

COMPTE RENDU NON THÉMATIQUE



GAFFNEY John et Diana HOLMES (dir.), 2007, *Stardom in Postwar France*. New York, Berghahn Books, coll. Polygons, 239 p., bibliogr., index (Yves Laberge)

Ouvrage difficile à trouver en librairie, *Stardom in Postwar France* juxtapose neuf chapitres, encadrés par une introduction et une conclusion rédigées par les coresponsables du projet. Ce collectif s'inscrit dans la continuité du courant britannique des *Cultural Studies* et de l'étude plus récente de la *Celebrity Culture* (Hills 2002 ; Marshall 2006). Depuis une décennie, les recherches universitaires sur le vedettariat connaissent une certaine effervescence dans les pays anglo-saxons (avec les deux auteurs précités, entre autres), mais on oublie trop souvent que des ouvrages fondamentaux (et pionniers) sur ce sujet avaient été publiés en France il y a plus d'un demi-siècle, empruntant aux approches sociologiques et sémiologiques (Morin 1957 ; Barthes 1957). Encore récemment, Jérôme Garcin publiait une série de *Nouvelles mythologies* portant sur de nouveaux objets de culte profane, réaffirmant à cinquante années de distance les intuitions initiales de Roland Barthes et d'Edgar Morin dans des applications complètement différentes (Garcin 2007).

Il faut reconnaître que les chapitres de *Stardom in Postwar France* touchent exactement les phénomènes les plus significatifs du vedettariat tel que vécu dans la France d'après-guerre. Les auteurs, pour la plupart de Grande-Bretagne, ont habilement réussi à cerner la construction sociale de plusieurs stars françaises – de niveau international – dans les domaines littéraire, intellectuel, sportif, cinématographique, mais également politique. Les dix textes proposent successivement des thèmes précis : un rappel de l'apport initial de Roland Barthes et d'Edgar Morin (chap. 2) ; le personnage de femme libérée créé par Brigitte Bardot et tel que construit dans ses films *Et Dieu créa la femme* et *En Cas de malheur* au cours des années 1950 (chap. 3) ; le chanteur Johnny Hallyday en tant que modèle masculin authentiquement français, en dépit de l'indéniable influence américaine (chap. 4). On examine ensuite une série de cas célèbres : le champion cycliste Raymond Poulidor (chap. 5) ; le cinéaste Jean-Luc Godard en tant qu'auteur et vedette (chap. 6) ; Claude Lévi-Strauss en tant qu'intellectuel célèbre – et célébré (chap. 7) ; le mythe autour de la romancière Françoise Sagan (chap. 8) ; et enfin le général Charles de Gaulle, personnage ressurgi du passé de la France, au moment de son retour en tant que président de la République (chap. 9). Toutes ces études de cas portent précisément sur la France d'avant Mai 68.

Dans leur introduction, les responsables définissent la star comme étant suffisamment célèbre pour être reconnue en-dehors de son milieu ou au-delà du cercle des experts de son domaine (p. 7). Le lecteur francophone remarquera peut-être dans ce livre que le cadre conceptuel et les principales références théoriques de certains chapitres (sauf les deux premiers) se limitent presque exclusivement à des bibliographies de langue anglaise, bien qu'il s'agisse d'études portant spécifiquement sur des phénomènes centrés sur la France. Ainsi, les deux chapitres sur le cinéma français se réfèrent principalement aux écrits théoriques de Laura Mulvey et de Ginette Vincendeau qui ont été publiés en Angleterre, mais ne mentionnent pratiquement aucun ouvrage en français, sauf les autobiographies de Brigitte Bardot (p. 46). En ce sens, les approches théoriques élaborées ici différeront significativement de celles habituellement accessibles aux

lecteurs français. Ceci n'est pas un reproche ou un manquement, mais au contraire une occasion de découvrir d'autres sources et d'autres approches méthodologiques. Ainsi, plusieurs auteurs utiliseront le concept d'icône, emprunté au vocabulaire des *Cultural Studies* (pp. 13, 42, 82, 152, 173) pour identifier les célébrités qui ont transcendé leur époque. Ailleurs, on s'intéressera à la masculinité des certains personnages publics, de Johnny Hallyday au Général de Gaulle, afin de saisir les différents types d'identité masculine qui auront été créés (pp. 19, 56, 97, 203). Sauf exception, ces deux termes sont moins fréquents dans les recherches françaises.

Peut-être le plus approfondi du livre, le chapitre de Christopher Johnson («The Intellectual as Celebrity») sur le personnage public de Claude Lévi-Strauss (et sur la réception de ses principaux livres) réussit admirablement à situer le célèbre anthropologue dans le mouvement des idées de son époque. Le mouvement structuraliste est ici mis en perspective, voire en opposition face à l'existentialisme sartrien (p. 164). Autrement dit, il n'est pas tant question d'anthropologie dans ce chapitre, que de la place de l'anthropologue comme célébrité dans l'espace public français des années 1960.

Quelques imprécisions mineures subsistent ici et là : la fameuse guitare électrique mise au point par Leo Fender était la «Stratocaster» et non la «Broadcaster» (p. 75) ; par ailleurs, si Robert Escarpit (1918-2000) écrivait pour *Le Monde*, il était d'abord un universitaire et un écrivain avant d'être un journaliste (p. 96). Néanmoins, ces vétilles ne devraient pas nous faire oublier que *Stardom in Postwar France* est un excellent livre, original et instructif, autant pour les chercheurs comme pour les étudiants du niveau du baccalauréat, que ce soit en anthropologie culturelle, en sociologie de la culture ou en études françaises. Pour les anthropologues adoptant une approche comparative, c'est l'occasion d'observer comment des collègues anglo-saxons perçoivent de l'extérieur la culture hexagonale.

Références

- BARTHES R., 1957, *Mythologies*. Paris, Éditions du Seuil.
- GARCIN J. (dir.), 2007, *Nouvelles mythologies*. Paris, Éditions du Seuil.
- HILLS M., 2002, *Fan Cultures*. Londres, Routledge.
- MARSHALL D.P. (dir.), 2006, *The Celebrity Culture Reader*. Londres, Routledge.
- MORIN E., 1957, *Les Stars*. Paris, Éditions du Seuil.

Yves Laberge
Faculté de philosophie
Université Laval, Québec (Québec), Canada