nombre de notions inter-connectées sont définies ici rapidement, avant de les élargir et illustrer tout au long du livre.



1. Hennion, *op. cit.*, p. 81 ; c'est le principe de la pop en anglais.

2. Hennion, *op. cit.*, p. 94.

3. Ce domaine universitaire valide la diversité des méthodes pour comprendre la façon dont les pratiques et représentations culturelles sont créées par, et contribuent à créer, des relations de pouvoir entre les hommes. Aux historiens, les Cultural Studies empruntent la précision temporelle et le dépouillement d'archives, qui sont ici des paroles et musiques de chansons, des enregistrements de concerts, des entretiens télévisés et radiophoniques, la presse française et étrangère, des récits biographiques et critiques, les disques en tant qu'objet matériel, les sites web. Aux sociologues, les Cultural Studies empruntent les notions de prestige et de goût, analysant le discours de la chanteuse et des professionnels qui l'entourent.

## Chanteuse populaire

L'adjectif « populaire » est curieusement problématique dans la langue française, si polysémique qu'il peut à l'occasion signifier une chose et son contraire. L'un des usages les plus fréquents qui en sera fait ici sera aussi le plus anodin, l'adjectif étant compris, par exemple dans l'expression « une chanson populaire », comme synonyme des termes « connue », « répandue » ou « adressée à un large public ». Il s'agira dans ce cas-ci d'observer de façon objective la notion de succès, et de la quantifier si possible. Un second sens, moins neutre et lié au premier, renvoie à l'usage du terme « populaire » dans le discours de l'élite (dont l'identité varie évidemment), et qui peut prendre un sens péjoratif pour identifier les goûts des populations considérées comme subalternes. « La chanson populaire », avec l'article défini, peut alors renvoyer à une conception méprisante et figée du peuple consommateur, dont le goût « populaire » serait banal, vulgaire, conservateur, artificiel, sans sophistication, sans qualité (c'est le sens employé en anglais par Adorno lorsqu'il méprise la *popular music*). À l'inverse, un troisième sens a tendance à figer le peuple dans un rapport romantique à la culture, où la chanson « populaire » serait l'expression naturelle, authentique, intègre, simple et festive, aussi, de la sensibilité d'un « peuple », ce dernier étant compris comme étanche à la corruption capitaliste, ou aux préférences de l'avant-garde. Par sa spontanéité quelque peu naïve, cette culture populaire-là aurait le potentiel de subvertir les normes sociales, les habitudes, les jugements, et s'inscrirait dans la durée pour créer de nouvelles valeurs<sup>1</sup>. Ce sens positif peut d'approcher de celui, à la mode depuis quelque temps, de queer. Si ce terme désigne, au départ, la fluidité de genre ou de sexualité d'individus opprimés par l'hétéro-normativité, il désigne aussi la capacité de certaines actions, ou de certains individus, à remettre en cause les schémas de pensée, et surtout ceux hérités de la culture cultivée<sup>2</sup>. Dalida est maintes fois qualifiée de chanteuse populaire, avec toute une série de nuances adverbiales (très populaire, trop populaire, pas que populaire), qui

---

1. Rigby, *op. cit.*, pp. 9-18.

2. Hennion, *op. cit.*, p. 96 et p. 203.

délimitent à chaque fois un jugement différent sur ses chansons et sa personne, alternant entre regret, mépris, défense et admiration. En se superposant, ces jugements démontrent l'identité profondément fluide et polysémique de l'artiste, et sa capacité à entrer, de manière polémique et parfois malgré elle, en conflit avec les normes du bon goût.

### Identité culturelle

En France, le discours universaliste républicain a tendance à considérer le terme « d'identité » comme suspect, communautaire et revendicateur, dangereux pour la stabilité de la nation. Pourtant, reconnaître l'existence d'identités, notamment culturelles, permet d'observer ce qui prend un sens, même étroit, pour les gens, et ce qui leur permet de s'affirmer et se reconnaître, dans un processus relationnel de similarité et de distinction. Ainsi, les identités culturelles se déclinent en fonction de l'ethnicité (par la langue et la nationalité), de la race (par l'apparence somatique), du genre (en référence au masculin et au féminin), de la sexualité ou de la génération, et ces identités ne sont pas des données fixes mais des constructions sociales, contextualisées et souvent changeantes<sup>1</sup>. Dans ce livre, l'identité de Dalida ne sera pas la perception intime d'une femme née en 1933 et suicidée en 1987, intimité que de nombreux biographes, plus ou moins fins psychologues, ont tenté de percer. L'identité culturelle de Dalida est celle d'une chanteuse professionnelle active depuis 1956, surtout en France, et dont la mort n'aura pas freiné la carrière mais plutôt multiplié les significations. Sans « essence » ni fixité propre, cette identité est une construction sociale et sémiotique contextualisée, élaborée dans la représentation culturelle (chansons, discours médiatique) et décodable grâce à elle.

---

1. Du Gay, Paul et Stuart Hall, *Questions of Cultural Identity*, Londres, Sage, 1996.

## Vedette et star

Dans ce cadre, le terme qui se rapproche peut-être le mieux de la notion d'identité culturelle est celui de vedette ou de star. Une vedette est un artiste dont le personnage musical et scénique, mais aussi le personnage médiatisé, doit paraître vraisemblable au public, en lui donnant l'impression de renvoyer à une profondeur intime et unique. Un chanteur ne peut donc être vedette que s'il a aussi « une très publique vie privée<sup>1</sup> ». Même lorsque les identités musicales de la vedette changent, ce qui est souvent le cas chez Dalida mais presque jamais chez Brassens ou Piaf, un noyau de cohérence interne demeure. La variété identitaire et musicale n'est donc pas forcément une incohérence, et c'est ce qu'exprimait avec justesse le journaliste Jean-François Josselin en 1977, à propos de Dalida :

Ses métamorphoses successives précisent son originalité: Miss Égypte au bikini de panthère devient une Italienne à l'œil charbonneux qui devient une pin-up brune coiffée à la Bardot qui devient une tragédienne cuivrée qui devient une personne blonde, longue, lisse, tranquille, avec quelque chose d'infiniment pathétique, un tressaillement de la paupière peut-être. C'est elle, tous ces avatars passés mais non reniés<sup>2</sup>.

Dalida est donc une vedette de la chanson parce que « quelque chose » d'elle reste malgré la diversité des rôles, que Josselin propose comme étant de l'ordre du pathétique. Mais le fait est que la vedette de chanson, comme la star de cinéma, naît dans l'abondance d'informations posées comme à la fois fictives (une narratrice amoureuse dans une chanson, l'incarnation d'un stéréotype) et réelles (interviews dans les médias, récits biographiques, photos de reporters...)<sup>3</sup>. Qu'il s'agisse de chansons avec leurs paroles, musiques, voix et performance, ou de récits biographiques et médiatiques, la star de la chanson, la vedette

---

1. Hennion, *op. cit.*, pp. 50-51.

2. *Le Nouvel Observateur* du 10 janvier 1977, reproduit dans Josselin, Jean-François, *Dalida for ever*, Polygram Collections/Universal Music France, 2006, n° 5, p. 3.

3. Dyer, Richard, *Stars*, Londres, British Film Institute, 1998 [1979], p. 61 et pp. 135-139.

des variétés, n'est donc pas la personne-même (l'individu nommé Yolanda Gigliotti pour l'état civil), mais un produit culturel polymorphe et polysémique. Une star est un tissu de signes textuels, musicaux, gestuels et narratifs, lesquels aboutissent à la représentation d'une identité culturelle variée; ce tissu médiatique produit sa propre réalité<sup>1</sup>.

## Mythe

Enfin, même la culture de masse est une culture, soit « un corps complexe de symboles, mythes et images concernant la vie pratique et la vie imaginaire, un système de projections et d'identifications spécifiques<sup>2</sup> ». À travers ses chansons, son personnage public et tous les discours à son sujet, Dalida n'est pas qu'une personne physique, mais aussi et surtout une fiction culturelle, un mythe.

Le nom « mythe » et l'adjectif « mythique » sont assez galvaudés dans le langage courant, souvent employés de manière élogieuse pour souligner la réussite, la célébrité, la longévité culturelle, proches en ceci du banalisé « icône<sup>3</sup> ». De nombreux sites de fans, titres d'articles et slogans marketing parlent du « mythe Dalida » ou d'une « Dalida mythique<sup>4</sup> ». Mais dans le contexte de l'analyse sémiotique, un mythe culturel n'est pas quelque chose à célébrer. « Le mythe est une parole », écrit Barthes, et c'est une parole rétrécie<sup>5</sup>. Un mythe est un récit immédiatement intelligible à force

---

1. Dyer, *op. cit.*, p. 63.

2. Morin, *op. cit.*, p. 13.

3. Sur l'orthographe de « icône »: le mot avec accent circonflexe désigne une image pieuse dans la religion orthodoxe, orthographe que l'usage contemporain a tendance à copier lorsqu'il renvoie à une personne célèbre. Toutefois, c'est « icone » (sans circonflexe) qui est normalement recommandé dans ce second sens, conformément à l'emploi sémiotique. Dans les citations, nous copions l'usage choisi par les auteurs, en privilégiant nous-même la forme « icône ».

4. Par exemple: [dalida-forever.over-blog.com](http://dalida-forever.over-blog.com); [www.madmoizelle.com/podcasts/critique-interview-dalida](http://www.madmoizelle.com/podcasts/critique-interview-dalida); album *Dalida janvier 1974*, sous-titré « Les concerts mythiques de l'Olympia » (2010); Lutaud, Léna, « Le mythe Dalida », *Le Figaro (Premium)*, 8 janvier 2017; Hatte et Tran, *op. cit.*, p. 41.

5. Barthes, *op. cit.*, p. 193 et p. 231.

de répétitions, et qui n'est qu'une version simplifiée, appauvrie, de la complexité humaine. C'est une histoire acceptée telle quelle par un public crédule, ou indifférent<sup>1</sup>. Ainsi, un mythe a lieu lorsque les mêmes mots, les mêmes idées reviennent sans cesse à propos d'un objet, d'une personne ou d'un événement, et qu'ils se fixent durablement pour créer un consensus, une *doxa*, sans possibilité de questionnement<sup>2</sup>. Un mythe, pour Barthes, est une carence langagière et une perte intellectuelle, une répétition tautologique qui tourne « à court d'explication<sup>3</sup> ».

Dans ce sens effectivement, Dalida est un mythe culturel. Depuis trente ans qu'elle est morte, ce ne sont pas 500 chansons différentes qui passent en radio, à la télévision ou en bande-son au cinéma, mais seulement une douzaine de titres qui recadrent sa diversité et restreignent son œuvre avec chaque utilisation successive. Parmi les plus fréquentes on trouve, par ordre chronologique d'enregistrement, « Bambino », « Come prima », « C'est l'histoire d'un amour », « Paroles, paroles », « Il venait d'avoir 18 ans », « Pour ne pas vivre seule », « Gigi l'amoroso », « Salma ya salama », « Monday, Tuesday (Laissez-moi danser) », « Mourir sur scène ». De même, ce sont souvent les mêmes anecdotes, le même pittoresque ou les mêmes platitudes qui reviennent à son sujet chez les biographes et journalistes : Miss Égypte, destin tragique, robes à paillettes, chanteuse ringarde. Or, puisqu'un mythe se déchiffre, on peut lui retirer ses « couches » pour comprendre comment il s'est sédimenté, voire sclérosé, au fur et à mesure des années. Les chapitres qui suivent ont donc la tâche paradoxale de déconstruire les cinq mythes les plus connus de Dalida (chanteuse méditerranéenne, chanteuse démodée, chanteuse tragique, chanteuse orientale, disco queen), tout en contribuant à les renforcer du fait même de s'y intéresser. Toutefois, ce travail de déconstruction permettra aussi de découvrir d'autres Dalidas plus discrètes et moins connues, et parfois plus touchantes que les Dalidas « mythiques ».

---

1. Barthes, *op. cit.*, p. 23.

2. Morin, *op. cit.*, pp. 12-13.

3. Barthes, *op. cit.*, pp. 240-241.

Pour Barthes qui écrit ses *Mythologies* dans une perspective néo-marxiste, il ne fait pas de doute qu'en produisant des mythes, la culture de masse « est à droite<sup>1</sup> ». Même avec une parole appauvrie, les mythes sont bavards, et leur remplissage ainsi que leur fascination pour la réussite, la richesse et la simplicité des « essences » les rend apolitiques et « bourgeois », deux insultes associées avec la droite politique dans le vocabulaire de Barthes. La question de l'idéologie politique, de la séparation droite/gauche, si culturellement ancrée en France, va évidemment se poser en ce qui concerne Dalida. Il existe en effet une association immédiate de la chanteuse avec des valeurs perçues comme traditionnellement « de droite », telles le libéralisme économique, l'ambition, la docilité ou le glamour féminin. Mais là où la notion barthésienne de mythe est utile pour considérer la chanteuse en tant qu'objet culturel, sédimenté par le discours et les années, elle n'implique pas qu'il faille déplorer son existence, ni la situer de manière binaire dans un camp politique plutôt qu'un autre. Le mythe de Dalida est varié; son sens politique aussi.

## Magie

Enfin, un autre aspect de la notion de mythe concerne son équivalence avec la magie. Pour Barthes, la raison, la science, l'agentivité<sup>2</sup> politique, sont autant de facultés critiques nécessaires à la pleine compréhension des choses; ceci implique de douter de tout, et d'accepter le fait que la réalité humaine est difficilement acceptable. Il faut, pour Barthes, pouvoir se confronter à l'inconfort du monde. Or, les mythes sont comme le geste ou la parole magique en ce qu'ils simplifient les explications, rendent une réalité bêtement intelligible (« parce que, un point, c'est tout »)<sup>3</sup>.

---

1. Barthes, *op. cit.*, p. 236.

2. L'agentivité (traduction de l'anglais *agency*) est une notion venue des sciences sociales pour identifier la capacité d'agir d'un individu dans une situation de domination donnée. Pour les féministes, le patriarcat est un contexte de domination au sein duquel les femmes tentent, ou pas, de se construire en tant que sujet autonome, notamment par la prise de parole, le geste, l'initiative.

3. Barthes, *op. cit.*, p. 18, p. 151, p. 240.

Comme la magie, ils reposent sur l'acceptation de ce qui est donné à voir. En particulier, les mythes prospèrent autour de la notion de « destin » qui confère à la vie un « équilibre terminal » auquel il n'est rien à redire<sup>1</sup>. Les mythes offrent ainsi des « abris » aux pensées inconfortables; ils aplanissent et immobilisent le monde; ils donnent un sens définitif aux choses.

Comprise, ainsi, Dalida est magique. Tout le discours biographique à son égard invoque en effet la notion ésotérique et immédiate, compacte, de destin. Sa biographe officielle parle de « prémonitions » et de « destin tracé »; d'autres utilisent les expressions « une vie marquée par le destin », « le destin veille », « fabuleux destin », « son destin bascule », « le destin lui fait un clin d'œil<sup>2</sup> ». Pour d'autres encore, sa vie et surtout son suicide sont expliqués par les notions de « présage », « mauvais sort » et « logique<sup>3</sup> ». Pour d'autres enfin, Dalida est devenue un ange ou une présence réincarnée, avec qui il est toujours possible de communiquer<sup>4</sup>. Le langage employé à son égard est donc magique, puisqu'il simplifie la réalité complexe d'une vie humaine, d'une longue carrière, et évite d'apprécier l'agentivité de l'artiste mais aussi de valider la possibilité d'incohérences, de hasards ou de perplexité<sup>5</sup>. Dans le discours dominant donc, Dalida est réconfortante, intelligible. Son succès rassure les ambitieux: eux aussi peuvent y arriver;

---

1. Barthes, *op. cit.*, pp. 241-243.

2. Respectivement Rihoit, *op. cit.*, p. 74 et p. 110; Benoît-Sevin, Catherine, *Dalida. Lorsque l'amour s'en va*, Paris, Michel Lafon, 1987, 4<sup>e</sup> de couverture; Page, Christian, *Dalida*, Paris, Brea Éditions, 1982, p. 9; Lecœuvre, Fabien, *Dalida: le temps d'aimer*, Grainville, City Éditions, 2007, p. 9 et p. 12; Gigliotti, Luigi et Stéphane Julienne, *Mia zia, Dalida*, Paris, Ramsay, 2009, 4<sup>e</sup> de couverture.

3. Hatte et Tran, *op. cit.*, p. 41; Benoît-Sevin, *op. cit.*, 4<sup>e</sup> de couverture; Folch, Arnaud et Jean-Émile Néaume, *Déboires de stars*, Paris, Dualpha. Coll. Vérités pour l'Histoire, 2000, pp. 47-49.

4. Genel, Jean-Claude, *Rencontres avec une étoile*, Auxerre, Éditions Entre Deux Mondes, 2010.

5. Sur la star comme produit du hasard, voir Richard Dyer, *op. cit.*, p. 16. Dalida elle-même parle de chance et non pas de destin pour expliquer sa réussite: « J'ai eu énormément de chance. Je peux pas dire que j'ai tellement mangé de vache enragée. Ça a été très vite pour moi » (dans Chancel, Jacques, *Radioscopie*, France Inter, 31 décembre 1979).

ses origines étrangères rassurent les immigrés : eux aussi sont les bienvenus en France ; son allure docile rassure les hommes : cette femme ne les humiliera pas ; même son suicide peut rassurer : il est la ponctuation nécessaire d'une vie anormalement tragique. Pour ses critiques enfin, Dalida est de mauvais goût, et ceci encore est un mythe, catégorique et rassurant.

Toutefois, si la magie avec son « exigence d'ordre » est un appauvrissement du sens, un consensus qui dépolitise la société, il ne suit pas qu'elle s'oppose nécessairement à la science<sup>1</sup>. Comme la science, la magie est un « mode de connaissance » du monde qui peut prendre une fonction libératrice face aux doutes, au non-sens, à l'ambiguïté, voire face aux échecs de la science<sup>2</sup>. Dans la culture de masse, les stars offrent ainsi au public un espace de pensée et de sensations où les efforts rationnels qui structurent les attentes sociales et la « normalité », efforts souvent vains et inefficaces, sont délaissés au moins temporairement. Les stars apportent du réconfort, et c'est un moindre mal.

Alors, sans dédaigner la force peut-être magique de Dalida, ce livre espère atteindre un équilibre. Le « mystère » de son succès commercial sera contextualisé historiquement afin d'en situer le sens culturel et les nombreux symbolismes spécifiquement français. Mais ce travail de déconstruction ne reviendra pas à juger Dalida et sa figure mythique. Au contraire, plus nous approcherons du confort qu'elle procure, plus nous serons tentés de nous y blottir nous-même.

---

1. Lévi-Strauss, Claude, *La Pensée sauvage*, Paris, Plon, 1962, p. 17.

2. Lévi-Strauss, *op. cit.*, p. 33.



# MADemoiselle Bambino

« Elle est très jeune et belle, de cette beauté latine et méditerranéenne qui met du soleil au fond des yeux et sur le visage, et la chaleur sombre des nuits sur les cheveux<sup>1</sup>. »



Dalida est née en 1933 au Caire dans une famille italienne, mais elle a fait toute sa carrière de chanteuse depuis la France, où elle a émigré en 1955, précisément à Noël 1954. Dans ses mémoires, son premier producteur Eddie Barclay explique que c'est son accent étranger qui l'a poussé à s'intéresser à elle en 1956. En effet, Barclay trouvait cet accent fondamentalement vendeur :

Je cherchais (en 1956) une nouvelle vedette. Je la voulais avec un accent, de préférence très typée, pour concurrencer Gloria Lasso qui faisait fureur. L'exotisme, c'est toujours payant. Gloria Lasso avait un accent espagnol, moi je voulais, pour la concurrencer intelligemment, un accent italien<sup>2</sup>.

Pour Barclay, le désir du négoce va de soi (« vedette », « concurrencer », « faire fureur » et « payant »), et réussir dans l'industrie du disque passe par la reprise de codes culturels déjà connus que l'on modifie légèrement, tel un accent espagnol qui deviendrait



1. Pochette du premier album, *Elle s'appelle Dalida*, 1957.

2. Barclay, Eddie, *Que la fête continue*, Paris, Robert Laffont, 1988, p. 49. Une version antérieure de ce chapitre est parue dans Lebrun, Barbara, « Dalida, chanteuse exotique », in Barbara Lebrun (éd.), *Chanson et performance. Mise en scène du corps dans la chanson française et francophone*, Paris, L'Harmattan, 2012, pp. 151-162.

italien. Le producteur illustre la théorie de la standardisation de la musique populaire formulée par Theodor Adorno, qui considère la « pseudo-individualisation » d'un produit, ou sa singularité de surface, comme essentielle au succès. Mais si Dalida fait sens dans le cadre du consumérisme (la chanteuse doit pouvoir faire du chiffre), c'est son identité d'Italienne, audible dans son accent et apparemment visible dans son corps, qui l'authentifie. En effet, en plus de penser commerce, Barclay conçoit le corps humain de manière racialisée avec l'expression « de préférence très typée », qui sous-entend l'existence d'un physique français de référence, neutre ou sans type, auquel s'opposerait un « type » étranger, immédiatement reconnaissable. Déjà pensé, déjà vendu en France avant l'arrivée de Dalida, ce type exotique permet à Barclay de capitaliser sur des caractéristiques somatiques que la jeune femme possède effectivement – une certaine forme de visage, la peau mate, des cheveux brun foncé, des rondeurs aussi.

Pour comprendre comment le corps « très typé » de Dalida fut commercialisé en France entre 1956 et 1961, ce chapitre situe la chanteuse au carrefour de pressions multiples, entre l'ambition économique des professionnels du disque (son producteur, l'artiste elle-même, d'autres protagonistes), et la tradition culturelle de la représentation exotique du corps féminin en France. Le succès vaste et rapide de Dalida à cette époque confirme l'efficacité du processus de standardisation de la musique, mais soulève aussi un rapport problématique au prestige puisque, exactement au même moment, une autre forme de chanson dite précisément « française » se développe, qu'une nouvelle génération de critiques défend avec ardeur. Avec son corps exotique, Dalida se trouve dès le début au cœur d'un conflit esthétique et idéologique où s'opposent les tenants du vedettariat tel Barclay, et les adeptes d'une conception « pure » de la chanson, *a priori* détachée du commerce et exclusivement « française ». Dans ces conditions, son exotisme se révèle être autant un accélérateur qu'un frein à sa carrière.

## EXOTISME FÉMININ ET IDENTITÉ MÉDITERRANÉENNE

L'exotisme est d'abord un système de représentation dialectique : le goût du dépaysement n'a de sens que par rapport au pays de base dont on prétend s'éloigner, et par rapport à une identité de référence, implicitement donnée comme positive et stable. L'exotisme reflète donc plus les goûts, les fantasmes et les valeurs de l'observateur, que ceux du sujet observé. L'exotisme est aussi un système de codification et de simplification de l'Autre, où les étrangers sont dépeints de manière simpliste et homogène, avec des caractéristiques supposées partagées par tous – des stéréotypes. Depuis les années quatre-vingt et l'essor de la critique post-coloniale, ce mode de représentation a été fortement dévalué dans la mesure où il révèle, dans le contexte des relations esclavagistes et coloniales, le pouvoir supérieur de l'identité de référence, celle qui produit l'exotisme. Selon ce schéma, l'exotisme ne serait qu'un mode de soumission de l'Autre, l'expression d'une pensée hiérarchique et raciste<sup>1</sup>.

Toutefois, le processus de défamiliarisation qui motive l'exotisme signale aussi, et peut-être avant tout, un besoin d'engagement avec l'Autre, le désir de sa prise en compte (plus ou moins judicieuse ou réussie, il est vrai), mais pas forcément son humiliation ni son éradication. L'exotisme produit en fait des significations contraires qui évoluent entre expression de générosité, désir de rencontre inter-culturelle et simplification de l'Autre<sup>2</sup>. Dans le genre musical et populaire qu'est la chanson, les représentations simplifiées des individus sont d'ailleurs souvent la contrainte nécessaire à l'élaboration d'une forme brève de récit, d'autant plus efficace qu'elle s'exprime dans un langage familier, immédiatement reconnaissable<sup>3</sup>. Ainsi, les clichés réducteurs dont est gorgé le produit « Dalida » ne sont pas que l'expression d'une vision réductrice,

---

1. Douthwaite, Julia, *Exotic Women. Literary Heroines and Cultural Strategies in Ancien Régime France*, Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1992.

2. Kapor, Vladimir, *Pour une poétique de l'écriture exotique*, Paris, L'Harmattan, 2007, p. 14 et p. 19.

3. Sur les avantages du poncif en chanson, voir July, Joël, « Chanson mayonnaise : comment la chanson par sa performance ré-enchanter le populaire », in

encore moins raciste, du monde; ils sont aussi le résultat d'une production cosmopolite ouverte aux autres, et générateurs de plaisir autour de deux valeurs principales, l'évasion et la sensualité.

Tout d'abord, une longue tradition de représentation de la femme exotique existe en France où la différence ethnique ou raciale est à la fois désirable et problématique. Sous l'Ancien Régime, le courant exotique qui traverse la littérature distribue des rôles précis, diamétralement opposés, aux personnages féminins selon qu'ils sont français ou étrangers. Pensée dans le cadre de la bienséance, la femme française est fiable et prudente, catholique et mariée (ou mariable), et implicitement de peau blanche. À l'inverse, l'étrangère venue par exemple de Grèce, d'Espagne ou d'ailleurs est décrite comme ambivalente, impulsive, païenne, et de peau brune. Si l'étrangère possède l'avantage narratif de rompre avec les conventions sociales, déclenchant souvent le désir du héros, elle reste aussi exclue de la convention ultime qu'est le mariage. Bien qu'elle autorise quelques escapades délicieuses, elle finit typiquement bannie de la société « normale », quand ce n'est pas la mort qui la frappe. L'exotisme littéraire des XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles oppose ainsi la vertu de la femme française à l'instabilité de la femme étrangère, désirable mais tragique<sup>1</sup>.

Ces représentations sont suffisamment récurrentes pour être devenues, au fil du temps, des stéréotypes que la période coloniale a encore accentués. Ainsi, les femmes des territoires coloniaux qui sont décrites tout au long de la Belle Époque ont tendance à être calmes et souriantes, culminant dans la figure docile de la « belle métisse » des Antilles et d'Indochine (moins en Afrique). Acceptant volontiers les rapports sexuels avec les hommes blancs, ces femmes restent pensées dans un rapport d'incompatibilité fondamentale avec eux, que vient confirmer l'impossibilité sociale et symbolique du mariage. Dans la mesure où le mariage équivaut à la domestication de la femme, le fait d'y échapper signale une forme de

---

Gilles Bonnet (dir.), *La Chanson populittéraire. Texte, musique et performance*, Paris, Éditions Kimé, 2013, pp. 293-308.

1. Douthwaite, *op. cit.*, pp. 4 et suivantes.

liberté pour l'étrangère, son potentiel transgressif et moderne, mais puisque le mariage implique aussi une certaine réciprocité entre époux, et puisqu'il garantit la stabilité sociale, l'étrangère reste une inférieure et un danger à contrôler.



Dans l'entre-deux-guerres, aucun des personnages incarnés par Josephine Baker, seule artiste noire de la scène et du cinéma français, n'est l'épouse d'un Blanc<sup>1</sup>. Ses rôles coloniaux sont rendus plausibles par le truchement de deux fondamentaux physiques, sa peau noire et son accent étranger. Ces caractéristiques sont conçues en France comme à la fois fixes et fluides,

car Baker est narrativement crédible dans des rôles aussi divers que Martiniquaise, Indienne, Haïtienne ou Tunisienne, sans oublier Vietnamienne dans sa version de « La petite Tonkinoise » (1931). En France, l'exotisme de Josephine Baker est donc basé sur sa différence de couleur de peau par rapport à la majorité blanche de départ, et par son accent américain lorsqu'elle s'exprime en français. Cette altérité fondamentale est maintenue par un double principe de réductionnisme racial (noire, elle ne peut pas être française) et d'homogénéisation (être noire lui permet d'interpréter n'importe quelle origine coloniale)<sup>2</sup>.

Dans les années cinquante, Dalida incarne un exotisme semblable, fonctionnant sur le même double principe de réduction et d'homogénéisation, mais déplacé sur le territoire méditerranéen. Depuis la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, la « Méditerranée » a été repensée par les dirigeants des pays qui se trouvent être d'importantes puissances coloniales (Grande-Bretagne, Hollande, Allemagne, France). Ayant pris conscience de leur supériorité industrielle et de leur modernité politique d'états-nations, ces pays considèrent dorénavant

1. Le mariage impossible avec un Blanc est le thème central des films *La Sirène des Tropiques* (1927), *Zou-Zou* (1934) et *Princesse Tam-Tam* (1935).

2. Sweeney, Carole, « La revue nègre : Négrophilie, Modernity and Colonialism in Inter-war France », *Journal of Romance Studies*, 2001, 1(2), pp. 1-14 (p. 6).

la « Méditerranée » comme inférieure à la notion émergente « d'Europe », sur une échelle idéale de progrès<sup>1</sup>. Sur le plan géographique, cette nouvelle Méditerranée ne se confond pas avec l'Orient colonisé, bien qu'elle partage un même bord maritime ; elle recouvre les pays de tradition chrétienne et de population majoritairement blanche, dessinant un territoire sélectif réduit essentiellement à l'Espagne, au Portugal, à la Grèce, et surtout à l'Italie où les vestiges de l'Antiquité sont romantisés dans leur délabrement. Sur le plan symbolique, cette Méditerranée est pensée en termes de déficit à combler plutôt qu'en termes de non-civilisation. Bien qu'inférieure, elle possède un potentiel de réciprocité avec « nous ».



Étant donné la position géographique de la France, pays « latin » avec un bord maritime méditerranéen, et étant donné son histoire politique récente (empire colonial et état-nation moderne), les représentations françaises de l'exotisme méditerranéen sont particulièrement ambivalentes. Vue de France, et plus souvent de Paris, la Méditerranée est à la fois physiquement proche et culturellement lointaine, banale et fascinante, familière et inquiétante. Dans la production musicale française, l'opéra *Carmen* de Georges Bizet (1875) devient le point de référence pour la représentation d'une étrangère qui menace l'intégrité du héros : Carmen est une Gitane andalouse sexuellement libre, que le héros finit par tuer. À l'inverse, dans le genre hybride et populaire de l'opérette, qui donne naissance à la comédie musicale au début du xx<sup>e</sup> siècle puis à la chanson exotique, les personnages « méditerranéens » ont tendance à être associés à la gaieté, la plaisanterie, l'insouciance, et à la possibilité du mariage<sup>2</sup>. *Au soleil du Mexique* (1935) et *Marinella* (1936) sont deux comédies musicales qui finissent par un happy end, où le principe de souplesse ethnico-géographique bat

1. Chambers, Iain, *Mediterranean Crossings. The Politics of an Interrupted Modernity*, Durham et London, Duke University Press, 2008, p. 12.

2. Imbert, Charles, *Histoire de la chanson et de l'opérette*, Lausanne, Éditions Rencontre, 1967, pp. 100-113.

son plein. La première pièce se situe en Amérique centrale, entre Mexique, Guadeloupe et Hawaï; la seconde offre au chanteur corse Tino Rossi un rôle d'Italien se mariant avec une Française<sup>1</sup>. En dehors de l'opérette, l'Italienne Rina Ketty séduit le public français en 1938 avec sa chanson « Sombremos et mantilles », dont les paroles évoquent des clichés espagnols (pays de la guitare, boléro, fandango, señoritas si brunes), sur un air enjoué de habanera avec castagnettes<sup>2</sup>.

Ces quelques exemples montrent le fonctionnement des stéréotypes méditerranéens et romantiques en chanson, et toute l'élasticité géographique de cette identité. Non seulement l'Espagne et l'Italie se confondent allégrement, mais l'envergure transatlantique de la langue espagnole favorise aussi les rapprochements avec l'Amérique latine et les Caraïbes. De plus, l'Orient est liminaire sur le plan musical puisque le mélisme est fréquent dans le bel canto napolitain, et que l'on retrouve la cadence arabo-andalouse dans plusieurs chansons françaises, y compris dans le deuxième couplet de « Sombremos et mantilles ». Dans la culture populaire de l'opérette, les accents « méditerranéens », espagnol ou italien, sont à la mode dans l'entre-deux-guerres, et s'utilisent quasi exclusivement dans le cadre de récits romantiques et optimistes.

## LA CHANSON TYPIQUE

C'est surtout après la seconde guerre mondiale que la mode méditerranéenne triomphe en France avec la chanson dite typique, où s'illustrent Luis Mariano (Basque), Gloria Lasso (Espagnole), Dario Moreno (Turc au répertoire hispanisant), et enfin Dalida. C'est un genre qui hérite des codes esthétiques de l'opérette et de la comédie musicale, avec leurs grands orchestres, textes romantiques et voix à accent. La première raison pour cet engouement à cette époque concerne la disparition progressive des représentations racistes en chanson. Fréquentes dans la chanson coloniale et

---

1. Imbert, *op. cit.*, p. 124 et [www.operette-theatremusical.fr](http://www.operette-theatremusical.fr).

2. Defrance, Yves, « Exotisme et esthétique musicale en France. Approche socio-historique », *Cahiers d'ethnomusicologie*, 1994, 7, pp. 191-210.

perçues jusqu' alors comme largement inoffensives par les Français, celles-ci perdent du terrain au fur et à mesure que les rapports coloniaux se décomposent ou durcissent : départementalisation de l'Outre-mer à partir de 1946 ; indépendances africaines en 1960 ; guerre d'Indochine entre 1946 et 1954 ; « événements » d'Algérie entre 1954 et 1962 ; crise du canal de Suez à l'été 1956. L'idée de Méditerranée permet alors d'évoquer une provenance et une destination aussi ensoleillées que celles des colonies, mais sans conflit implicite. Deuxièmement, les difficultés sociales dont souffre la France après-guerre, entre rationnement et virage consumériste, rendent l'évocation de la Méditerranée satisfaisante sur le plan économique, comme sur celui, symbolique, des rapports de force. La Méditerranée est en effet un véritable territoire où des régimes fascistes perdurent ou s'installent (Espagne, Portugal, Grèce), et où l'industrialisation et la reprise économique sont au mieux lentes, au pire stagnantes (Italie). À l'inverse, la France rebondit grâce au plan Marshall, réaffirme son principe républicain suite au régime de Vichy, et tire parti de la faiblesse économique de ses voisins du Sud en y puisant ses immigrés. Venus pour la plupart d'Espagne, d'Italie puis du Portugal, ces derniers sont employés en France dans des professions subalternes<sup>1</sup>.

Par ailleurs, le retard industriel de cette « Méditerranée » en fait un lieu idéal pour évoquer les vacances et l'oisiveté. C'est ce que prouve l'immense succès, à partir de 1950, du Club Méditerranée, une compagnie touristique fondée sur le double idéal de relaxation au soleil et de rupture des conventions, aussi bien conjugales que territoriales. D'abord ouvert en 1950 à Majorque (Espagne), puis exporté à Corfou en 1953 (Grèce), à Djerba en 1954 (Tunisie) et à Tahiti en 1955, le Club Méditerranée est à la fois bien et mal nommé. Il propose, au départ dans le bassin méditerranéen, l'expérience de l'évasion par rapport à la routine française, implicitement citadine, des participants. Mais il étend cet imaginaire à l'exotisme polynésien puisque les animateurs et les clients sont

---

1. Noiriel, Gérard, *Le Creuset français*, Paris, Seuil, 1988, p. 49 et p. 327. L'immigration algérienne ne sera massive qu'à partir de 1962.

invités à porter le paréo<sup>1</sup>. Le principe essentialiste et généralisateur des représentations ethniques est ici transparent : dans une géographie polyvalente et indifférenciée, l'Ailleurs est pensé en contraste aux notions d'Occident, de travail, de routine, de modernité – notions floues mais perçues comme sclérosantes. Le succès du Club illustre bien l'efficacité économique d'un entreprenariat de l'exotisme, capable de concrétiser et de commercialiser le désir d'indolence et d'évasion du public français. Le Club Med offre un contexte cohérent et une analogie idéale pour comprendre le succès de la chanson exotique méditerranéenne dans les années cinquante, et le triomphe de Dalida dans ce genre à partir de 1957. Le dépaysement évoqué par la figure de l'Autre, le non-Français, est désirable, et ce désir est éminemment commercialisable.

La représentation d'une Méditerranée sensuelle et romantique se propage donc, au cours des années cinquante, dans une énorme quantité de chansons. Environ pour moitié, ces chansons viennent d'opérettes ou comédies musicales, dont la consommation dépasse dorénavant la scène du fait de la synergie médiatique entre cinéma, disque, radio, presse en couleur, puis télé<sup>2</sup>. D'abord créée sur scène en 1945 avec le chanteur basque Luis Mariano, l'opérette *La Belle de Cadix* est portée à l'écran en 1953 puis gravée sur 33-tours l'année suivante. Dans le livret qui situe l'action en Andalousie, le héros franco-espagnol finit par se marier avec une belle Gitane après maintes péripéties ; c'est *Carmen* sans la tragédie. Francis Lopez qui en a écrit la musique, compose aussi celle du *Chanteur de Mexico* en 1951, toujours avec Mariano, lequel incarne ici un Franco-Basque évoluant entre Paris et Mexico ; le film sort en 1956. Cette année-là, Tino Rossi est l'interprète principal de *Méditerranée*, autre opérette de Lopez dont les paroles de la chanson-titre (ainsi que d'autres chansons comme « Ajaccio » et « Les Baléares ») évoquent les loisirs de voyageurs en mer Méditerranée qui se baignent dans la mer bleue, se croient au

---

1. Furlough, Ellen, « Packaging Pleasures. Club Méditerranée and French Consumer Culture, 1950-1968 », *French Historical Studies*, 1993, 18(1), pp. 65-81.

2. Dicale, *op. cit.*, 2006, p. 137 et pp. 191-199.