

Umberto Eco

La chanson de consommation ¹

La musique « gastronomique » est un produit industriel qui ne poursuit nullement un but artistique, mais bien au contraire, tend à satisfaire les exigences du marché. Mais le problème est de savoir si la production industrielle des sons s'adapte aux libres fluctuations de ce marché, ou si elle n'intervient pas plutôt selon un plan pédagogique bien précis pour l'orienter et déterminer la demande. Si l'homme de la civilisation industrielle de masse est tel que les sociologues nous l'ont décrit, un individu extro-déterminé (à la place duquel pensent et désirent les grands appareils de la persuasion clandestine et les centres de contrôle du goût, des sentiments et des idées, et qui pense et désire conformément aux décisions de centres de direction psychologique), alors, la chanson de consommation apparaît comme un des instrument de coercition idéologique les plus efficaces qui pèsent sur le citoyen d'une société de masse.

Les principes méthodologiques que suivent les auteurs pourraient se résumer comme suit : la chanson de consommation doit être analysée comme une superstructure, et c'est dans la structure économique du système qu'il faut rechercher pourquoi elle est ce qu'elle est et ne pourrait être autre qu'elle est. Il était évident dès le départ qu'un tel choix méthodologique rendrait la recherche unilatérale et plus aride. Mais de cette façon au moins, les auteurs échappent à cette maladie qui contamine les meilleurs critiques de la société de masse : haïr la masse et faire de son incurable bêtise la source de tous les maux. Les auteurs de ce livre se demandent pour quelles raisons historico-sociales et dans le cadre de quelles déterminations concrètes, la masse (à laquelle chacun d'entre nous, sans exception, appartient à divers moments de la journée) s'est identifiée avec un certain produit musical. Le rapport est entre un ensemble de conditions historiques et un ensemble de modèles musicaux qui les reflètent et qui

1. Préface à un ouvrage collectif de Michele L. Straniero, Sergio Liberovici, Emilio Jona et Giorgio De Maria, *Le Canzoni della cattiva coscienza*, (Les chansons de la mauvaise conscience, Bompiani, Milano, 1964).

contribuent à les perpétuer. Fort heureusement, ils n'ont pas mêlé « les gens » à cette critique d'un aspect de *notre* culture d'aujourd'hui. Ainsi l'objet véritable de la polémique et de l'accusation n'est pas l'auteur particulier, ni l'interprète particulier (pas plus, nous l'avons vu que le consommateur particulier). Sans quoi, le fait que E. Jona s'attarde longuement sur la recherche des références sexuelles, même dans les couplets les plus banaux, devrait nous donner à penser que les paroliers sont une coterie d'obsédés, cherchant sans cesse à commercialiser sciemment une pornographie à bon marché. Alors qu'en fait le mal est beaucoup plus grave. S'il est un point qui ressort des analyses de cet ouvrage, c'est bien celui-ci : désormais le monde des formes et des contenus de la chanson de consommation, enfermé dans la dialectique inexorable de la demande et de l'offre, suit une logique des formules qui lui est propre, et dans laquelle on ne trouve pas trace des décisions du parolier en tant qu'individu. Ce n'est pas sa responsabilité qui fait défaut, soulignons-le, car elle intervient au moment où il décide de produire de la musique de consommation pour le marché qui la demande, et qui la demande telle qu'elle est. Mais, cette décision étant prise, toute invention disparaît, à cause justement des conditions mécaniques indispensables au succès du produit. Si, comme l'a écrit Wright Mills dans *White Collars*, dans la société de masse la formule remplace la forme (et donc la formule précède la forme, l'invention, la décision même de l'auteur), le domaine de la musique de consommation se présente alors comme un modèle typique qui doit être étudié attentivement. Il faut lire à ce propos les pages de Liberovici (où chaque remarque est illustrée par des documents musicaux) à propos de la reproduction quasi littérale des motifs introductifs d'une série de chansons. Un exemple suit l'autre, une chanson copie l'autre, en chaîne, presque par nécessité de style, exactement comme se développent certains mouvements déterminés du marché, indépendamment des volontés individuelles. Il importe peu, dirons-nous à Liberovici, que le Čaio de son exemple soit un petit voleur qui essaie de vivre en parasite de la chanson d'autrui, dont il reproduit les motifs ; en réalité là où la formule remplace la forme, elle n'a pu y parvenir que par la reproduction des motifs, et une des caractéristiques du produit de consommation c'est qu'il distraît sans rien apporter de nouveau, *nous redisant ce que nous savions déjà, que nous attendions anxieusement d'entendre répéter et qui seul nous distraît.*

Existe-t-il, dans un tout autre domaine, un seul spectateur qui s'intéresse aux mécanismes policiers des différentes saynètes publicitaires de l'inspecteur Rock ? Ce mécanisme change chaque fois, et pourtant ce n'est pas cela qui nous intéresse. Nous n'attendons que le moment où, répondant à la flatterie habituelle : « Mais, vous ne vous trompez jamais ! » Cesare Polacco enlève son chapeau, découvre sa calvitie et prononce ces mots fatidiques : « Si, je me suis trompé une fois... etc. ». C'est alors seulement que nous sommes satisfaits, nous sourions, comme les enfants qui aiment entendre raconter l'histoire qu'ils connaissent déjà. C'est sur ces méca-

nismes que reposent le roman policier à personnages fixes, les bandes dessinées, l'histoire primitive, et cette forme élémentaire des structures musicales qu'est le tam-tam. L'analyse de Liberovici démontre que dans la chanson de consommation tout le système du plaisir se base sur ce mécanisme. Le plagiat n'est donc plus un délit mais un moyen de satisfaire totalement les demandes du marché. C'est également le moyen le plus efficace pour arriver à une homogénéisation du goût collectif, et à une sclérose qui le réduit à des demandes fixes et immuables ; on n'a plus alors qu'à introduire la nouveauté à petites doses, afin de réveiller l'intérêt de l'acheteur sans choquer sa paresse.

Ce sont ces intentions sans visage qui sont la base même de l'industrie de la chanson. Ces recherches nous en donnent une sorte de radiographie, une sorte de carte de l'inconscient social coutumier sur lequel repose tout un système de rapports humains. En s'attaquant au problème de la chanson on ouvre de nouvelles perspectives sur ce système. D'autres ont écrit des travaux sur le parasitisme sémantique qui fait que, parlant, nous sommes *parlés* par les formules de la langue et par sa structure syntaxique elle-même. (Et ce n'est pas par hasard qu'un partisan de la *General Semantics*, tel que Hayakawa, a consacré une étude approfondie à la chanson de consommation aux Etats-Unis). D'autres encore ont analysé les « mythologies » dont est tissé notre comportement psychologique et social. C'est dans cette tendance que se situe l'apport de Straniero, Liberovici, Jona et De Maria, même lorsque (et cela arrive) l'indignation du moraliste prend le pas sur la froideur de l'analyste, qui, à elle seule, aurait déjà suffi à nous éclairer.

La chanson « différente ».

Il serait cependant inexact de penser que ce livre comporte une attitude de méfiance envers la « chanson », envers la musique non « sérieuse » (qui ne soit pas la musique de concert ou la musique expérimentale), envers la musique « appliquée » en général, la musique de divertissement, d'évasion, de jeu, de réconfort. Cependant divertissement, évasion, jeu, repos ne sont pas nécessairement synonymes d'irresponsabilité, d'automatisme, de dépolitisation, de gloutonnerie effreinée. Il faut dire ici le mérite des quatre auteurs de ce livre qui ont été, et sont encore, parmi les promoteurs d'un mouvement de renouvellement de la chanson en Italie. Attentifs aux problèmes de la musique populaire, admirateurs d'une tradition qui, dans d'autres pays, a donné la preuve du haut niveau auquel peut atteindre la chanson (en offrant des textes poétiques de qualité, des mélodies d'une dignité et d'une originalité indéniables), ils ont, avec d'autres, créé ce mouvement des *Cantacronache* qui a influencé la vie musicale bien plus qu'on ne le croit généralement. Quand les *Cantacronache* ont commencé à composer leurs chansons ils ont fait appel à des paroliers tels que Calvino ou Fortini, ils ont réinventé un folklore partisan que le temps commençait

déjà à voiler de nostalgie, ils ont risqué certaines chansons polémiques, volontairement outrancières, (*anticonformistes*, dirions-nous si le snobisme ne s'était emparé du *projet*, le réduisant à l'état de pure *formule*, comme il arrive à toutes les manifestations d'avant-garde). Quand les *Cantacronache* lancèrent leurs premiers disques, ou lorsqu'ils affrontèrent le public de masse au cours de certaines manifestations populaires, il n'y avait encore jamais eu en Italie que quelques tentatives isolées de personnes de bonne volonté. Il y avait eu le cas « Dario Fo », le cas « Ornella Vanoni » ; de son côté Roberto Leydi poursuivait une patiente recherche de redécouverte du folklore anarchiste, du Risorgimento, de la Résistance, du prolétariat ; le cas « Betti » prenait forme. Mais cela demeurait des cas.

Il est difficile de dire si les *Cantacronache* ont eu un rôle de catalyseur ou si ils ont été le ferment de base qui, s'unissant aux autres, a donné ce mouvement qui essayait de se transformer en courant, de cesser d'être un « cas » pour devenir une habitude, une pratique musicale. Le fait est qu'aujourd'hui, après sept ou huit ans, il existe chez nous un courant bien vivant d'auteurs de ce genre : musiciens et chanteurs qui *font des chansons différentes de celles des autres*. Actuellement une émission télévisée telle que *Canzoniere Minimo* de Giorgio Graber doit son succès croissant à la présentation de chanteurs qui ne hurlent pas, qui renoncent à ce que les gens croyaient être la mélodie, qui semblent refuser le rythme (puisque pour le grand public le rythme était uniquement celui de Celen-tano), qui chantent des chansons où les paroles ont leur importance et *que l'on écoute*. Et ce sont des paroles qui ne parlent pas forcément d'amour, mais de beaucoup d'autres choses. Et si elles parlent d'amour, elles n'emploient pas des formules abstraites, sans temps ni lieu, elles le situent, lui donnent comme toile de fonds les remparts de Porta Romana ou les dimanches doux et tristes d'une banlieue industrielle lombarde. Nous dirons même que ce nouveau courant de la chanson, à partir de la satire politique d'une exhumation un peu snob des chansons du « milieu » est arrivé à rendre au grand public une chanson civique, tissée de problèmes et, à sa façon, une véritable conscience historique... D'autre part ce courant a retrouvé le chemin de la chanson d'amour grâce à ce que nous avons défini ailleurs comme un « *néo-crépuscularisme engagé* » dont un des exemples les plus probants est la chanson de Margot. Ce n'est pas par hasard que cette chanson a trouvé une audience inattendue dans certaines grandes communautés ouvrières du Piémont qui ont découvert ainsi une dimension nouvelle et plus réelle de *l'évasion par la chanson*.

Nous ne savons pas ce que ce filon peut encore produire. Mais il nous semble qu'il s'agit d'un renouvellement qui, petit à petit, atteint le public populaire. De toutes façons le processus est déclenché, il ne restera pas sans conséquences.

Un projet de recherche.

Mais si l'on veut se donner les moyens d'une action culturelle dans le cadre de cette société il faudra tenir compte d'un troisième ordre de problèmes que ce livre suggère mais n'affronte pas encore.

Jusqu'à présent nous avons envisagé deux possibilités opératoires : d'une part une analyse éthico-politique des courants négatifs dans le monde de la chanson de consommation. D'autre part la recherche, encore expérimentale, d'une chanson « *différente* ». L'analyse des courants négatifs dissipe certaines équivoques, démystifie certaines habitudes dangereuses, nous montre les pièges d'un paternalisme qui mine la sensibilité collective. Le projet sur la chanson « *différente* » s'essaye tour à tour dans diverses voies. Mais comment les parcourt-il ? Forcément au niveau « *cultivé* » (et nous entendons par « *cultivé* » une façon de comprendre les valeurs qui provient d'une tradition culturelle marquée par l'humanisme ; tradition dans laquelle nous avons été formés, mais qui ne nous offre plus les instruments dont nous avons besoin pour résoudre les problèmes que pose une collectivité plus vaste et plus différenciée que celle à laquelle s'adressait la culture humaniste, et qui est en train d'élaborer à sa façon, souvent aberrante, sa propre échelle de valeur).

La nouvelle chanson dont nous venons de parler a mené sa campagne contre la mélodie « gastronomique » en cherchant de nouveaux modes d'inspiration, du folklore à la musique d'église. Elle a mené cette campagne en élaborant des « *parlés* », des « *phrasés continus* » qui mettaient en relief le contenu de la chanson. Elle n'a pas cherché à accaparer l'attention de l'auditeur par un rythme primitif fascinant mais plutôt par la présence envahissante de concepts et d'appels inhabituels. Le résultat est une chanson que les gens *se recueillent pour écouter*. Généralement on se sert de la chanson de consommation comme d'une musique de fond, en *faisant autre chose*. La chanson « *différente* » exige un certain respect, une certaine attention.

Il n'existait pas en Italie de chansons de ce genre (comme il en existe en France, par exemple) et c'est un succès méritoire que d'être arrivé à en faire une nécessité agréable. Cependant, au niveau de la culture de masse, une chanson qui exige ce respect et cette attention représente encore une option « *cultivée* ». Elle représente un sommet auquel la culture de masse peut aspirer, et, vers une éducation ultérieure du goût et de l'intelligence, un premier pas, rendant possibles des expériences plus complexes. C'est donc une étape fondamentale. Mais elle ne résout pas tous les problèmes de la consommation musicale de masse.

Nous avons parlé précédemment de musique « *appliquée* », d'évasion, de fond sonore. Nous avons parlé de cette tendance primitive (mais qu'on trouve même chez l'homme le plus cultivé) qui nous porte à jouir, au cours de la journée, de ces moments de repos et de détente au cours desquels

l'appel élémentaire d'un rythme répété, d'un jeu déjà connu, d'un calembour ou d'une histoire sans imprévu, se révèlent comme les compléments indispensables d'une vie psychique équilibrée. Entendre répéter la fameuse phrase de l'inspecteur Rock, siffloter le même air tous les matins, ou lire tous les jours l'histoire d'Illico et de Bébelle (dont le prétexte extérieur change, mais qui reste rigoureusement la même et que nous aimons pour cela) ne signifie pas une dégénérescence de la sensibilité ou un engourdissement de l'intelligence. Il y a là un sain exercice de la normalité. *Pour autant qu'il représente un moment de pause.* Le drame d'une culture de masse, c'est que le modèle du moment de pause devient la règle, il remplace toute autre expérience intellectuelle et entraîne donc un engourdissement de l'individualité, la négation du problème, l'abandon au conformisme, l'extase passive qu'exige tout paternalisme qui veut créer des sujets adaptés. Mettre en question la culture de masse comme étant *la situation anthropologique dans laquelle l'évasion épisodique devient la norme*, c'est une chose. Et c'est un devoir. Mais mettre en question la mécanique de l'évasion épisodique comme étant radicalement négative, c'est autre chose. Ce peut-être un dangereux exemple d'*ybris* intellectuelle et aristocratique. D'ailleurs si cette mise en question fait fréquemment l'objet de déclarations publiques, en privé, le moraliste hargneux est l'adepte le plus silencieux et le plus dévoué de ces évasions que, par profession, il condamne en public.

Le fait que la chanson de consommation peut m'attirer grâce à une imposition impérieuse du rythme qui dose et dirige mes réflexes, constitue peut-être une valeur indispensable, que toutes les sociétés saines ont recherché et qui est un moyen de décharge normal de toute une série de tensions. Et ce n'est qu'un exemple parmi d'autres. Ainsi se dessine une première ligne de recherche : repérer, dans les mécanismes de la culture de masse, des valeurs de type immédiat et vital qu'il faudra replacer, en tant que ce sont des valeurs positives, dans un autre contexte culturel.

Mais il ne s'agit pas seulement de cela. L'extase, le ravissement émotif, le plaisir standardisé du consommateur de la chanson « gastronomique », qui nous heurtent à juste titre, sont peut-être la seule possibilité qui lui est offerte dans le cadre de certaines exigences, là où, précisément, la « culture cultivée » ne lui offre aucune alternative. Il serait intéressant de noter, à la limite, les déclarations d'un amateur « naïf » sur les émotions qu'il éprouve en écoutant un disque du rossignol commercial de service. Si l'on transposait ces déclarations en termes techniques, nous serions peut-être très étonnés de découvrir que le type d'émotion décrit est le même que celui qu'éprouve l'amateur « cultivé » devant un produit musical « cultivé » mais qui deviendrait chez ce dernier « émotion lyrique », « intuition sentimentale d'une totalité ». De telles analyses ouvriraient la voie à des discussions très intéressantes. Elle permettraient de mieux comprendre le type de valeur dont jouit le sujet « naïf » et de mesurer combien la définition « cultivée » par rapport au produit « cultivé » est inadéquate

du point de vue des catégories (et ce serait la crise de toute une esthétique).

Mais, sans nous aventurer sur des terrains aussi dangereux, nous voudrions proposer une expérience imaginaire — qui pourrait servir de point de départ à une série d'hypothèses de travail et d'élaboration méthodologiques plus rigoureuses — pour procéder ensuite à des expériences réelles, concrètes, au niveau statistique.

Choisissons un modèle de consommateur « naïf », c'est-à-dire non déterminé par des préjugés intellectuels d'origine « cultivée » ; il pourrait s'agir d'un ouvrier ou d'un petit bourgeois. Une recherche méthodologiquement correcte devrait naturellement se faire à divers niveaux sociaux et psychologiques, pour vérifier par exemple jusqu'à quel point, dans le domaine de la culture de masse, les niveaux sociaux sont un élément de différenciation de la jouissance (puisque l'on peut raisonnablement supposer que la pédagogie continue d'une culture de masse est en train de créer pour son propre compte une dangereuse confusion psychologique des classes qui représente sur le plan du goût ce que la dépolitisation représente sur un autre plan. En d'autres termes, il s'agirait — sous une forme différente — du défi que les mythes de la Fiat 600 et du téléviseur lancent à la conscience politique, dans une société néo-capitaliste).

On pourrait interviewer le consommateur « naïf » sur X modèles de réponses possibles qu'il pourrait être amené à donner pour exprimer ce qu'il éprouve en écoutant une chanson donnée. Pour établir les modèles des réponses, il faudrait, ici aussi, accepter une hypothèse de départ quant aux fonctions possibles du produit artistique, (artistique étant pris ici dans son sens le plus général). Charles Lalo suggérerait par exemple cinq fonctions possibles de l'art :

1) *Fonction de diversion* (l'art comme jeu, stimulus de distraction, moment de pause, de « luxe »).

2) *Fonction cathartique* (l'art comme sollicitation violente des émotions et de leur libération successive, relâchement de la tension nerveuse ou, à un niveau plus ample, de crises émotives et intellectuelles).

3) *Fonction technique* (l'art comme proposition de situation technico-formelles, à goûter en tant que telles, évaluées selon des critères d'habileté, d'adaptation, d'organicité etc...).

4) *Fonction d'idéalisation* (l'art comme sublimation des sentiments et des problèmes et donc comme évasion supérieure — et prétendue telle — à leur contingence immédiate).

5) *Fonction de renforcement ou de redoublement* (l'art comme intensification des problèmes ou des émotions de la vie quotidienne, qu'il porte à l'évidence et dont il montre qu'il est important et inévitable de les regarder en face et d'y participer).

On pourrait appliquer ce modèle aux réactions possibles de notre sujet « naïf » en face d'une chanson.

1) La chanson pourrait lui apparaître comme une invitation à la détente, au repos, comme un prétexte à l'oubli des problèmes de la vie quotidienne. Il s'agit là d'une réaction plutôt normale, que chacun d'entre nous est tenté d'attribuer à la musique de consommation.

2) Elle pourrait lui apparaître comme le terrain de stimulations psychophysologiques capables de déchaîner des forces de différentes espèces et de les coordonner selon les lois du « pattern » mélodique, harmonique ou rythmique qui détermine le processus. En y réfléchissant un peu, il s'agit du plaisir que nous éprouvons, à un moindre niveau, lorsque nous nous servons d'une musique pour rythmer notre attention pendant que nous lisons, que nous écrivons, que nous faisons autre chose. Et c'est la décharge de tendances réprimées qui s'opère dans le déchaînement d'un *twist* ; au fond, il s'agit encore de la fonction que les peuples antiques attribuaient à la musique : remède des passions. Personne n'a jamais mis en doute le fait que toute une série de rituels de ce genre (comme par exemple les fêtes dionysiaques) répondait à des exigences profondes du corps social. Dans la société contemporaine c'est le sport qui assume cette fonction. Elle est positive quand on le pratique, aberrante quand on le regarde pratiquer par d'autres, comme c'est le cas dans les stades. Ici également, toutefois, au spectacle préoccupant qu'offrent ces vastes groupes humains qui font de cette purification dominicale le but de toute une semaine (transformant ainsi ce qui devait être un principe de purification en un principe d'obsession), on pourrait opposer le témoignage irréfutable de ceux qui, faisant preuve d'équilibre intellectuel dans la vie de tous les jours, affirment trouver dans des pratiques de ce genre (convenablement dosées) des occasions de détente que personne ne peut honnêtement contester.

3) La chanson pourrait lui apparaître en tant qu'objet technique qu'il aurait à évaluer en fonction de ses valeurs constructives, stimulant donc l'exercice d'une critique esthétique qui, pour élémentaire qu'elle soit, ne doit pas être sous-estimée. Il serait intéressant dans ce sens de voir dans quelle mesure les trouvailles de rythme et de timbres, les solutions mélodiques et harmoniques, sont ressenties comme telles et appréciées pour elles-mêmes plutôt que reçues inconsciemment comme stimulants d'une réponse de type « *cathartique* ». Il serait également intéressant de connaître la part de ce facteur dans le succès des nouvelles tendances de la chanson (le style rock-yéyé contre le style mélodique par exemple) et dans quelle mesure des appréciations de ce genre comptent réellement dans le contexte général de la réponse d'ensemble au stimulus-chanson.

4) La chanson pourrait être décrite comme l'idéalisation des grands thèmes de l'amour ou de la passion. Nous serions en présence du type de réaction le plus banal et nettement le plus « naïf ». Mais il ne serait pas inutile de vérifier dans quelle mesure un tel facteur a une influence et

dans quelle mesure il prévaut, dans un groupe social ou dans une catégorie psychologique donnée.

5) De même, la chanson pourrait être ressentie comme un moment privilégié pendant lequel les problèmes de la vie se transforment, s'affirment et font l'objet d'une attention passionnée. Ainsi, dans le cas (4), la chanson serait indiquée comme élément narcotique capable d'atténuer artificiellement les tensions réelles grâce à une solution de mysticisme élémentaire. Dans le cas (5) on verrait la chanson comme un excitant capable de provoquer des dispositions émotives auxquelles une sensibilité devenue paresseuse ne peut plus atteindre autrement. (Le cas (5) comprendrait donc également les excitations de caractère érotique). Si l'on admet au départ que les réponses n'auront pas tendance à se grouper sur un seul item mais qu'elles proposeront diverses formes de dosage de toutes ces réactions de jouissance, on peut penser que les réponses de type (1), (2) et (3) indiqueraient la présence d'éléments structuraux (dans la chanson), et de schèmes de réactions (chez le sujet). Convenablement analysés et reçus avec esprit critique, ces éléments pourraient constituer une valeur positive non négligeable.

Les réponses de type (4) et (5) révéleraient probablement des attitudes négligeables mais poseraient un autre problème. En effet, puisque l'idéalisation et l'intensification peuvent être des valeurs positives de ces œuvres que nous considérons habituellement comme hautement « artistiques », (*La Divine Comédie*, la *Cinquième Symphonie*, *Madame Bovary*, *Guernica*) la réponse du sujet interrogé ouvrirait la voie à une recherche structurelle, qui mettrait en lumière les diverses conditions grâce auxquelles les œuvres précitées arrivent à provoquer des réactions que l'on peut classer de la même façon, sans obtenir des effets de pure narcose ou de pure excitation. Il est clair qu'il s'agit ici du vieux problème de la « pureté » de l'œuvre d'art. Mais la comparaison avec le produit d'usage courant nous aiderait à éclairer le mécanisme structurel de ce dernier et à discerner si, dans les œuvres « supérieures », on a vraiment toujours cette pureté et ce détachement dont on parle habituellement, ou si leur jouissance n'implique pas au contraire des éléments semblables à ceux que le sujet énonce lorsqu'il s'agit du produit de consommation. Cette comparaison nous aiderait également à voir dans quelle mesure ces éléments s'organisent de façon à nous donner des résultats nettement différents dans les deux types de produit. Mais avant tout il ouvrirait la voie à un nouveau type de question : cette jouissance des valeurs d'idéalisation et d'intensification que permet le produit de consommation est-elle due à un *choix* de la part des sujets analysés ou est-elle due au fait que *la culture contemporaine ne leur offre pas d'autres alternatives*, c'est-à-dire des produits capables de provoquer des réactions analogues mais plus critiques et plus complexes qui proviendraient cependant d'éléments de communication qui leur soient familiers ?

Le mythe d'une génération.

C'est en cela qu'une enquête apparemment analytique et descriptive, sorte de cote de la bourse capable de rendre compte des oscillations du goût dans un contexte historique et sociologique donné, pourrait ouvrir des perspectives critiques plus approfondies pour établir le diagnostic d'un système. Voir dans le produit de la culture de masse une réponse industrialisée à des exigences réelles, c'est nous faire toucher du doigt une carence des valeurs qui va bien au delà du fait spécifiquement musical. C'est peut-être également nous indiquer les directions dans lesquelles l'action culturelle pourrait modifier l'état de fait en procédant à une substitution préliminaire des « *modèles de comportement* ». Il est intéressant de lire à ce sujet l'enquête de Roberto Leydi, publiée par *L'Europeo* du 12 janvier 1964. (Cette enquête publiée au moment où nous rédigeons ces pages me semble être une intéressante anticipation au niveau journalistique, du type de recherche que nous souhaiterions, à un niveau plus complexe et plus rigoureux). Il s'agit d'une série de réponses fournies par un groupe de jeunes de diverses situations sociales au sujet de leurs préférences musicales.

Une dominante se dégage de ces réponses : la reconnaissance d'une certaine production de consommation (Celentano, Rita Pavone, Françoise Hardy), comme étant « notre » musique (c'est-à-dire celle des adolescents) par excellence. Ils la défendent contre l'incompréhension des adultes, elle leur appartient dans la mesure où elle est refusée par les adultes. Les réponses spécifient à différentes reprises que les chansons en question « *interprètent nos sentiments et nos problèmes* ». Ce qui compte pour eux dans ces chansons, ce n'est plus seulement le rythme ou la mélodie, mais les paroles et les problèmes de l'amour, en tant que « *seul thème vraiment universel* », exprimé selon une problématique de l'adolescence. Une génération se reconnaît dans une certaine production musicale. Remarquons que non seulement ils usent de cette musique mais ils l'assument comme leur emblème, de la même façon qu'une autre génération avait assumé le jazz. Mais le fait d'assumer le jazz signifiait, en plus d'une adhésion instinctive à l'esprit du temps, un projet culturel élémentaire, le choix d'une musique liée à des traditions populaires et au rythme de la vie contemporaine, le choix d'une dimension internationale et le refus d'un faux folklore local d'évasion que l'on identifiait *aux vingt années de fascisme* ou à la politique culturelle des téléphones blancs. Lorsque la nouvelle génération d'adolescents adopte des chanteurs adolescents, elle révèle un comportement plus immédiat, un choix instinctif des seules expressions de « *culture* » qui semblent interpréter vraiment la problématique d'une génération. Au point que (et nous nous référons toujours à l'enquête de Leydi) lorsqu'on les interroge sur l'influence que peut avoir sur leur choix l'action persuasive de l'industrie de la chanson, ils insistent avec énergie

sur le fait que c'est eux qui choisissent, qu'aucune campagne publicitaire n'influence vraiment leur comportement. Mais toute cette énergie tend non pas à résoudre le problème mais plutôt à le refuser parce que faux, à s'en débarrasser.

La situation en est d'autant plus dramatique et ambiguë. Car il existe d'une part (et nous le savons) un modelage continu du goût collectif par une industrie de la chanson qui crée, au moyen de ses vedettes et de leurs chansons, des modèles de comportement qui ensuite s'imposent effectivement. Et lorsque les jeunes gens pensent choisir les modèles sur la base de leur comportement individuel, ils ne voient pas combien ce comportement individuel est lui-même soumis aux déterminations continues et successives des modèles. D'autre part, les adolescents ne trouvent *aucune autre source de modèles* dans la société où ils vivent ; tout au moins, aucune source de modèles aussi énergiquement impérative. Mais il est de fait que l'industrie de la chanson pressent certaines tendances authentiques des groupes auxquelles elle s'adresse et qu'elle les satisfait. Dans cette même série d'articles on peut voir comment les réponses des jeunes révèlent à propos de « leur » chanson cette même satisfaction des exigences *d'idéalisation et d'intensification* des problèmes réels dont nous avons parlé précédemment.

Ainsi se pose le problème d'une source industrialisée unique des réponses à certaines exigences réelles. Mais, dans la mesure où cette source est industrialisée, elle n'essaye pas de satisfaire ces exigences mais plutôt de les relancer sous des formes toujours différentes. Le problème reste entier et la situation semble insoluble. En accusant la culture de masse, vous vous serez peut-être donné bonne conscience mais vous n'aurez fourni aucun objectif réel qui puisse remplacer l'objectif mythique que vous refusez à vos contemporains. Faites l'éloge de la fonction d'*ersatz* dont se pare la culture de masse et vous vous serez faits les complices de sa mystification perpétuelle. Un des phénomènes les plus représentatifs à ce sujet nous semble être celui de Rita Pavone, en tant que modèle de comportement. Le personnage de Rita Pavone est un cas type qui nous montre clairement l'ambiguïté inhérente à tous les phénomènes qui nous intéressent. Il nous semble puéris de prétendre liquider ce cas comme exemple de malfaçon industrielle. A proscrire également cet esprit d'exaltation, ce snobisme de l'intellectuel qui assiste aux rites publics consacrés à l'idole (trop heureux de se sentir « *masse* » pour un soir, tout en restant extérieur parce qu'ironique).

Dès ses premières apparitions sur scène, on s'est interrogé sur l'âge de Rita Pavone. Dans la réalité Rita Pavone aurait pu avoir dix-huit ans (ce qui a fini par arriver) le « *personnage Pavone* » oscillait lui entre treize et quinze ans. L'intérêt provoqué a toujours eu quelque chose de morbide. Il y avait dans cette fillette une sorte d'appel que l'on ne pouvait réduire aux catégories habituelles. La signification du cri de Mina était évidente. Mina était une femme épanouie, l'excitation musicale qu'elle provoquait

ne pouvait pas être séparée d'un certain intérêt érotique, même sublimé. Mais il n'y avait rien de malsain en cela. Le moraliste peut mépriser le succès du mythe Bardot, il n'en reste pas moins que le mythe Bardot s'appuie sur des tendances parfaitement naturelles même là où il joue sur le charme trouble de l'adolescente impudique. Le goût de l'impudeur fait partie des projets de notre mère nature. La signification du mythe Paul Anka était également évidente. Le remarquable court métrage *Lonely Boy* nous a montré avec un grand luxe de détails le genre de réactions hystériques que le chanteur provoquait aussi bien parmi la foule des *teen agers* accourues pour le voir que, (avec plus de retenue), parmi les vieilles dames d'un night club. Dans les deux cas une saine tendance érotique était à la base de ces réactions aberrantes. On peut rendre un homme fou en soulevant son désir sexuel mais il n'en reste pas moins que le désir sexuel est chose tout à fait normale.

Avec Rita Pavone au contraire on avait une sorte d'appât bien nuancé et bien moins précis. Rita Pavone était la première vedette de la chanson qui ne fut pas femme ; mais elle n'était pas non plus une enfant, dans le sens où le sont ces insupportables enfants prodiges. Le charme, l'attrait de Rita Pavone consistait dans le fait que ce qui jusqu'alors était un sujet réservé aux manuels de pédagogie et aux études sur l'âge de la puberté, devenait élément de spectacle. Les problèmes de l'âge du développement, ceux pour lesquels la jeune fille souffre de n'être plus une enfant et de n'être pas encore une femme, les troubles d'une tempête glandulaire qui ont généralement des résultats secrets et disgracieux, tout cela devenait chez elle déclaration publique, geste, théâtre, se faisait état de grâce. (...) Avec Rita Pavone la puberté se faisait ballet et entraînait de plein droit dans l'encyclopédie de l'érotisme, devant la communauté nationale toute entière. Il faut souligner que ceci se faisait au niveau de la masse, avec la bénédiction de la télévision d'Etat, donc sous les yeux de la nation consentante et non dans les pages d'un Nabokov, réservées à quelques amateurs cultivés et, tout au plus, à quelques adolescents curieux.

En ce sens Rita Pavone aurait pu devenir le point de référence d'une série inextricable de projections mythiques, à la fois symbole d'innocence et de corruption, au point de faire penser à son personnage comme à un chef d'œuvre de cruauté esclavagiste, à une victime de ces *comprachicos* dont parle Victor Hugo — victimes dont les traits étaient cruellement déformés dès la naissance pour en faire des monstres de foires. Mais si on avait arrêté artificiellement l'adolescence de cette fillette à l'époque de ses treize ans présumés, de façon à la donner en spectacle aux curieux de toutes sortes, le phénomène se serait immédiatement restreint. La culture de masse a dans sa recherche de la « médiété » une sorte de moralité mécanique qui lui fait refuser tout ce qui est anormal. Son unique souci est de se fixer sur une « normalité » qui ne gêne personne.

Ce qui est singulier donc, c'est que, dans les registres de l'Etat civil mythologique de l'industrie culturelle « légère », l'âge de Rita Pavone se soit

rapidement stabilisé aux environs de dix huit ans. Le spectacle avec lequel elle a momentanément abandonné la scène s'intitulait *Il n'est pas facile d'avoir dix huit ans*. C'est-à-dire qu'automatiquement, par une sorte d'homéostasie du marché, le personnage a trouvé son propre chemin et est devenu l'emblème d'une génération, modèle exemplaire d'une adolescence nationale qui fait des dix huit ans une sorte de point de référence autour duquel gravitent les problèmes de ceux qui n'ont pas encore dix huit ans et de ceux qui les ont à peine dépassés. Ainsi, Rita Pavone, du Cas Clinique qu'elle aurait pu être est devenue Norme Idéale et s'est établie comme Mythe.

En tant que mythe, elle incarne réellement les problèmes de ses *fans* : les anxiétés de l'amour non partagé, les dépités de l'amour contrarié, (dans lequel la situation de Roméo et Juliette perd ses dimensions légendaires, qui empêcheraient les jeunes de se sentir concernés, mais prend l'aspect de la rencontre fugitive à la faveur des actes les plus quotidiens) le choix entre une danse gymnique, à fonction socialisante, et « *il ballo del mattone* »¹ à fonction érotique (mais en même temps le refus d'un érotisme généralisé, l'option érotique réservée à un seul, donc une déclaration sans équivoque de moralité, une façon de se distinguer de l'immoralité générique des adultes). Les cinq exigences que nous avons déjà posées comme hypothèses se trouvent, ici aussi, satisfaites : *idéalisation* et *intensification* de la vie quotidienne, *choc cathartique* du à l'intensité du cri, *qualité technique* d'un nouveau phrasé mélodique et apprécié comme tel, *évasion* du monde construit par les adultes grâce à la création d'un monde privé et réservé à l'adolescence et que la chanteuse actualise. La chanson et le personnage qui chante ne deviennent pas Mythe par hasard. Ils répondent aux attentes du public.

Mais, et c'est ici que se trouve la contradiction, ils y répondent parfaitement parce qu'en même temps ils ont un rôle préétabli dont les jeunes ne soupçonnent même pas l'existence. *Le Mythe Pavone fait en sorte que les problèmes de l'adolescence conservent une forme générique*. L'adolescence, grâce à la mystification vécue du mythe, reste une classification biologique et n'est pas confrontée aux conditions historiques du monde dans lequel vit l'adolescent.

Si nous lisons les réponses des jeunes aux différentes questions proposées par *l'Almanacco Bompiani 1964*, nous y trouverons une vision encore plus nette de l'adolescence comme classe biologique, qui refuse tout partage de responsabilité avec le monde dans lequel elle vit, qu'elle trouve *donné* par les adultes, et auquel elle s'oppose par des programmes et des manœuvres qui contestent les structures préparées par les adultes, mais sans prévoir concrètement de structures de rechange. Un des succès de Rita Pavone, *Donnez-moi un marteau*, qui, auparavant déjà, faisait fureur

1. Danse pendant laquelle le couple enlacé se déplace sur une surface très réduite (N. D. T.).

en France, illustre bien cette volonté de couper les problèmes de leur contexte historique. Prétexte à la danse, la chanson se présente comme l'expression d'un anarchisme juvénile effronté, comme un programme déclaré *contre* quelque chose. L'important n'est pas la chose contre laquelle on se révolte mais l'énergie que l'on emploie à cette protestation. En réalité la chanson est la standardisation rythmique (selon des modes que d'autres analyses de Liberovici aident à comprendre) de la chanson américaine *If I had a Hammer*. Dans la chanson américaine les allusions politiques sont beaucoup plus claires et la protestation se fait contre des objectifs réels et historiques. Le marteau dont on parle est à l'origine le marteau du juge : « *Si j'avais le marteau du juge, je voudrais frapper fort, pour dire les dangers que nous encourons* ». L'auteur, Pete Seeger, a été condamné pour ses chansons, par la Commission des Activités Anti-américaines. Rita Pavone, elle, veut un marteau pour : 1) le casser sur la tête de « cette chipie » qui accapare l'attention de tous les garçons de la fête ; 2) frapper tous ceux qui dansent en se serrant de trop près dans une pénombre propice ; 3) casser le téléphone pour ne pas entendre la voix de maman nous rappeler qu'il est l'heure de rentrer.

Ainsi voyons-nous un message doté d'une signification propre, dont on n'utilise que la configuration superficielle chargée elle-même d'un message à la seconde puissance, s'aplatir en une signification nouvelle à fonction consolatrice, comme pour satisfaire une exigence inconsciente de tranquillisation. En ce sens, comme le dit Roland Barthes, le Mythe est toujours à droite.

Est-ce qu'une opération culturelle comparable à celle qui a été entreprise par les auteurs de la chanson « *différente* » peut être réalisée au niveau de la chanson de consommation, en tenant compte toutefois des exigences profondes que même la chanson d'évasion la plus banale exprime à sa façon ?

Ou bien, une chanson sera-t-elle « *différente* » dans la mesure où elle refusera la popularité, les circuits commerciaux, puisque dans le contexte actuel, pour s'industrialiser la chanson ne peut qu'emprunter les voies du Mythe mystificateur, producteur d'existences fictives ?

Même dans ce cas — et si la solution aux problèmes d'une culture de masse ne résidait pas dans le renouvellement des formes culturelles à l'intérieur d'un contexte donné, mais dans la modification radicale du contexte lui-même, pour donner ensuite un sens nouveau aux formes de toujours — une analyse toujours plus approfondie des comportements de jouissance du produit artistique de consommation ne pourrait que mieux nous renseigner sur le milieu dans lequel nous vivons.

UMBERTO ECO
Université de Turin.

(Traduit de l'italien par Jeanne Imhauser)