



Dire et Chanter Les Passions
DCLP



REVUE

INTERNATIONALE



DIRE ET



CHANTER



LES PASSIONS



05 *Vocalité et identité*

septembre 2026

Directeurs de la revue :

Marc JEANNIN et David POULIQUEN

Directeur de publication :

Jean-François BIANCO

Revue à comité de lecture

Directeurs de la revue

Marc JEANNIN	Université d'Angers
David POULIQUEN	Université de Rennes 2

Directeur de publication

Jean-François BIANCO	Université d'Angers
----------------------	---------------------

Direction scientifique

Matteo CASARI	Alma Mater Studiorum, Università di Bologna
Adrian GRAFE	Université d'Artois
Danièle PISTONE	Sorbonne Université

Comité scientifique

Angela ALBANESE	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
Carlo ALTINI	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
Patrick BARBAN	Université du Havre
Marina BONDI	Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia
Philippe BLAUDEAU	Université d'Angers
Jean-Noël CASTORIO	Université du Havre
Fabio CEPPELLI	Teatro Comunale Modena Pavarotti-Freni
Carole CHRISTEN	Université du Havre
Golda COHEN	Université d'Angers
Norbert COL	Université de Bretagne Sud
Carl GOMBRICH	The London Interdisciplinary School
Simon LEADER	The Leys School
Marie NGO NKANA	Université de Strasbourg
Jean-Yves LE JUGE	Festival de musique baroque de Quélven
Nicola PASQUALICCHIO	Università di Verona
Paul PHILLIPS	Stanford University
Geoffrey RATOUIS	Université d'Angers
Sophie ROCH-VEIRAS	Université Catholique de l'Ouest
Clair ROWDEN	Cardiff University School of Music

Équipe éditoriale

Marine VASLIN
Lisa FISCHER
Marjorie GRANDIS

**Revue internationale Dire et Chanter Les Passions,
Numéro 5, Vocalité et identité**

Direction d'ouvrage

Pierre FARGETON

Direction du numéro

Marc JEANNIN

Webmaster

Dominique RIBALET

Revue en libre accès disponible sur : www.dclp.eu/revue-dclp

Langues de publication : français, italien, anglais

Contact : contact-revue-dclp@dclp.eu

© Dire et Chanter Les Passions, 2026. Tous droits réservés.

Cette publication est mise à disposition sous licence

Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 International.



ISSN : 2804-0074

La *Revue internationale Dire et Chanter Les Passions* (revue DCLP) est une revue à comité de lecture qui publie des articles rattachés à la thématique principale de l'expression des passions, des émotions, des voix, des talents, des savoir-faire, et des formes artistiques. Ancrée dans le champ des sciences humaines et sociales, elle accueille des travaux interdisciplinaires fondés sur une pluralité d'approches théoriques et méthodologiques. La revue DCLP publie dans le domaine des sciences humaines et sociales, en format numérique et/ou papier, des articles émanant de chercheurs, d'experts, de spécialistes, d'artistes et de personnalités rayonnant dans une sphère nationale et/ou internationale. À travers des numéros thématiques, des hors-séries et une rubrique varia, la revue DCLP affirme sa volonté de favoriser le dialogue entre les disciplines, le décroisement des savoirs et la diffusion des connaissances.

« LIKE AN AMERICAN SWOONER » : LES IDENTITÉS AMÉRICAINES DE JEAN SABLON

Pierre Fargeton
Université Jean-Monnet, Saint-Étienne, IHRIM

Quoiqu'assez largement relégué par la canonisation de Charles Trenet en « Swing Troubadour¹ », Jean Sablon est assez largement reconnu comme « celui qui fut le premier *crooner* français² », selon l'expression d'un ouvrage généraliste qui, significativement, commence avec Trenet – et ne convoque donc Sablon que comme une figure préparatoire (pré-historique) d'un monde de la chanson encore mal dessiné : un pionnier méritoire mais accessoire. Alors que la mémoire de Trenet s'entretient sans discontinuer par d'innombrables publications de tous ordres (biographies généralistes³, biographies thématiques⁴ ou ciblées⁵, romans⁶, colloques⁷ et publications universitaires⁸, puis sur le plan

¹ D'après le titre de la chanson de 1941 (*Swing Troubadour*, Columbia DF2838) qui marquera durablement la réception de Trenet comme importateur du swing dans la chanson.

² Lucien Rioux, *50 ans de chanson française. De Trenet à Bruel*, Paris, L'Archipel, 1992, p. 88.

³ Parmi beaucoup de livres, citons notamment Valentin Schmite, *La Révolution Trenet*, Vanves, EPA, 2021 ; Noël Balen, *Trenet*, Paris, France-Empire, 2013 ; Jean-Philippe Ségot, *Charles Trenet à ciel ouvert*, Paris, Fayard, 2013 ; Richard Cannavo, *Monsieur Trenet*, Paris, Plon, 2001.

⁴ Jacques Pessis, *Trenet : le philosophe du bonheur*, Paris, L'Archipel, 2011.

⁵ Par exemple sur les polémiques (collaboration et pédophilie) qui émaillèrent la vie du chanteur : Jacques Pessis, *Trenet hors chant*, L'archipel, Kennes, 2021.

⁶ Olivier Charneux, *Le Prix de la joie. Été 1963, l'affaire Trenet*, Paris, Séguier, 2020.

⁷ Colloque International « Charles Trenet : *Que reste-t-il de ses beaux jours ?* », 28, 29, 30 novembre 2018, Université Polytechnique Hauts-de-France.

⁸ En particulier la publication des actes du colloque de 2018 : *Charles Trenet : que reste-t-il de ses beaux jours ?*, Audrey Coudeville-Vue, Sarra Khaled, Colette Lucidarme, Catherine Thomas (éd.), Aix-en-Provence, Presses Universitaires de Provence, coll. Chants Sons, 2021. On citera aussi quelques travaux issus de disciplines variées : Frédéric Colin, « On a assassiné Trenet ! », *Les Cahiers du CRA*, n° 11, mai 2007, p. 21-23 ; Joël July, « Charles Trenet », *Le Bonheur*.

sonore par des rééditions pléthoriques dont d'imposantes « anthologies »⁹ et une méthodique « intégrale »¹⁰ toujours en cours, sans parler de séries ou podcasts radiophoniques¹¹), la persistance de Jean Sablon reste beaucoup plus diffuse, moins ancrée aujourd'hui dans les représentations communes car moins exposée à la connaissance du grand public – à l'exception de quelques notoires initiatives récentes sur des médias publics¹² –, et essentiellement portée par les efforts individuels de quelques spécialistes et passionnés, ayant conduit à la seule biographie existante¹³, renchérie d'un riche album d'archives personnelles¹⁴. Entre Sablon et Trenet (qui n'ont que sept ans de différence), la « surface mémorielle », si l'on peut dire, est sans commune mesure de l'un à l'autre en France. Si la personnalité des deux chanteurs (modestie/ambition), leurs stratégies de carrière, et les mystères toujours partiellement indéchiffrables des processus de légitimation, de patrimonialisation, d'auratisation¹⁵ des vedettes populaires et des « grands hommes » des mondes de la culture, sont probablement en cause, la différence principale d'inscription dans l'historiographie, au détriment de Sablon et au bénéfice de Trenet, tient néanmoins surtout au fait que Trenet est également un *auteur*, un parolier, et à l'*auctorialité* que lui confère le statut valorisé d'auteur-compositeur-interprète (ACI) dans un régime,

Dictionnaire historique et critique, Michèle Gally (éd.), Paris, CNRS, 2019, p. 115-117 ; Julie Kuzmina, « Prosodie chez Charles Trenet : la métrique du français, le rythme de jazz et les jeux vocaux de l'interprète », *ATeM (Archiv für Textmusikforschung)*, vol. 7, n°1, janvier 2023, p. 1-13.

⁹ On peut citer *Y'a d'la joie*, coffret de 19 CDs, Paris Parlophone, 2017.

¹⁰ *Intégrale Charles Trenet*, commencée sous la direction de Daniel Nevers en 1996, puis de Pascal Halbeher et Vincent Lisita. Le vol. 14 (1957-1961) est paru en août 2024.

¹¹ Par exemple la série en 9 épisodes *Tout l'été pour Trenet* de Didier Varrod, diffusée sur *France Inter* durant l'été 2011.

¹² Citons particulièrement la série de 4 épisodes de l'émission *Tour de chant*, de Martin Pénet, diffusée en mars 2024 sur *France Musique*, sous le titre (décliné en quatre sous-titres) « Jean Sablon, le "French troubadour" ».

¹³ Philippe Jadin & Charles Langhendries, *Jean Sablon. Le gentleman de la chanson*, Saint-Cyr-sur-Loire, Christian Pirot, 2002.

¹⁴ Philippe Jadin & Charles Langhendries, *Jean Sablon*, Montreuil, Gourcuff Gradenigo, 2014.

¹⁵ Le processus qui désigne la montée en puissance de l'aura que leur confère l'engouement de la multitude.

celui de la *chanson française*, qui s'est en partie construit sur le mode de l'exceptionnalité, opposant aux musiques légères et superficielles de la *pop music* anglo-étatsunienne une forme d'art chansonnier auréolé de qualité littéraire voire lettrée¹⁶. Dans cette acception de la chanson – et partant du chanteur –, l'avantage de Trenet sur Sablon est en effet total. Un journaliste new-yorkais, souhaitant en 1947 présenter à ses lecteurs un Trenet encore majoritairement inconnu, le résume de façon lapidaire comme suit : « Charles Trenet. Prononcez Sharl, comme dans Boyer. Il est une sorte de mélange entre Jean Sablon et Chevalier, seulement il écrit les choses que Sablon chante¹⁷ ».

Pour identifier le nouveau Frenchie, il faut donc en passer par la scène (le canotier de Chevalier se réincarnant dans le chapeau-feutre de Trenet), par la performance vocale (qui semble unir Trenet et Sablon dans un même modèle américanisant – swing), et par l'écran (l'acteur franco-américain Charles Boyer devenu vedette hollywoodienne). « Seulement il écrit les choses que Sablon chante » : voilà la nuance capitale. Une qualité qui arrive en dernier aux États-Unis, où les rôles sont plus volontiers distincts (d'un côté l'on révère de grands *songwriters*, comme Cole Porter, Irving Berlin ou Richard Rodgers, sans penser à regretter qu'ils ne soient pas de grands interprètes ; de l'autre on encense Gene Austin, Frank Sinatra ou Louis Prima, sans s'offusquer de ce qu'ils chantent le plus souvent les chansons des autres). En France au contraire, la qualité d'ACI semble capable, après-guerre du moins¹⁸, de renverser l'ordre des valeurs et de s'ériger en critère

¹⁶ Cette thèse a notamment été défendue par David Looseley, *Popular Music in Contemporary France. Authenticity, Politics, Debate*, New York: Berg, 2003. Voir en particulier le chapitre 4 « Chanson as National Myth: The Authenticity Debate ».

¹⁷ George Benjamin, « Vision in White », *Modern Screen*, January 1947, p. 113. « Charles Trenet. You pronounce it Sharl, as in Boyer. He's a sort of combination of Jean Sablon and Chevalier, only he writes the things Sablon sings ».

¹⁸ Cette qualité, précisément reconnue à Jean Tranchant, ACI remarqué au cours des années 1930 pour la teneur particulièrement littéraire des paroles de ses chansons, ne suffit pas à l'identifier durablement comme une figure patrimoniale de la *chanson française* en tant que catégorie encodée symboliquement (en opposition au modèle perçu comme futile et commercial des chansons anglo-étatsuniennes), c'est-à-dire comme forme *distinguée*. Malgré cette particularité, Tranchant est nettement supplanté par la notoriété de Jean Sablon (qui n'écrit ni ses paroles ni ses mélodies), de Mireille (qui n'écrit pas ses paroles), ou encore

déterminant du processus de légitimation¹⁹. Si Trenet, en raison de la particularité de cette « exception française » cultivée comme caractéristique nationale, a pu s'imposer dans l'historiographie française de la chanson française, il reste qu'un dépouillement massif de la presse nord-américaine d'époque permet de prendre conscience de la surface médiatique au contraire incommensurablement plus grande de Jean Sablon, omniprésent notamment dans la décennie 1937-1947, qui le voit multiplier les engagements radiophoniques et les apparitions publiques, aux États-Unis comme au Canada²⁰, où un journaliste montréalais plaide symptomatiquement la supériorité de la performance (de Sablon) sur la matière-chanson (de Trenet) en ces termes :

Sablon possède une personnalité extraordinaire. Et il n'y a pas un chanteur français comprenant et interprétant aussi bien que lui le rythme américain. [...] Ceux qui ont entendu sa version de *J'ai ta main* en conviendront sans aucun doute ; Sablon a tellement avantagé cette mélodie qu'on croirait que c'est lui qui l'a composée et que Trenet, le véritable auteur, l'a démolie. C'est cette culture musicale et ce sens du rythme populaire qui font de Sablon un chanteur français à part, qui dans son genre, éclipse tous ses rivaux²¹.

de la jeune Édith Piaf (qui fait notamment appel à Marguerite Monnot pour les paroles et Michel Emer pour la musique). De la même façon, la réputation d'interprètes aussi célèbres qu'Yvette Guilbert ou Mistinguett n'a jamais eu à souffrir de ce qu'elles n'écrivaient ni leurs paroles ni leurs musiques, ce qui incline à penser que le primat de la performance n'est pas fondamentalement une caractéristique américaine ni un fait d'américanisation ; c'est plutôt la place éminente accordée à l'ACI dans le processus de singularisation de la *chanson française* qui peut en donner l'impression.

¹⁹ Ce qui n'empêche pas la survivance du modèle de division des tâches, qui continue par exemple à s'incarner dans le modèle d'Yves Montand ou de Patachou, uniquement interprètes. Mais avec la lignée Barbara-Brassens-Brel-Ferrat-Ferré-Gainsbourg s'impose malgré tout un modèle d'ACI à la française qui met l'auctorialité littéraire au cœur du processus de légitimation et de distinction.

²⁰ Voir notamment les chapitres 10 à 15 de *Jean Sablon. Le gentleman de la chanson*.

²¹ S. n., « Nouveaux succès de Jean Sablon au cabaret "Tic Toc" », *L'Illustration nouvelle* [Montréal], 1^{er} février 1939, p. 9.

La « propriété symbolique » de la chose chantée revient ici à celui qui la chante (« on croirait que c'est lui qui l'a composée ») plutôt qu'à celui qui l'a conçue. C'est donc comme « performeur » vocal que Sablon conquiert son public américain, qualité suffisante pour l'imposer sur la plupart de ses confrères – seul Maurice Chevalier l'ayant précédé par une notoriété dans son cas prioritairement appuyée sur l'image, par le biais de sa carrière cinématographique²². Or cette qualité est d'emblée reliée à une forme d'américanité (« le rythme américain ») et, en effet, se trouve rapidement et bientôt systématiquement confirmée, dans l'association de Sablon avec un type de vocalité identifiant une forme plus spécifiquement étatsunienne d'américanité : le *crooning*.

Le présent texte s'attache ainsi à questionner et préciser les rouages et les enjeux de cette identification américaine d'un chanteur français, ici observée à travers la vocalité de Jean Sablon, en s'intéressant à sa réception, principalement dans les années 1930 et 1940, dans le sous-continent nord-américain – à l'occasion élargi à la sphère anglophone (Royaume-Uni, Australie) et à l'Amérique du Sud – et pour ce faire au plan des représentations (le chic français et les stéréotypes francophiles de l'imagerie parisienne, les assignations chauvines, l'ambiguïté de la perception genrée des *crooners*).

LE *GALLIC-APPEAL*, UN PARADIGME NATIONAL

Depuis le début de sa notoriété étatsunienne, au milieu des années 1930, Jean Sablon est renvoyé outre-Atlantique à la figure du *crooner*, c'est-à-dire du chanteur de charme à l'américaine, dont il

²² Mick LaSalle, dans son ouvrage sur la masculinité étatsunienne, note que « si une érection avait une personnalité, elle agirait comme Chevalier dans des films tels que *Le Lieutenant souriant* (1931), *Une heure avec vous* (1932) et *Aimez-moi ce soir* (1932). Son énergie est implacable. Il respire l'insinuation ». Ce paradigme cinématographique se déplace, avec les *crooners*, vers un paradigme sonore. Le modèle devient alors : « si une érection avait une voix, elle chanterait comme... ». Mick LaSalle, *Dangerous Men: Pre-Code Hollywood and the Birth of the Modern Man*, New York, MacMillan, 2014. « If an erection had a personality, it would act like Chevalier in films such as *The Smiling Lieutenant* (1931), *One Hour with You* (1932), and *Love Me Tonight* (1932). His energy is relentless. He exudes insinuation ».

incarne un exemplaire français, qualité nationale doublement avantageuse car elle joue aussi bien sur la fibre de la francophilie américaine et ses images d'Épinal, que sur la fibre de la fierté nationale de voir une vedette étrangère adopter un modèle inventé sur le sol étatsunien. Le charme de la vieille France et le mythe d'une France millénaire se matérialisent d'abord par un terme qui revient sans cesse, à toute époque de la carrière du chanteur : *gaulois*. Jean Sablon est « *the Gallic singing star*²³ » ou « *the Gallic baritone*²⁴ ». Cette gauloiserie (un terme évidemment jamais utilisé dans l'hexagone, où il possède de tout autres résonances et une connotation rabelaisienne en total contre-emploi avec Sablon) fonctionne comme un exotisme, qui pare le chanteur d'un charme spécifique, « le charme du "Bonjour" français²⁵ » prononcé à la radio, comme l'écrit un journaliste québécois. Charme qui suffit à réveiller la magie d'un Paris de carte postale, ici sous la plume d'un critique new-yorkais :

Jetons des confettis tricolores vers le ciel bleu. M. Sablon, qui allie l'aisance d'un *crooner* américain au charme gaulois, évoque une nuit à Paris sous la pluie et la chaleur de l'amour. Il va à la rencontre de son public et, comme par magie, le touche²⁶.

Puisqu'il incarne si bien Paris, Sablon se confond avec la France : « Il est élégant, intelligent et très, très français, ce Jean Sablon qui vous fait découvrir les boulevards et les quais de Paris en histoires et en chansons. Disons que Sablon et la France sont synonymes²⁷ ».

²³ S. n., « After Dark. News ad Comment of the Night Clubs », *Evening Star* [Washington], December 25, 1945, p. A-9.

²⁴ Virginia Vale, « Star Dust. Stage. Screen. Radio », *St. Ignatius Post* [St. Ignatius – Canada], December 05, 1946, p. 3.

²⁵ S. n., « Spectacles. Cinéma. Radio », *L'Illustration nouvelle* [Montréal], 13 mars 1939, p. 12.

²⁶ William A. Raidy, cité dans une publicité en forme de revue de presse dans *Variety* [N.Y.], 20 December 1961, p. 49. « *Let us throw tri-color confetti to the blue skies. M. Sablon, who combines the ease of an American crooner with the charm of Gaul recalls rainy night in Paris and the warmth of love. He reaches out to his audience and, with magic, touches them.* »

²⁷ Lee Mortimer, « The Same Old Sablon: The Greatest, That Is », *New York Mirror* [N.Y.], November 27, 1961, reproduit dans Jadin & Langhendries, *Jean*

Ainsi s'installe un chaînage entre un exotisme francophile, la qualité de *crooner* à la française et les lieux symboliques de la capitale, repliés dans un même magnétisme de la vocalité sablonienne (il y a un « *Gallic appeal* » comme il y a un *sex-appeal*) :

Où réside, alors, l'attrait gaulois ? Principalement chez Jean Sablon, le *crooner* des Champs-Élysées, qui durant les cinq dernières années, a fait se pâmer les Françaises au son de sa voix gramophonique²⁸.

Cette dernière chronique, de 1939, marque également deux aspects-clé de l'identification américaine de Sablon : une certaine assignation genrée et une matérialité ambiguë de la voix (ici « gramphonique »). Deux éléments qui convergent dans un terme régulièrement appliqué à Sablon : « *romantic* », qu'il faut entendre dans son acception américaine, c'est-à-dire séduisant, mais avec une forme de sensualité qui est aussi consensualité. Un qualificatif dont la presse anglophone britannique relaie largement le signifiant, décrivant Sablon comme une « caressante voix calme²⁹ » ou encore une « voix chaude et riche, sans égale³⁰ ». Il est le « *suave Jean Sablon*³¹ », le « *velvet-voiced Jean Sablon*³² » [à voix de velours], plus simplement encore « *the tuneful singer*³³ » [le chanteur mélodieux]. Le charme « gaulois » qui éveille tous les stéréotypes francophiles est déjà encapsulé dans le charme de sa voix, qui lui-même émane d'une présence et d'une apparence charmantes, dans une sorte de syncrétisme du charme où fusionnent le registre physique

Sablon, p. 89. « *He's smooth and smart and very, very French, this Jean Sablon who brings the boulevards and quays of Paris to you in story and song. Let's say Sablon and France are synonymous* ».

²⁸ S. n., « In New York », *The Waterbury Evening Democrat* [Waterbury – US], June 23, 1939, p. 6. « *Where, then, is the Gallic appeal? Mainly in Jean Sablon, the crooner from the Champs Elysees, who for the past five years or so, has made Frenchwomen swoon at the sound of his gramphonic voice* ».

²⁹ S. n., « And now Jean Sablon », *Daily News* [Londres], 16 March 1948 p. 3.

³⁰ S. n., « Jean Sablon sera à "Chantons en Chœur" », *La Patrie* [Montréal], 6 avril 1937, p. 14.

³¹ S. n., « Last Night's Listening », *Daily Express* [Londres], 23 December 1936, p. 15.

³² Brève dans le *Sunday Mirror* [Londres], 4 January 1948, p. 11.

³³ S. n., « Radio Programs », *Belfast Telegraph* [Belfast], 28 May 1940, p. 3.

(charmant jeune homme), le registre des représentations (il chante des morceaux charmants – c'est-à-dire éveillant le goût de la France, de son chic ou de son pittoresque), et le registre de la performance (il chante d'une façon charmante), ce que résume la formule anaphorique d'un critique londonien en 1939 : « C'est un charmant jeune homme qui chante de charmants morceaux d'une charmante façon³⁴ ». Bref, il est « le prince charmant de la chanson française³⁵ ».



Figure 1 – Encart publicitaire pour Jean Sablon,
« Le prince charmant de La Chanson Française » au cinéma « Cambrai », à Québec
L'Événement-journal [Québec], 11 février 1939

Le charme gaulois, néanmoins, n'est que superficiellement lié à la France, comme le montre l'épithète « *continental* », régulièrement employée comme substitut plus générique, au profit des mêmes stéréotypes exotiques (la publicité de l'industrie du tabac prétend qu'« il allume même ses Camel avec un charme continental³⁶ »).

Il ne faut pas longtemps pour que le « *romantic French singer*³⁷ » se voie appliquer un terme là encore emprunté à l'imaginaire de la

³⁴ S. n., « Radio », *Weekly Dispatch* [Londres], 8 October 1939, p. 14. « *He is a charming young man who sings charming numbers in a charming way* ».

³⁵ Voir notamment l'encart publicitaire dans le grand quotidien de Québec, *L'Événement-journal*, 11 février 1939, p. 10.

³⁶ Voir Fig. 2.

³⁷ Harry Von Zell, « Radio Mirror Almanach. Sunday. Motto of the Day », *Radio Mirror* [N.Y.], May 1937, p. 46.

vieille Europe : celui de *troubadour*. Très populaire, notamment depuis le *Lonely Troubadour* de Rudy Vallée, l'un des premiers succès du *crooner* étatsunien en 1929, le terme est multiplement accolé au nom de Jean Sablon. En 1937, la presse annonce son arrivée imminente en tant que « *France's No. 1 troubadour*³⁸ ». Au cas où le signifiant de cet amour courtois du Nouveau monde ne serait pas parfaitement clair, on précise à l'occasion qu'il est un « *troubadour romantique* » (« *France's romantic troubadour*³⁹ »). Recruté comme vedette d'une émission radiophonique, il l'est en qualité de « *NBC's French troubador [sic]*⁴⁰ », paramètre national qui, au crépuscule d'une impressionnante carrière internationale, l'érigera en « *troubadour mondial de la chanson française*⁴¹ ». Ce troubadour est donc *romantic*, français, mais aussi chic ou élégant (« *handsome French troubadour*⁴² »). Et cette qualité l'assigne rapidement à la fonction de chanteur pour la gente féminine, dans une forme de Sablonmania soigneusement cultivée :

On sait que les jeunes filles sensibles ont tendance à se trouver mal lorsque la *Sablon's touch* est appliquée, dans un souffle plein de romantisme, aux paroles françaises d'une chanson d'amour, et le Producteur a promis de tenir une grande provision de sels à portée de main lors de son engagement sur place pour traiter tous les cas de pâmoison [« *swooning* »] en bonne et due forme⁴³.

³⁸ Ray Fitzpatrick, « Roaming the Air Waves », *The Waterbury Democrat* [Waterbury – US], 15 February, 1937, p. 13.

³⁹ S. n., « Radio Features on Air Today », *The Washington Times* [Washington], 3 June, 1937, p. 25.

⁴⁰ S. n., « Sablon Signed for Recordings », *Radio Daily* [N.Y.], 23 September 1937, p. 2.

⁴¹ S. n., « Singer Jean Sablon died aged 87 », *The Scotsman* [Écosse], 26 February 1994, p. 10.

⁴² Tom Fizdale, « Listen to This », *The Hagerstown Globe* [Hagerstown – US], 7 October, 1938, p. 6.

⁴³ S. n., « After Dark. News ad Comment of the Night Clubs », *Evening Star* [Washington], December 25, 1945, p. A-9. « *Susceptible young girls are known to grow weak when the Sablon touch is applied, breathlessly and romantically, to the French lyrics of a song of love, and the Statler promised to have an ample supply of smelling salts on hand during his local engagement to handle all cases of bona fide swooning* ».

Le terme est lâché : « *swooning* ». Ses variantes lexicales (adjectif, verbe, substantif) sont centrales dans la compréhension du phénomène de société qu'est le *crooner*, et dans la déclinaison spécifique qu'en incarne Jean Sablon.

LE *SEX-APPEAL* DU *SWOONER*, UN PARADIGME DU CHARME

« *Swooning* » (« pâmoison ») est le maître-mot qui désigne l'effet produit par l'émetteur du « *crooning* ». À New York comme à Montréal, Sablon est attendu par des foules largement féminines sur le quai d'une gare, à la descente de l'avion ou à l'arrivée d'un bateau, pour ne rien dire du courrier pléthorique qu'il reçoit et des hordes de fans se pressant à la sortie de la radio ou des lieux de concerts (quoique ces derniers soient généralement des endroits que les tarifs prohibitifs réservent à une clientèle huppée), engouement qui précède largement le semblable « phénomène d'hystérie de masse⁴⁴ » que constatera en 1944 Bruce Bliven pour *The New Republic*, devant le succès de Frank Sinatra. Sablon « dispose d'une armée enragée de chercheuses d'autographes ; et des millions d'Américaines peuvent désormais l'entendre dans sa propre émission hebdomadaire diffusée d'un bout à l'autre du pays⁴⁵ ». Le magnétisme de la voix de Sablon peut désormais opérer partout aux États-Unis (et dans une bonne partie du Québec, qui capte la NBC). Plus une nord-américaine n'est à l'abri de tomber à son tour en pâmoison, car il faut être de bois ou d'acier pour ne pas succomber :

Jean Sablon, importé de Paris, séduit les femmes – dans plusieurs langues. La légende veut que la Statue de la Liberté se soit pâmée lorsque Jean Sablon est entré dans le port de New York. Si ce n'est pas le cas, la vieille fille est la seule personne de son sexe à ne pas être tombée en pâmoison

⁴⁴ Bruce Bliven, « The Voice and the Kids », *The New Republic* [Washington], 6 November 1944, p. 592, repris dans *The Frank Sinatra Reader*, Steven Petkov & Leonard Mustazza (ed.), New York, Oxford University Press, 1995, p. 30.

⁴⁵ Leslie Lieber, « Something for the girls », *Evening star* [Washington], 23 February, 1947, p. 21. « He commands a riotous army of autograph-seekers; and he can now be heard by millions of Americans on his own weekly coast-to-coast broadcast ».

devant le crooner le plus cosmopolite et le plus polyglotte du monde⁴⁶.

Il s'agit bien entendu d'une pâmoison de volupté, dont les résonances érotiques sont évidentes. Sans qu'il soit besoin de comprendre les paroles, chacun sait de quoi il retourne : « Bien qu'il chante en français, le public du monde entier comprend Sablon. Le sens est dans sa voix et dans ses yeux grivois⁴⁷ ». Le *crooner* Sablon est « l'homme qui fredonne en français et qui a dans la voix un baiser⁴⁸ ». Il chante comme on susurre les mots du plaisir dans la chambre à coucher : « Sa rentrée sera sans doute accueillie par de nombreux soupirs et une pâmoison généralisée [...]. Jean se spécialise dans les chansons sentimentales chantées à la manière de la chambre à coucher⁴⁹ ».

Susurrer, murmurer, fredonner, roucouler : ce sont divers sens du verbe « *to croon* », qui s'est finalement lexicalisé sous la forme désormais internationalement installée du *crooner*, là où un semblable processus s'observe jusqu'assez tardivement avec le verbe « *to swoon* », qui se décline en adjectif et en substantif – une journaliste américaine s'étonne d'ailleurs de ce que le chanteur français méconnaisse encore après-guerre « un terme aussi lié à son métier⁵⁰ », en moquant son accent anglais⁵¹. Sablon est ainsi « *the French swoon boy*⁵² », c'est-à-dire « le jeune tombeur français » ; il est

⁴⁶ « Jean Sablon, imported from Paris, is wowing the ladies – in more languages than one. There's a legend that the Statue of Liberty swooned when Jean Sablon sailed into New York harbor. If she didn't, the old girl is the only member of her sex who wasn't completely swoon-struck by the world's most cosmopolitan and multilingual crooner », Leslie Lieber, « Something for the girls », *Evening star* [Washington], February 23, 1947, p. 21.

⁴⁷ Ken Alden, « Facing music », *Radio Mirror* [N.Y.], January 1947, p. 8. « Although he sings in French, audiences everywhere understand Sablon. The meaning is in his voice and saucy eyes ».

⁴⁸ S. n., « Platter Chatter », *The West Georgian* [Carrollton – US], 27 November, 1947, p. 5.

⁴⁹ Norton Hugues Jonathan, « Chicago Letter », *Swing* [N.Y., Chicago, Kansas City], December 1945, p. 52. « His opening will undoubtedly be greeted with many sighs and a general swooning [...]. Jean specializes in sentimental songs sung in the bedroom manner »

⁵⁰ Leslie Lieber, « Something for the girls », *op. cit.* « a word so closely allied with his craft ».

⁵¹ « Zat word "swoon", he asked. "I hear eet so often – what does eet mean?" », *Ibidem*.

⁵² Jill Warren, « Words of Music », *Movieland* [Washington], February 1948, p. 68.

le meilleur « candidat français au titre de tombeur-roucouleur » (« *swoon-croon title*⁵³ »). Le *swooner*, c'est essentiel, porte *dans sa voix chantée* la charge érotique de son *crooning* – ce qui lui donne pour certains chroniqueurs une puissance supérieure aux vedettes de l'écran, qui ne sont qu'image, mouvement et parole. « Il y a plus de sexitude⁵⁴ dans ses cordes vocales que chez tous vos [Clark] Gables, [Robert] Taylors et [Tyrone] Powers⁵⁵ », affirme ainsi une plume du *Radio Daily* new-yorkais en 1937, tandis que pour un confrère de *Variety*, « l'un des aspects remarquables de son travail est son potentiel de sex-appeal pour l'élément féminin de l'auditoire⁵⁶ ». Cette charge érotique transparait aussi dans ses gestes et dans son corps, comme si la beauté physique était la simple matérialisation naturelle du son chanté. Une belle voix, c'est un beau physique ; c'est en tout cas ce qu'elle doit incarner et ce qu'elle doit promettre, comme le montrent plusieurs coupures de presse faisant le lien systématique entre beauté de la voix et physique « *romantic* » :

Récemment, lorsque Jean Sablon a chanté dans l'émission de Rudy Vallée, tous les recruteurs de l'industrie du film étaient à l'écoute. Immédiatement, les directeurs de studios télégraphièrent à leurs bureaux de New York pour qu'ils jettent un coup d'œil sur lui et le mettent sous contrat si son apparence était au moins aussi romantique que sa voix⁵⁷.

⁵³ Bob Wilson, « Up Town Down Town. New York Vignette », *The Globe-Independent* [Hagerstown – US], October 25, 1945, p. 6. « *Jean Sablon, the French entry for the swoon-croon title* »

⁵⁴ Néologisme utilisé ici pour rendre plus fidèlement le soubassement sexuel du terme « *sexiness* » que « sensualité ».

⁵⁵ S. n., « Main Street with Ol' Scoops Daly », *Radio Daily* [N.Y.], 20 September 1937, p. 4. « *Jean has more sexiness in his vocal cords than your Gables, Taylors and Powers* ».

⁵⁶ Odec, « Radio Review. Jean Sablon », *Variety* [N.Y.], 3 March 1937, p. 38. « *One thing about his work that makes itself noticeable is the potential s.a. for the femme element of listener* ».

⁵⁷ Virginia Vale, « Movie. Radio », *The Coolidge Examiner* [Coolidge – US], 25 March, 1937, p. 2. « *When Jean Sablon sang on the Rudy Vallée hour recently, all the film scouts were listening. Immediately studio heads telegraphed their New York offices to take a look at him and put him under contract if his appearance was half as romantic as his voice* ».

Enfin la charge érotique s'exprime jusque dans son rapport au microphone, souvent scruté. Un critique washingtonien se félicite par exemple qu'«il caresse le microphone comme un *swooner* américain⁵⁸», tandis qu'un confrère new-yorkais le met en garde contre une forme de promiscuité excessive entre lui et l'objet, qui risquerait de faire de l'ombre à sa relation avec le public :

Sablon est un peu collé au micro, ce qui devrait être corrigé, tout comme l'idée de le tenir si près de sa bouche qu'il en masque sa personnalité. Il serait sage, pour des raisons de personnalité, de chanter au-dessus du micro, plutôt que s'y enfouir aussi ardemment⁵⁹.

Après-guerre, un critique étatsunien coche même toutes les cases des attributs du *crooner*, rassemblant à partir du micro érotisé le *topos* du chanteur-courtisan, celui de l'artiste « gaulois », celui de l'imagerie parisienne et celui du charme « continental » :

Le micro tendrement serré dans ses bras, Jean Sablon courtise vocalement les femmes et les fait fondre avec ses chansons intimes et gauloises. Le balladin⁶⁰ parisien déborde de charme continental et lance une série de mots doux comme de la soie qui lui permettent d'emblée de s'imposer et de se rendre irrésistible auprès des filles⁶¹.

⁵⁸ Ken Alden, « Facing music », *Radio Mirror* [N.Y.], January 1947, p. 8. « *He caresses the microphone like an American swooner* »

⁵⁹ Abel, « New Acts in Niteries », *Variety* [N.Y.], 11 June 1941, p. 41. « *Sablon is a bit of mike-clutched., which should be corrected, as should also the idea of holding it so close to his mouth as to shadow his personality. He'd be wise, for personality purposes, to sing over it, than into it so assiduously* ».

⁶⁰ Je traduis volontairement « balladist » par le néologisme « balladin », qui symbolise idéalement l'hybridation entre le saltimbanque de la vieille Europe (baladin) et le chanteur de charme à l'américaine, dévolu à l'art de la « *ballad* ».

⁶¹ Bill Smith, « Night Club Reviews. Ciro's, Hollywood », *The Billboard*, 26 April 1947, p. 42. « *With the mike tenderly cradled in his arms, Jean Sablon vocally woos the fems and makes' em wilt with his intimate, Gallic song stylings. The Parisian balladist gushes with Continental charm and throws a line of smooth-as-silk patter that cinches him from the start as a click with the gals* ».

On lui reconnaît cette « touche de persuasion dans son *crooning*⁶² » qui fonctionne possiblement sur tous les publics, mais qui semble plus spécifiquement parler aux femmes, comme l'annoncent les journaux new-yorkais avant son engagement radiophonique prestigieux à la NBC en 1937 :

Jean Sablon, importation française mise en valeur par NBC, ne devrait pas avoir trop de mal à s'imposer. Ce gars a un style romantique de *crooning* qui plaira particulièrement aux femmes, et ne déplaira pas non plus aux hommes, car son travail vocal mélodieux est d'une veine apaisante et reposante⁶³.

Dès lors, l'assignation devient systématique, dans une presse nord-américaine imbibée d'une division genrée artificiellement construite à des fins de segmentation du marché (il faut susciter un marché du disque féminin comme on a suscité des *race records*⁶⁴). « Le style intimiste et romantique du *crooning* de Sablon », nous dit-on, « est un truc plaisant, spécialement pour les oreilles féminines⁶⁵ ». Sablon est tout bonnement « un chanteur français nouveau-venu qui terrasse les femmes folles de *crooners*⁶⁶ ».

⁶² S. n., « Comments on current programs. Vallee's Varieties », *Radio Daily* [N.Y.], 31 March 1937, p. 3. « *Sablon has a persuasive flavor in his crooning* », p. 2.

⁶³ S. n., « Air Parade in Review. Jean Sablon », *Radio Daily* [N.Y.], 31 March 1937, p. 5. « *Jean Sablon, French import who is being given a build-up by NBC, should have no great trouble catching on. The crooning lad has a romantic style that will particularly catch the fancy of the women, and won't displease the men either, for his melodious vocal work is in a soothing, restful vein* ».

⁶⁴ Peut-être plus timidement, cette logique de segmentation existe aussi au Canada, par exemple à travers « L'heure féminine », émission de la radio montréalaise CHLP qui consiste à diffuser des disques spécifiquement réclamés par les auditrices. Sans doute plus embryonnaire en France, la tendance s'observe aussi, notamment avec Radio-Luxembourg, qui diffuse dès 1935 l'émission pionnière « L'heure des dames et des demoiselles ». Voir Michèle Mattelart, « Les industries culturelles et le temps des femmes », *Les nouvelles chaînes*, Jean-Luc Maurer et al. (dir.), Graduate Institute Publications, coll. Cahiers de l'IUED, 1983, p. 248.

⁶⁵ S. n., « Air Parade in Review. Jean Sablon », *Radio Daily* [N.Y.], 27 March 1937, p. 5. « *Sablon's intimate and romantic style of crooning is pleasant stuff, especially for feminine ears* ».

⁶⁶ Christine Frederick, « Tea up », *Motion Picture* [Hollywood], August 1938, p. 11. « *A newcome French singer who's slaying the crooner-admiring femmes* ».

A LADIES' MAN: LA FABRIQUE GENRÉE DU CROONER

L'identification de Sablon comme chanteur pour femmes s'exporte d'ailleurs depuis New York ou Los Angeles vers l'Amérique du Sud (où la célébrité du chanteur est immense dès le début des années 1940), à travers la presse hispanophone distribuée dans la plupart des pays du sous-continent. « *El romántico cantante francés*⁶⁷ » ou « *el "divo" de la canción francesa*⁶⁸ », dans la presse mexicaine publiée depuis Los Angeles, est ainsi présenté à toute l'Amérique du Sud comme « la star de la chanson française et coqueluche des publics féminins⁶⁹ » – la presse québécoise (anglophone) confirme sur le même registre que « le public d'Argentine se pâme devant le *crooner* préféré de Montréal⁷⁰ ». Quelques années plus tard, les mêmes stéréotypes accompagnent Sablon en Australie. Un encart listant ses prochaines apparitions publiques précise ainsi : « Voici la Voix de Paris. Voici où pouvez le voir, escorté par les plus belles femmes de Melbourne⁷¹ ». Les mêmes éléments de communication circulent donc intensément depuis leur lieu de conception étatsunien.

Car loin d'être un fait de réception spontanée de la part de journalistes subjugués de la même façon, avec les mêmes mots, par les mêmes choses, il s'agit bien d'une fabrication délibérée d'un modèle d'identité de chanteur qui répond à une stratégie commerciale de segmentation décrite dans le détail par John Holt Baxter, du « Département des Artistes » de la radio NBC, dans une publication à usage interne, le *NBC Transmitter*, avec un certain

⁶⁷ Aldana, « Cual es el termómetro mas exacto de la popularidad ? », *La Opinión* [Los Angeles], 8 Junio 1941, p. 3.

⁶⁸ S. n., « Lo que oímos y no vemos », *La Opinión* [Los Angeles], 8 Octubre 1941, p. 4.

⁶⁹ Luciano Monde Borgoño, « Ritmo de Buenos Aires », *Cine-Mundial* [N.Y.], Febrero 1944, p. 508. « *Jean Sablon, astro de la canción francesa y predilecto de los auditorios femeninos* ». La revue était distribuée en Argentine, Uruguay, Paraguay, Bolivie, au Mexique, Brésil, Chili, Pérou, à Cuba, Porto-Rico et en République Dominicaine.

⁷⁰ Jack Kirchberg, « Masks and Mikes », *The Westmount Examiner* [Westmount – Canada], 24 October 1940, p. 5.

⁷¹ Encart publicitaire, *The Argus* [Melbourne], 13 November 1954, p. 40.

cynisme entrepreneurial mais une lucidité incontestable quant au résultat obtenu – l’assignation de Sablon à un « chanteur pour dames » :

Avant qu’un artiste puisse être vendu, il doit faire l’objet d’une campagne publicitaire et promotionnelle. Pour ce faire, NBC Artists Service dispose de deux départements de communication distincts. [...] Avec une équipe combinée de huit personnes, ils produisent plus d’un millier de documents de communication, de promotion et de publicité par an. [...] La plupart des actualités sur les stars que vous voyez dans les journaux et les publications de fans sont le fruit de la conception du Département des Artistes. Par le biais de la presse écrite, rien n’est négligé pour renforcer le nom d’un artiste, et donc sa valeur commerciale. Dans le cas du chanteur français Jean Sablon, par exemple, on capitalise actuellement sur son attrait romantique. Ont été diffusés d’innombrables articles et publicités sur « l’homme à femmes ». Des « fan-clubs Jean Sablon » ont été créés dans les écoles de filles de tout le pays. Des photos de Sablon avec Marlene Dietrich et d’autres séductrices reconnues ont été prises et envoyées à des publications féminines. Le résultat est qu’aujourd’hui, Sablon EST un homme à femmes. Chaque fois qu’il apparaît dans une émission, des dizaines de filles se bousculent devant le studio pour avoir la chance d’obtenir un autographe ou de jeter un coup d’œil à leur nouvelle idole⁷².

⁷² John H. Baxter (Artists service), « Know your Company. No. 14 Artists Service Department – Part II », *NBC Transmitter* [N.Y.], Vol. 4, No. 6, July 1938, p. 16. « *Before an artist can be sold, he must be publicized and advertised. NBC Artists Service has two distinct promotion divisions for this job. [...] With a combined staff of eight people, they turn out more than a thousand pieces of publicity, promotion and advertising a year. [...] Many of the news items on stars which you see in newspapers and fan publications are the publicity brainchildren of Artist Service’s Promotion Division vision. Through the medium of the printed word, no stone is left unturned in an effort to build up a performer’s name, thus enhancing his commercial value. In the case of the French singer Jean Sablon, for instance, they are currently capitalizing on his romantic appeal. Countless “ladies’ man” stories and advertising pieces have been distributed. “Jean Sablon Fan Clubs” have been organized in girls schools throughout the country. Photographs of Sablon with Marlene Dietrich and other acknowledged charmers have been taken and sent to feminine publications.*

L'étiquette, il faut dire, bénéficie de la complicité de l'impresario américain de Sablon, Marty Goodman, qui exploite le filon, raffinant encore la segmentation des publics-cibles en le vendant comme « l'idole des "nylon soxers"⁷³ », femmes en bas-nylons dans la fleur de l'âge, par différenciation avec les « bobby soxers » (adolescentes ou étudiantes) fans de Bing Crosby ou, à sa suite, de Frank Sinatra⁷⁴. Ainsi s'organise une sorte de répartition des parts de marché : « Alors que Sinatra est connu comme le chouchou des *bobby-soxers*, Jean Sablon a lui été étiqueté « ravissement des bas-nylons » – indiquant un public légèrement plus âgé⁷⁵ ».

La publicité abonde, tantôt d'une façon subliminale, lorsqu'une demie-page de réclame pour une marque de bas-nylons est opportunément placée sous un entrefilet évoquant Jean Sablon⁷⁶, tantôt d'une façon particulièrement agressive, comme la marque de cigarettes Camel⁷⁷, qui n'hésite pas à indiquer aux consommateurs·rices potentiel·les que Sablon joue sur une palette très large, façon de signifier que pour qui aime le *crooner* et souhaite vivre à son exemple, il est bon de fumer la marque en question,

The result is that today Sablon IS a ladies' man. Whenever he appears on a broadcast, scores of girls clamor outside the studio fighting for a chance to get his autograph or a peek at their new idol ».

⁷³ Harry MacArthur, « For Radio Listeners », *Evening Star* [Washington], 1 September 1946, p. B-8.

⁷⁴ Sur la segmentation genrée d'un marché adolescent/étudiant de la culture et sur l'histoire des « bobby-soxers », voir Kelly Schrum, *Some Wore Bobby Sox. The Emergence of Teenage Girls' Culture, 1920-1945*, New York, Palgrave Macmillan, 2004.

⁷⁵ Gene Handsaker, « Hollywood Sights and Sounds », *Prescott Evening Courier* [Prescott [US]], 12 August 1947, p. 2. « *With Sinatra known as the bobby-soxers' favorite, Jean Sablon has been tagged the "nylon stockings' delight" – meaning the slightly older crowd* ».

⁷⁶ S. n., « Out and About with Judy », *The Sunday Herald* [Sydney], 31 July 1949, p. 8.

⁷⁷ On lira sur ce point l'ouvrage canonique d'Allan M. Brandt, *The Cigarette Century. The Rise, Fall, and Deadly Persistence of the Product That Defined America*, New York, Basic Books, 2007.

que l'on soit – ou que l'on vise – une lycéenne (« *bobby-soxers* ») ou une ménagère d'âge mûr (« *lavender-and-old-lace*⁷⁸ »)⁷⁹.



Figure 2 – Publicité pour les cigarettes Camel dans *The Red and Black*, 13 February 1948

« *Bobby-soxers* » contre « *nylon stockings* » ou « *nylon-soxers* », l'opposition surjouée cède en définitive la place au tuilage et à la continuité, tant les admiratrices d'un âge sont promises à reconfigurer leur admiration au gré de leurs âges successifs (et du vieillissement parallèle de l'artiste lui-même). Ainsi un chroniqueur du classieux magazine culturel new-yorkais *Cue* assure-t-il en 1961 que le Sablon de 55 ans annoncé à la Maisonette (le restaurant-cabaret) de l'hôtel de luxe St. Regis, à Manhattan, « est revenu sur ces rives pour partager sa merveilleuse joie de vivre avec une nouvelle génération de post-nymphettes⁸⁰ ».

⁷⁸ L'expression « lavande et vieilles dentelles » vient du titre du roman éponyme de Myrtle Reed, publié en 1902. Elle désigne un style de vie sage et conservateur (comme la lavande conservant le linge contre les mites).

⁷⁹ « Publicité Camel », *The Red and Black* [Athens, USA], 13 February 1948, p. 2.

⁸⁰ Eugene Boe, « Nightclubs », *Cue* [N.Y.], 7 October 1961, p. 41. « He has returned to these shores to share his marvelous joie de vivre with a new generation of post-nymphets ».

Qui plus est l'envoûtement ne subsiste pas que sur ces « *post-nymphets* » nostalgiques de leur âge tendre ; il semble opérer comme par miracle, quoique d'une façon différente et plus distanciée, sur la génération suivante. C'est ce dont témoigne un long et beau portrait d'une jeune journaliste britannique alors âgée de 23 ans, Sally Vincent, interrogeant en 1960 l'énigme qu'est pour elle « l'homme dont [sa] mère était folle ». Volontiers narquoise face à un homme sur le retour qu'elle décrit peu à son avantage comme « le croisement entre un homme d'affaires fatigué et le dernier des Mohicans », elle note cependant qu'il possède « un charme presque autoritaire », au point de décourager rapidement chez l'intervieweuse toute velléité de démystification du grand homme : tout recul critique qu'on prenne à l'égard d'une star sur le déclin, « il est vraiment impossible d'égratigner la figure gauloise de Jean Sablon. Et au bout de cinq minutes, il est même impossible d'en avoir envie ». Venue circonspecte envers la fascination de la génération de sa mère pour le *crooner*, la journaliste se résout finalement à constater que « ce qu'elles ont vu en lui avant ma naissance, quoi que ce fût, agit toujours aussi fort⁸¹ ». Tout construit qu'il ait été en-dehors du chanteur, à la façon d'une stratégie marketing, le modèle de masculinité associé au *French crooner* par l'industrie américaine (un tombeur – *swooner* – irrésistible de la gente féminine) a en somme été incorporé par Sablon, malgré une orientation (homo)sexuelle personnelle qui heurtait de plein fouet son image publique et en dépit d'une humilité et d'une timidité – maintes fois soulignées par les journalistes – qui là encore prenaient à rebrousse-poil la façade de l'homme fascinateur et dominant qu'on pouvait lui prêter d'après le portrait d'« inoubliable sex-symbol d'avant-guerre⁸² » sur lequel les médias avaient fabriqué son identité de vedette.

Néanmoins, si le charisme de Sablon semble incarner un type de masculinité magnétique qui correspond conjointement aux archétypes de la société américaine (l'homme élégant et ténébreux) et à ceux de son temps (l'homme séducteur patenté du « sexe

⁸¹ Et citations précédentes : Sally Vincent, « The man my mother fell for », *Daily Express* [Londres], 11 October 1960, p. 10.

⁸² *Ibidem*.

faible⁸³ »), sa vocalité de *crooner* en fait un modèle en réalité beaucoup plus ambigu, aussi bien sur le plan du genre que de la classe et de l'identification nationale.

LA FEMMELETTE ET LE SURMALE : DU TROUBLE DANS LE GENRE *CROONER*

La voix des *crooners*, en effet, fonctionne comme l'image sonore d'un corps masculin ambivalent, c'est-à-dire comme vecteur d'un *persona*⁸⁴ de chanteur de charme à la fois image d'une masculinité séduisante et sensuelle, plus proche de l'auditeur – par le truchement du micro – que la puissante vocalité « lyrique » européenne, et d'un autre côté image d'un chanteur trouble sur le plan du genre, parce que la légèreté de son timbre est décrite comme féminisée voire émasculée, métaphorisant pour une certaine Amérique conservatrice et puritaine la supposée superficialité décadente des chansons commerciales qui composent son répertoire, comme l'explique Allison McCracken dans *Real Men don't Sing* :

Ces normes des années 1930 ont d'abord établi le paradigme désormais standard du *crooner*, dans lequel les *crooners* en tant que groupe (avec de rares exceptions individuelles) ont été associés à des formes culturelles commerciales dévalorisées sur le plan artistique et à des comportements sexuels et de genre non normatifs, leurs principaux publics étant caractérisés comme féminins ou féminisés, immatures et émotionnellement indigents, et manquant à la fois de goût et de discernement⁸⁵.

⁸³ Pour une histoire de ce « préjugé culturellement sédimenté », voir Paloma Alaminos-Fernández, *El sexo débil. Estereotipos y prejuicios latentes sobre la mujer en Europa*, Universidad de Alicante, Obets Ciencia Abierta.

⁸⁴ Voir pour ce concept Charles Fairchild & P. David Marshall, « Music and Persona: An Introduction », *Persona Studies*, 5(1), 2019, p. 1-16.

⁸⁵ Allison McCracken, *Real Men don't Sing. Crooning in American Culture*, Duke University Press, 2015, p. 8. « These 1930s norms first established the now standard crooner paradigm in which crooners as a group (with rare individual exceptions) became associated with artistically devalued commercial cultural forms and nonnormative gender and sexual behaviors, and their primary audiences were characterized as female or feminized, immature and emotionally needy, and lacking in both taste and judgment ».

Ce type de réception n'épargne pas Sablon, même si, on va le voir, il y est peut-être moins exposé que certains de ses confrères étatsuniens. La dévalorisation de son style « susurrant » comme un défaut de voix se rencontre d'ailleurs plus particulièrement dans la presse française et francophone.

Jean Sablon deviendra pour longtemps « le chanteur sans voix », blagué par les humoristes. Les sobriquets pleuvent tels que « Jean qu'a l'son court », « Monsieur Voix basse », « L'Aphonie des grandeurs », ou « Sans Son ». De bons mots circulent : « Germaine Sablon se prend pour Jeanne d'Arc : elle entend des voix, même celle de son frère », ou bien « Jean Sablon se produit à l'ABC, on peut aller l'écouter, on n'est pas sûr de l'entendre », « Il n'a pas de voix mais elle est charmante⁸⁶ ».

L'ambiguïté de la réception du microphone est bien une question de genre, en ce qu'elle se tient essentiellement dans l'opposition entre le signe d'impuissance qu'elle constitue pour ses premiers détracteurs (matérialisant un défaut de virilité) et le signe de la confidentialité et de la proximité qu'elle installe, marquant au contraire un fort potentiel de séduction (et donc un surplus de virilité, au regard des normes qui régulent alors la masculinité)⁸⁷. Question de genre, la vocalité *crooner* de Sablon l'est aussi dans ce qu'elle révèle de préjugés sexistes chez les commentateurs réfractaires au chanteur, qui font la part belle à tous les stéréotypes du « sexe faible » : les femmes n'entendent rien à l'objectivité (la technique vocale supposée défaillante) et sont entièrement gouvernées – même les plus intelligentes –, par ce fluide mystérieux qui les attache aux hommes, pour peu qu'ils aient ce *sex-appeal* ou (dans la presse québécoise) « ce petit air coquin » :

Tous les yeux des p'tites femmes étaient fixés sur le « crooner ». Elles faisaient des bouches en cul de poule à chacun de ses gestes, à son moindre mot... elles l'auraient mangé en salade, leur petit Jean

⁸⁶ Jadin & Langhendries, *Jean Sablon*, p. 76.

⁸⁷ Voir sur ce point Marie Goupil-Lucas-Fontaine, « "Le micro est un maquereau". Le chanteur face au micro, un partenaire particulier (1930-1970) », *Hypothèses*, 2021/1 (22), p. 143-155.

Sablon... Qu'il soit laid, inintelligent et gauche, passe encore ; mais enfin il s'intitule chanteur sans avoir de voix, même pas le plus mince filet... ce qui devrait bien avoir sa petite importance... Qu'importe ! on l'adore ainsi... Une demoiselle de ma connaissance que je crois pourtant intelligente, admet qu'il est stupide et sans voix ; mais elle aime l'entendre, elle lui trouve « un petit air coquin »⁸⁸.

Cette ingénuité prêtée au public féminin est d'ailleurs corrélée, dans le même journal (marqué à droite), à la frivolité voire à l'insignifiance d'un genre musical jugé méprisable, et nourrit alors la crainte d'un effondrement désolant des valeurs esthétiques, le succès des *crooners* menaçant jusqu'à Strawinsky en personne :

Oui, c'est comme ça... Et, l'hiver dernier, on lui a fait une ovation quand – quelques semaines plus tôt – le génial Strawinsky avait joué devant une salle à demi-remplie et qui se vidait encore avant la fin⁸⁹.

Le prisme du genre est néanmoins ambivalent voire réversible – Sablon raconte d'ailleurs cette anecdote : les admiratrices étatsuniennes « ont d'abord trouvé très drôle que je m'appelle Jean, qui en Amérique est un prénom féminin⁹⁰ ». Car la vocalité microphonique du *crooner* peut aussi bien encourir le reproche d'un manque de virilité que celui d'un sentiment de surpuissance masculine. Ainsi peut-on, la même année 1937 au Québec, lire un critique anti-Sablon incriminer de façon viriliste « les chansons gélatineuses des crevés de Paris, genre Jean Sablon⁹¹ » (mollesse et fragilité, donc⁹²), tandis qu'un autre tout aussi hostile déplore de façon au contraire anti-viriliste « le Surmâle

⁸⁸ L'Homme du Jour [*sic*], « Jean Sablon », *Le Jour* [Montréal], 18 décembre 1937, p. 3.

⁸⁹ *Ibidem*.

⁹⁰ M. B., « Impressions de Jean Sablon à son retour d'Amérique », *Le Progrès du Golfe* [Rimouski – Canada], 31 mars 1939, p. 6.

⁹¹ S. n., « La Vie musicale », *Le Nouvelliste* [Trois-Rivières – Canada], 20 octobre 1937, p. 5.

⁹² Un « crevé » étant un « jeune homme efféminé, malingre et adorateur servile de la mode » (CNTRL).

Jean Sablon », « ce mâle jamais assouvi⁹³ », reliant pourtant à son tour la question de la virilité à une forme de décadence musicale. La pâmoison des foules n'est finalement que la métaphore de l'abêtissement culturel causé par les chansonnettes du *crooner* :

Ce qui dégoûte le plus dans tout cela c'est de voir la bêtise des gens qui tombent en pâmoison à ses pieds parce que ce monsieur vient de Paris et qu'il a le talent de chanter des âneries dans le genre de « je pars en voyage », ce qui n'aurait pas été si mal s'il avait voulu mettre sa chanson en pratique le lendemain de son arrivée⁹⁴.

C'est également à travers le prisme du genre et de la virilité que se formule parfois la subtile différenciation de chanteurs perçus comme stylistiquement voisins. En témoignent en particulier deux cas : la brève tentative d'installation de Tino Rossi, en janvier-février 1938 selon le même circuit nord-américain que Sablon (tournée québécoise, NBC new-yorkaise), et celle, que ne rompra que l'ordre de mobilisation du français, de cet autre chanteur de charme aujourd'hui oublié : Jean Clément. « Importé » (puisqu'il en va ici des artistes comme autant de produits) fin janvier 1938 – quinze jours après son confrère corse –, Jean Clément est adoubé par Sablon en personne, qui l'introduit dans les studios de la NBC new-yorkaise, avant d'en faire son remplaçant au prestigieux « Tic Toc » de Montréal⁹⁵. L'engouement qui saisit alors le Québec est du même ordre que pour Sablon, et plus fugacement de Tino Rossi, avec des attroupements confinés à l'émeute, attribués à « la combustion spontanée des Canadiennes françaises⁹⁶ » :

⁹³ J. A., « Le Surmâle Jean Sablon », *L'Autorité* [Montréal], 17 avril 1937, p. 3.

⁹⁴ *Ibidem*.

⁹⁵ Fruit de la rénovation fin 1937 du « Lido » montréalais, pensé sur le modèle du cabaret parisien, le Tic Toc reçut d'innombrables vedettes, dont le *crooner* Dean Martin (alors rival de Sinatra) en février 1944. Voir Nancy Marrelli, *Stepping Out: The Golden Age of Montreal Night Clubs, 1925-1955*, Montréal, Véhicule Press, 2004. Sablon devait s'y produire en décembre 1938, mais imposa Jean Clément comme son remplaçant afin d'honorer un contrat pour le film *The Story of Vernon and Irene Castle*, avec Fred Astaire et Ginger Rogers, à Hollywood.

⁹⁶ Lucien Desbiens, « La chanson française. Après Tino, Jean Clément », *Le Devoir* [Montréal], 27 janvier 1938, p. 1.

Une foule d'admiratrices se bouscule pour admirer le chanteur Jean Clément. [...] Heureusement que Jean Clément est taillé en athlète, sans quoi il aurait risqué de se faire écrabouiller à mort par la foule de ses admiratrices, ce matin, à la gare Windsor. [...] Tout comme il en fut lors de la venue de son diminutif rival, Tino Rossi, des centaines de personnes s'étaient rendues acclamer le chanteur si goûté de tous ceux qui aiment la vieille chanson française sentimentale⁹⁷.

Si Clément est après tant d'autres mis sur le marché comme « l'idole des auditoires féminins⁹⁸ », il est néanmoins spécifié par rapport à Sablon, sur un registre dans lequel l'aspect technique trouve des résonances entremêlées sur le triple plan du genre, de la classe et de l'identité nationale. En effet, « la vieille chanson française sentimentale » n'est pas une expression attribuée au hasard au nouveau venu. Le même chroniqueur précise d'ailleurs, en reprenant le surnom usuel donné à Clément, qu'il est « Le roi de la chanson française, *exclusivement française*⁹⁹ », exclusive qui marque probablement que contrairement à Sablon, son répertoire n'a rien d'américanisé, ni dans la matière de ses chansons, ni dans une façon vue comme efféminée de chanter. Être passé par le Conservatoire devient alors à l'occasion une garantie inattendue de virilité :

Quand on entend « dire et chanter » Jean Clément on a presque la certitude que Jean Sablon, Tino Rossi et autres ne sont pas passés par le Conservatoire... [...] Jean Clément a plus de voix [...]. Il peut facilement chanter l'opérette ; sa voix et son jeu le lui permettent. Sablon et Rossi pourraient le faire uniquement si on composait des opérettes « adaptées » à leur voix. [...] Jean Clément a interprété deux groupes de chansons ; en tout une douzaine de pièces. Il y met beaucoup de vie, sa voix est assez forte ; il peut même se

⁹⁷ Dominique Laberge, « M. Jean Clément nous parle de ses admiratrices canadiennes qui lui écrivent sur une écorce de bouleau », *La Patrie* [Montréal], 27 janvier 1938, p. 3.

⁹⁸ S. n., « La popularité de Jean Clément », *L'Illustration nouvelle* [Montréal], 25 janvier 1938, p. 9.

⁹⁹ *Ibidem*.

passer de microphone et, comme il en laissait le choix aux auditeurs, on lui demanda de ne pas s'en servir. On en connaît plus d'un qui n'aurait pu se passer de l'amplificateur. Clément n'est pas une poupée, une femmelette ; il est mâle dans son maintien, dans son physique, dans sa voix¹⁰⁰.

D'autant que la prononciation des chanteurs est scrutée dans les menus détails. La prosodie de Clément, rançon de sa formation dans l'académie, est tout de maintien policé :

Son articulation est nette, précise ; en un mot très conservatoire sans être pour cela affectée. Ce n'est pas une bouche molle comme tant d'autres. Ses « ou » (comme dans « amour et jour ») ses « oir » (comme dans « Voir » et « Soir ») sont étudiés, posés¹⁰¹.

Au contraire, pour certains commentateurs vétillieux, le maniérisme dévirlisé de Sablon se loge sans équivoque jusque dans la façon de dire « cœur » : « J'ai entendu Jean Sablon à la radio, Comment se fait-il, je me le demande, que tant de monde se soit dérangé pour lui ? Et sa prononciation ! Lui avez-vous entendu chanter *mon quieur* ?¹⁰² ».

« Comment se fait-il que tant de monde se soit dérangé pour lui ? » résonne bien sûr ici comme le « Pourquoi craquent-elles pour cette femmelette ? » [« *Why do they fall for that pansy?*¹⁰³ »] que prononce un journaliste au sujet du *crooner* de fiction Bunny Harmon, dans le film *Blessed Event* de 1932¹⁰⁴. Le *crooner* efféminé, le *crooner* homosexuel, le « *pansy crooner* », est ici le message à peine subliminal de ce type de critique portant au premier abord sur la voix. Si Jean Clément est quant à lui épargné de ce stéréotype (comme Tino Rossi), c'est à la fois parce que sa technique vocale

¹⁰⁰ Arthur Prévost, « Jean Clément », *Le Jour*, 12 février 1938, p. 3.

¹⁰¹ S. n., « Jean Clément au théâtre Cartier », *Le Progrès du Golfe* [Rimouski – Canada], 20 mai 1938, p. 8.

¹⁰² S. n., « Notes et Pi... Notes », *L'écho de Saint-Justin* [Louiseville – Canada], 25 avril 1937, p. 8.

¹⁰³ L'équivalent argotique américain de termes homophobes français comme « femmelette », « tapette » ou « pédale ».

¹⁰⁴ La réplique est relevée et commentée par Allison McCracken dans *Real Men Don't Sing*, p. 6.

est jugée plus solide (donc plus virile) et, sans doute, parce que la presse publicise son état marital (hétérosexuel, donc) avec Paulette Luce, danseuse et comédienne qui est la voix d'un personnage de *Vie de famille*, le « radioroman » à succès du moment au Québec¹⁰⁵. Personnage public elle aussi, elle apparaît parfois dans les journaux comme « Madame Jean Clément¹⁰⁶ », voire en tant que « son épouse¹⁰⁷ » sur les ondes, où le couple vient conjointement faire ses adieux à Montréal. Un type d'identification hétéronormée qui n'est pas possible avec Jean Sablon.

Enfin, dans sa réception québécoise, Clément est également le support d'un processus de distinction propre à tracer une ligne interne au monde de la chanson de charme afin de départager la vraie chanson digne d'intérêt des contrefaçons décadentes de la chanson saccharinée¹⁰⁸ à la Sablon, selon un mécanisme classique de fabrique de l'authenticité¹⁰⁹ :

Il y a chez lui un charme, une distinction, une émotion qui trahit en lui un artiste. Un artiste qui a su profiter d'un genre populaire – la chansonnette – pour la hausser jusqu'au niveau de l'art, et l'art de savoir exprimer une pensée n'est pas donnée à tout le monde¹¹⁰.

De tels mécanismes ne sont pas pour autant gravés dans le marbre. Le même principe jouera d'ailleurs inversement après-

¹⁰⁵ Signée Henry Deglun, cette série radiophonique fut diffusée de 1938 à 1947 au Canada. Jean Clément en avait signé la chanson-titre.

¹⁰⁶ « C'est Paulette Luce, (Madame Jean Clément) qui a ce rôle », répond *Radiomonde* à une lectrice. S. n., « Courrier de Radiomonde », *Radiomonde* [Montréal], 4 novembre 1939, p. 19.

¹⁰⁷ « Mme Jean Frey [...] causera quelques minutes au micro avec le célèbre chanteur français, Jean Clément, et son épouse, Paulette Luce, qui regagneront bientôt la France ». S. n., « Radio-Guide. CKAC », *La Presse* [Montréal], 23 novembre 1939, p. 24.

¹⁰⁸ Un critique new-yorkais utilise ce terme dès 1938 : « *He's becoming a shade too saccharine* » (« Il a tendance à devenir un brin sucrette »). S. n., « Follow-Up Comment », *Variety* [N.Y.], 10 August 1938, p. 38.

¹⁰⁹ Notamment autour du mythe du « vrai jazz » d'Hugues Panassié, étudié en détail dans Pierre Fargeton, *Mi-figue, mi-raisin. Exégèse d'un théologien du jazz*, Paris, Outre Mesure, 2020.

¹¹⁰ Ernest Pallascio-Morin, « Au Monument National. Un auditoire de choix fait un bel accueil à Jean Clément », *Le Petit journal* [Montréal], 6 février 1938, p. 34.

guerre en faveur de Sablon, les lieux huppés de la plupart de ses apparitions publiques américaines permettant à la presse de la bourgeoisie culturelle new-yorkaise d'en faire un contre-modèle distingué aux nouveaux concurrents apparus entretemps, pour l'ériger en figure de la chanson bien élevée face à une chanson un tantinet débraillée. Sablon devient ainsi en 1961 « une sorte d'Yves Montand pour femmes riches [...], élégant, débonnaire et impérissable. Les chansons qu'il chante, qu'elles soient tristes, fantaisistes ou amoureuses, sont toutes immensément civilisées¹¹¹ ». Sur le personnage de Sablon s'édifie ainsi un arc d'identifications absolument contradictoires, embrassant aussi bien le produit de masse standardisé (la chansonnette de charme) à un bout du spectre que le produit de luxe et de haute culture à l'autre bout.

LA MOUSTACHE ET LES MASQUES DE L'IDENTIFICATION

Nonobstant la rude concurrence de notoriété qui se livre à la veille de la guerre entre les chanteurs de charme venus de France, Sablon reste de très loin le seul qui s'impose durablement, héritant peu ou prou de la place symbolique qu'avait occupé Maurice Chevalier dans la décennie écoulée. Parmi les explications de cette ascension hors-normes figure l'hypothèse d'une stratégie de communication hors-pair, qui amène un journaliste australien à esquisser une distinction entre le métier de chanteur qui serait, en France un labeur (« *hard grind* »), une forme d'artisanat, tandis qu'aux États-Unis il serait un *business*. Sous une photo lapidairement légendée « *the voice to sell soap* », il déclare ainsi que Sablon « a quitté le dur labeur de musicien français depuis qu'un homme d'affaires américain a décrété qu'il avait la voix qu'il fallait pour vendre du savon¹¹² ». Sablon serait donc un *crooner* d'autant

¹¹¹ Eugene Boe, « Nightclubs », *Cue* [N.Y.], 7 October 1961, p. 41. « *A kind of rich woman's Yves Montand. M. Sablon is elegant, debonair, and imperishable. The songs he sings, whether sad or whimsical or amorous, are all immensely civilized* ».

¹¹² S. n., « News of the Day », *The Age* [Melbourne], 15 October 1954, p. 2. « *But he moved out of the hard grind of French music hails when an American business man decided that he had just the voice to sell soap* ».

plus crédible en Amérique qu'il aurait intégré pleinement le modèle des industries culturelles américaines. La stratégie commerciale bâtie sur son capital vocal aurait été plus offensive, sa manière plus américaine, et aurait donc mieux porté ses fruits que celle de ses compatriotes concurrents, moins ajustée au cynisme entrepreneurial étatsunien :

Après Tino Rossi, Jean Clément, voici Jean Sablon qui nous revient. Ce dernier a de beaucoup plus le sens des affaires que de la mélodie. Il se prête à toutes sortes de combines dont la dernière n'est pas la moindre. Tel jour, à partir de telle heure, Jean Sablon signera des autographes aux cent premiers clients qui se présenteront à telle grande pharmacie et qui achèteront pour un minimum de \$0.50 de marchandises. Comme de nombreuses jeunes filles vont acheter n'importe quoi pour avoir seulement la signature du grand chanteur, on pourra dire que la griffe du roi du rythme est en vérité cotée à 50 centins¹¹³.

Une stratégie publicitaire dont l'américain Sinatra, en définitive, n'aurait été que le stade encore plus agressif d'un processus déjà éprouvé dans son efficacité, effaçant ce faisant jusqu'à la mémoire des engouements les plus récents – un clou chasse l'autre, certes, mais un gros clou peut finir par recouvrir entièrement les précédents, comme le montre la légende persistante du Sinatra « première pop star moderne¹¹⁴ » :

La venue à Montréal de Frank Sinatra a causé une commotion publicitaire à laquelle il fallait s'attendre. Lorsque Jean Sablon (première visite) descendait de taxi pour entrer au Loew's, il jetait sa cigarette à moitié fumée et une vingtaine d'admiratrices se battaient pour en ramasser le mégot. Pour Frank Sinatra, c'est un peu la même chose. De jeunes emballées se précipitent à l'intérieur du restaurant où « Frankie » a mangé et

¹¹³ Vulcain, « Coups de marteau », *L'Autorité* [Montréal], 23 avril 1938, p. 1.

¹¹⁴ Voir par exemple Jon Savage, « The Columbus Day Riot: Frank Sinatra is pop's first star », *The Guardian* [Londres], 11 June 2011, p. 27. « *What was new was the power that one singer held, heralded by mass screaming, and the advent of the teenager as a social ideal. Sinatra was the first modern pop star* ».

subtilisent les noyaux de ses olives. Il y a là une indication. C'est que le disque, la radio, et la réclame font beaucoup pour diviniser une voix. Frank Sinatra est entre les mains d'un prodigieux publiciste, passé maître dans l'art d'exploiter la curiosité de la foule. Exemple : on prévenait les maris, les fiancés, les pères de famille (sic) de bien prendre garde car Sinatra serait en ville. La publicité disait également que des médecins seraient dans la salle... en cas d'évanouissements sans doute. À tout événement, Frank Sinatra trouve un bénéfice intéressant à toute cette publicité américaine. Et, a-t-on déjà oublié l'arrivée de Jean Clément à Montréal ? Le brave chanteur fut presque déshabillé par la foule en délire¹¹⁵ !

« Le disque, la radio, et la réclame font beaucoup pour diviniser une voix ». Il est vrai que sur le plan publicitaire, Sablon embarque avec maestria dans l'art étatsunien consommé du sponsoring (« j'ai chanté pour la soupe en boîte [...], pour les cigarettes, pour une marque d'essence¹¹⁶ »), et se prête aux opérations marketing les plus diverses, de la leçon de français chantée dans un collège de jeunes filles en Californie¹¹⁷ à un road-trip dans tout Hollywood pour dénicher la plus belle vendeuse de sandwiches, que le *crooner* Bing Crosby s'est engagé auprès de Sablon à faire jouer dans son prochain film¹¹⁸. Dans une décennie qui a « fait des voix romantiques de *crooner* la norme plutôt que

¹¹⁵ Les Trois X, « Échos de la cour et du jardin », *Radiomonde* [Montréal], 25 novembre 1944, p. 2.

¹¹⁶ M. B., « Impressions de Jean Sablon à son retour d'Amérique », *Le Progrès du Golfe* [Rimouski, Canada], 31 mars 1939, p. 6.

¹¹⁷ « Ce que peut faire un chanteur pour la publicité : à San Francisco, Jean Sablon s'est rendu à un cours de français, donné dans un collège de jeunes filles, pour leur donner une bonne démonstration sur le rythme des chansons françaises ! », André Robert, « La Chasse-Galerie », *La Patrie* [Montréal], 23 janvier 1949, p. 101.

¹¹⁸ « In Bing Crosby's new picture, *Paris Honeymoon*, you'll be seeing Hollywood's prettiest car-hop. She's Dorothy Wright, discovered by Crooner Jean Sablon after an exhaustive search of all the drive-in-eateries in town. This strange scientific research was the result of an argument with Bing in which Jean insisted the purtiest gals in town were the waitresses at the hot-dog stands. "You find one good-looker," said Crooner Crosby, "and I'll give her a role in my picture." ». Lois Svenrud, « West Coast Chatter », *Radio Stars* [Washington], October 1938, p. 59 ; 90.

l'exception¹¹⁹ », la publicisation des chanteurs de charme, systématiquement organisée selon le même mode opératoire (des produits érotiques pour femmes), a pour effet pervers de renforcer l'impression de standardisation et d'interchangeabilité de chanteurs pourtant très différents. Un journaliste québécois se demande ainsi en 1939 : « Chevalier, Jean Sablon, Jean Clément, Tino Rossi, comptent un nombre presque infini d'imitateurs à la radio. Quand se mettront-ils à leur tour à imiter leurs imitateurs et à achever le cercle vicieux ?¹²⁰ ». Or de fait, la réification des chanteurs par les industries culturelles écrase largement les identités particulières de chacun d'entre eux, les étiquetant presque toujours par comparaison avec d'autres. Sablon est ainsi massivement présenté avant-guerre comme « *the Bing Crosby of France*¹²¹ » ou « *a French version of Bing Crosby*¹²² », puis à l'émergence de Sinatra comme « *the French Sinatra*¹²³ », « *the Parisian Sinatra*¹²⁴ », « *The Sinatra of the Seine*¹²⁵ », voire « *the sensational French super-Sinatra*¹²⁶ ». Ou même en un tir groupé, dans la presse australienne, comme « un rival pour Crosby et Sinatra¹²⁷ ».

Principalement pensée par rapport aux modèles étatsuniens, cette identification américaine se fait cependant aussi par rapport au grand modèle français qui a précédé Sablon : Maurice Chevalier. Pour un correspondant britannique, Sablon « a la voix de Crosby et la manière de Chevalier¹²⁸ ». Un confrère étatsunien précise quant à lui que « de façon frappante, la vocalité de Sablon rappelle

¹¹⁹ McCracken, *Real Men Don't Sing*, p. 3.

¹²⁰ Le Grincheux, « Le carnet du grincheux », *Le Devoir* [Montréal], 23 janvier 1939, p. 1.

¹²¹ E. V. Durling, « On the Side », *Detroit Evening Times* [Detroit – US], 27 September, 1941, p. 5.

¹²² S. n., « Comments on current programs. Vallee's Varieties », *Radio Daily* [N.Y.], 31 March 1937, p. 3.

¹²³ S. n., « Inside Stuff », *Photoplay* [N. Y.], July 1947, p. 22.

¹²⁴ *Evening star* [Washington], March 13, 1946

¹²⁵ S. n., « Out and About with Judy », *The Sunday Herald* [Sydney], 31 July 1949, p. 8.

¹²⁶ *Evening star* [Washington], December 20, 1945

¹²⁷ S. n., « Rival for Crosby & Sinatra », *The Wagin argus and Arthur, Dumbleyung, Lake Grace Express* [Wagin – Australia], 8 July 1948, p. 7.

¹²⁸ S. n., « Cy Express » *Daily Express* [Londres], 4 February 1939, p. 15. « *Sablon has the voice of Crosby and the manner of Chevalier* ».

à la fois Bing Crosby et Maurice Chevalier, ce dernier surtout en raison du fort accent¹²⁹ ». Un autre assure toutefois que « le style de Sablon est plus Crosby que Chevalier¹³⁰ ». Plus prudent ou plus œcuménique est un dernier commentateur présentant d'un même élan Sablon comme « le Crosby-Vallée-Chevalier des barytons gaulois¹³¹ », assemblage déconcertant de considérations stylistiques, chronologiques et nationales.

Enfin l'on voit poindre dans ce petit jeu d'assignations une discrète question de goût. Elle apparaît plutôt sous l'aspect de la distinction, dans la presse francophone du Québec (la France y servant parfois de valeur culturelle refuge face à l'artillerie lourde des produits de l'industrie du spectacle étatsunienne perçus comme menaçants), où un chroniqueur note que « les américains l'ont surnommé, assez bien à propos le "Bing Crosby français" [...] sauf qu'il chante peut-être avec plus de goût¹³² », tandis qu'un autre s'extasie du « "Bing Crosby raffiné" [qui] interprète ses chansons avec un fini extraordinaire¹³³ ». À l'inverse, aux États-Unis, un journaliste croit pouvoir expliquer la supériorité du succès américain durable de Sablon sur celui, avorté, de Tino Rossi, par une affaire de différence de goût entre Nouveau Monde et Vieux Continent, qui compterait beaucoup plus que les questions techniques ou de répertoire, pourtant plus objectivables :

Tino Rossi, la nouvelle star de la chanson française de NBC [...] fait un sympathique et charmant troubadour romantique, de l'ordre de Jean Sablon,

¹²⁹ Sans doute faut-il comprendre ici que Sablon a occasionnellement joué ou surjoué de son accent *frenchie*, comme a pu le faire Maurice Chevalier – voir dans ce même numéro l'article de Martin Guérpin, « Maurice le Parisien, Chevalier le Frenchie. Vocalités et identités dans les versions multiples de *Folies Bergère de Paris* (1935) ». S. n., « Follow-up Comments », *Variety* [N.Y.], April 1937, p. 37. « Sablon vocalisms are at once strikingly reminiscent of Bing Crosby and Maurice Chevalier; the latter emphasized because of heavy [...] accent ».

¹³⁰ Odec, « Radio Reviews. Jean Sablon », *Variety* [N.Y.], 3 March 1937, p. 43. « Sablon's style is more Crosby than Chevalier ».

¹³¹ Abel Green, « Disc Reviews », *Variety* [N.Y.], June 1937, p. 44. « The Crosby-Vallée-Chevalier of Gallic barytones ».

¹³² S. n., « Jean Sablon à Montréal mercredi ! », *L'Illustration nouvelle* [Montréal], 2 avril 1937, p. 19.

¹³³ S. n., « Jean Sablon fera ses débuts à la radio au programme de Vallée jeudi », *L'Illustration nouvelle* [Montréal], 24 février 1937, p. 18.

mais avec une voix un peu plus expressive. [...]. Son style, cependant, correspond davantage au goût des continentaux qu'à celui du grand public américain¹³⁴.

À cet égard, l'apparence de Sablon achève en 1939 d'affermir son assimilabilité américaine, lorsqu'il revient des États-Unis, au printemps 1939, « avec une petite moustache, très "jeune premier américain", qui lui donne un faux air de Clark Gable rajeuni¹³⁵ ». Cet « accessoire » (concedé là encore à une demande *marketing* de la NBC¹³⁶), qui sera désormais lié à l'identité visuelle de Jean Sablon, accrédite encore par l'image ce que sa voix avait produit par le son : une crédibilité américaine presque biologique ou naturalisée. Car comment l'américanité d'un *crooner*, chantât-il partiellement en français, pourrait-elle faire débat, lorsque, présenté comme le quasi sosie des plus grandes stars hollywoodiennes, il habite un corps plus américain que nature, comme aux yeux de ces journalistes londoniens ?

Le chanteur de cabaret parisien ressemble tellement à Clark Gable – sourire, moustache, fossettes viriles et tout le reste – que vous regardez deux fois votre programme pour vous assurer qu'il s'agit bien de M. Sablon¹³⁷.

Ce mimétisme frappe aussi le public canadien : « La grande attraction du Tic-Toc, Jean Sablon. À ce nom, j'entends des voix

¹³⁴ S. n., « Program Reviews », *Radio Daily* [N.Y.], 26 January 1938, p. 6. « *Tino Rossi, NBC's new French singing star [...] is a likable and appealing romantic troubador on the order of Jean Sablon, but with a somewhat more expressive voice. [...]. His style, however, is more to the taste of continentals than to the mass American audience.* »

¹³⁵ M. B., « Impressions de Jean Sablon à son retour d'Amérique », *Le Progrès du Golfe* [Rimouski – Canada], 31 mars 1939, p. 6.

¹³⁶ « La N.B.C. souhaite voir le "French singing sensation" [...]. À peine arrivé à Pasadena, il s'entend dire par l'agent local de la chaîne radiophonique [...] : "Soit vous vous sciez les dents, soit vous vous laisserez pousser la moustache ». Jadin & Langhendries, *Jean Sablon. Le gentleman de la chanson*, p. 94.

¹³⁷ Edith Sarage-Grahaut & Leon M. Lion, « Palladium Paulette », *Daily News* [Londres], 20 March 1948, p. 2. « *The Parisian cabaret singer, who is so like Clark Gable—grin, moustache, virile dimples and all—that you look twice at your programme to make quite sure that it really is M. Sablon.* »

féminines s'écrier derrière moi : "Comme il ressemble à Clark Gable !" ¹³⁸ »

Et bien entendu les observateurs étatsuniens eux-mêmes, qui le dépeignent en « une sorte de Clark Gable plus petit ¹³⁹ », ou, pour varier un peu, à une autre star hollywoodienne à moustache, Robert Taylor :

Lisant son conducteur, Rudy Vallée a décrit Sablon comme le Bing Crosby de la France et n'a cessé de souligner la ressemblance faciale de l'étranger avec Robert Taylor. Tout cela a eu pour effet de susciter un public hors norme ¹⁴⁰.



Fig. 3 – Photographies publicitaires de Jean Sablon (1939), Clark Gable (1940) et Robert Taylor (1946) [Wikimedia Commons]

Si l'image de Sablon est couramment décrite par rapprochement de sa voix et/ou de son physique avec des grandes figures étatsuniennes, il faut enfin souligner qu'en retour, il est lui-même une image de référence abondamment imitée ou pastichée. C'est le cas au Québec où dès 1934 apparaissent des « mimeurs de

¹³⁸ Germaine Plante, « On ne s'ennuie pas au... Bal des artistes », *Le Samedi* [Montréal], 8 avril 1939, p. 38.

¹³⁹ S. n., « After Dark. News and Comment of the Night Clubs », *Evening Star* [Washington], December 25, 1945, p. A-9.

¹⁴⁰ Odec, « Radio Reviews. Jean Sablon », *Variety* [N.Y.], 3 March 1937, p. 38. « *Reading from script, Rudy Vallee described Sablon as the Bing Crosby of France and kept stressing the emigre's facial resemblance to Robert Taylor. All of which tended to create an abnormal audience* ».

Mireille et Jean Sablon¹⁴¹ », tandis qu'après sa première tournée triomphale du printemps 1937, on voit fleurir une revue dont il est un personnage (*Fais Sablon de m'aimer*¹⁴²), puis apparaître l'année suivante des chanteurs locaux qui lui sont assimilés par la presse, comme « Roger Jalbert, le Jean Sablon canadien¹⁴³ ». C'est aussi le cas en France, où l'on peut entendre dès 1935 Johnny Hess et Charles Trenet rivaliser à la radio pour imiter au plus près la performance de Sablon enregistrée au début de l'année avec sa version française de *Miss Otis regrets*¹⁴⁴. Et c'est bien entendu le cas aux États-Unis : on y voit après-guerre le *crooner* Jerry Wayne faire « hurler les admirateurs de Jean Sablon¹⁴⁵ » en se livrant à une imitation du Français ; on y entend surtout Sinatra lui-même, au faite de sa gloire de jeune *crooner* trentenaire, se présenter sur les ondes comme « Le Sablon américain », ce qui achève de brouiller l'écheveau des comparaisons identitaires entre français et américains, *crooners* et *acteurs*, comme le note un quotidien arizonien en 1947 :

Il est difficile d'arriver à savoir qui est Jean Sablon – peut-être en partie parce qu'il est toujours comparé à quelqu'un d'autre. Dans son apparence, il ressemble à Ronald Colman et à Clark Gable. On le présente parfois comme le Sinatra français, le Bing Crosby français ou le Rudy Vallée français. Peut-être l'hommage ultime à la stature de Jean en tant que *crooner* est-il rendu par Sinatra lorsque The

¹⁴¹ S. n., « Compère-Commère », *La Patrie* [Montréal], 22 décembre 1934, p. 44.

¹⁴² Ce spectacle d'Henri Letondal fut créé au cabaret « Allô Paris », à Montréal. La presse indique que « plusieurs chansons du répertoire de Jean Sablon font partie de la revue, les unes sous forme de parodies, les autres comme entr'actes ». S. n., « Succès de la revue *Fais Sablon de m'aimer* au cabaret "Allô Paris" », *Le Canada* [Montréal], 3 mai 1937, p. 6.

¹⁴³ S. n., « Poste CHLN », *Le Nouvelliste* [Trois-Rivières – Canada], 15 octobre 1938, p. 7.

¹⁴⁴ Elle a notamment été publiée dans le vol. 2 de *L'Intégrale Trenet* en cours chez Frémeaux et Associés.

¹⁴⁵ Harry MacArthur, « After Dark », *Evening Star* [Washington], 31 December 1946, p. B-2. « He comes up with an imitation of Jean Sablon, which sets the Jean Sablon admirers to snarling ».

Voice se présente aux auditeurs en disant : « C'est le Sablon américain qui vous parle¹⁴⁶. »

L'hebdomadaire australien *The Listener In*, dans la décennie suivante, profite même de la présence conjointe à Melbourne de Sinatra et Sablon (dont la revue *La Vie parisienne* s'achève fin janvier au Princess Theatre), pour mettre en scène dans la presse la rencontre au sommet entre « Jean (The Voice of Paris) » et « Frank (The Voice) », sous le titre faussement égalitaire de « Voice meets Voice »¹⁴⁷. En effet, sur la photo, c'est Sablon qui signe l'autographe à la demande de Sinatra, pour sa fille Nancy (alors âgée de 14 ans), et prend ainsi l'ascendant symbolique. Dans le texte en revanche, c'est Sinatra l'Américain qui est La Voix à lui seul, là où un chanteur français ne peut jamais être que la voix de Paris, si célèbre soit-il à l'échelle internationale. Chronologiquement, c'est pourtant bien The Voice of Paris qui a constitué un des modèles de The Voice, et un précédent incontestable dans la fabrique d'une figure de *crooner* soigneusement pensée sur la base de la relation entre vocalité et identité.

PERFORMER UNE IDENTITÉ : LA PROPRIÉTÉ DES MOYENS DE PRODUCTION

La multiplicité des identifications de Jean Sablon montre la diversité des signifiants qui se sont appliqués à la catégorie du *crooner*, dont on voit à cette occasion qu'elle est déterminée par bien davantage qu'un style vocal, même si la voix est le *support* commun de l'invention de chaque *crooner*. C'est à partir de la voix, en effet, que se fabriquent les images médiatiques et symboliques des chanteurs évoqués, que se dessinent leur place et leur intégration dans la culture où ils émergent ou tentent de s'implanter. Plus que

¹⁴⁶ Gene Handsaker, « Hollywood Sights and Sounds », *Prescott Evening Courier* [Prescott [US]], 12 August 1947, p. 2. « *It's hard to get to know Jean Sablon – partly, perhaps, because he's forever being compared with someone else. In looks he resembles aspects of Ronald Colman and Clark Gable. Sometimes he is introduced as the French Sinatra, the French Bing Crosby, or the Frenchy Rudy Vallee. Perhaps the ultimate tribute to Jean's stature as a crooner comes from Sinatra when The Voice identified himself to listeners by saying, "This is the American Sablon speaking" ».*

¹⁴⁷ Article cité et reproduit dans Jadin & Langhendries, *Jean Sablon*, p. 96.

de voix, il s'agit donc bien de vocalité, au sens où l'entend Katerine Meizel¹⁴⁸, c'est-à-dire que ce que vocalise Sablon dépasse de très loin la simple production vocale, pour mettre en jeu dans l'ordre des représentations des questions d'identité nationale (le « *Gallie appeal* »), des questions de sexe (le *sex-appeal*), des questions de genre (l'idole des « *nylon-saxers* », écartelé entre « femmelette » et « surmâle ») et des questions d'image sociale (chanteur pour masses / chanteur de luxe) ou de reflets identitaires (la valse des comparaisons inter-chanteurs et inter-acteurs). La part des industries culturelles (et singulièrement les nord-américaines, qui installent un certain nombre de pratiques de marketing pionnières), comme on l'a vu néanmoins, porte à relativiser quelque peu l'affirmation selon laquelle « la vocalité est indissociable de la manière dont nous interagissons avec le monde qui nous entoure, et de la manière dont nous percevons notre propre identité¹⁴⁹ ». Une part non-négligeable de « la manière dont nous percevons notre identité », en effet, peut être lourdement conditionnée par l'identité publique sous laquelle s'accomplit toute une vie d'artiste – le choix de l'artiste en matière d'invention de son *persona* étant singulièrement pré-décidé par les canaux de production et de diffusion à même de rendre une carrière possible. Sablon est par exemple érigé en chanteur mondain par les circuits de *happy few* dans lesquels il prospère, comme le relève un journaliste américain : « Pour voir et entendre Sablon dans les cafés cossus et branchés de Chicago jusqu'au Caire, il faut un portefeuille bien garni et les vêtements chics qui vont avec¹⁵⁰ ».

Même si ce Sablon chanteur mondain, tellement « civilisé » aux yeux de la bourgeoisie new-yorkaise, n'a jamais désavoué le moins du monde ses concerts pour la haute société internationale, il fait néanmoins savoir dans le même article combien compte beaucoup plus pour lui l'adresse à un public plus varié et plus modeste :

¹⁴⁸ Katerine Meizel, « Une voix puissante : enquête sur la vocalité et l'identité », *Volume!*, 16 : 2 / 17 : 1, 2020, p. 183-197.

¹⁴⁹ *Ibid.*, p. 190.

¹⁵⁰ Ken Alden, « Facing music », *Radio Mirror* [N.Y.], January 1947, p. 8. « *To see and hear Sablon in the plushy, swank cafes from Chicago to Cairo requires an ample wallet and the chic clothes to go with it* ».

J'ai discuté avec Jean dans sa confortable suite du Waldorf Astoria, alors qu'il essayait de soigner un rhume en buvant du thé. « C'est une belle vie », dit-il. « Vous savez, en chantant dans tous ces endroits très agréables, je remarque aux tables de choix des gens de la haute société, des ambassadeurs, oui, même des membres de la royauté. Mais maintenant que je passe à la radio, je reçois de belles lettres de jeunes gens, de ce que vous appelez des « bobby sockers », de vieilles dames et de pauvres gens qui sont malades. Et vous savez, j'aime beaucoup mieux cela¹⁵¹. »

Or en s'adressant depuis le micro de la NBC, par exemple, à toute l'Amérique du Nord, il est cette fois transformé en chanteur pour midinettes, en tombeur (« *swooner* ») de ces demoiselles ou en « homme à femmes », c'est-à-dire qu'en obtenant la diversité de public à laquelle il aspire, il est circonscrit dans un segment qui l'identifie à un type de chanteur et à un type de masculinité. Gagnant sur un plan, il perd aussitôt sur l'autre, dont il n'a aucune maîtrise. Or le hiatus entre cette identité industriellement produite et sa propre identité est particulièrement patent dans le cas de Sablon, le chanteur ayant été entouré toute sa vie durant par son compagnon Carl Galm, rencontré en 1937 aux États-Unis. L'époque incline certes à des formes d'homosexualité essentiellement vécues de façon discrète et privée. Néanmoins, le couple que Jean forme avec Carl est nécessairement connu du monde du spectacle et de la plupart des journalistes. Qu'il ne soit pas publicisé par pudeur d'époque et/ou par stratégie publicitaire est une chose, mais comment s'expliquer qu'un journaliste canadien, se rendant sur les quais de Seine chez un Sablon presque sexagénaire vivant en couple depuis un quart de siècle avec son compagnon, livre à ses lecteurs ce qui est censé être la clé de la sensibilité vocale du vieux *crooner*, en ces termes ?

¹⁵¹ *Ibidem*. « I chatted with Jean in his comfortable Waldorf Astoria suite as he tried to fight a cold by drinking tea. "This is a good life," he said. "You know, singing in all these very nice places I notice at the ringside tables society people, ambassadors, yes, even royalty. But now that I am on the radio I get nice letters from young people, what you call bobby sockers, old ladies, and poor people who are sick. And you know, I like that so much better ».

Près de lui, on imagine – bien sûr – une jeune femme amoureuse, écoutant les mots qu'il lui fredonne. Mais cette femme-là n'existe pas. Jean Sablon, c'est un cœur à prendre. *S'il chante si bien l'amour, c'est peut-être parce qu'il ne l'a jamais vraiment murmuré à une oreille*¹⁵². [Je souligne]

L'assignation identitaire, ici, va au-delà de l'omission ou même de la petite comédie publicitaire pour enflammer le public féminin. Elle ne tait pas seulement quelque chose que Sablon lui-même n'a vraisemblablement jamais souhaité communiquer à son public ; elle nie l'existence de celui qui est peut-être sur le fauteuil d'à-côté pendant toute l'interview, et elle nie l'expérience même de l'amour à ceux qui, en face du journaliste, en sont l'incarnation profonde à l'échelle de toute une vie. La vocalité, dès lors, se trouve inévitablement dissociée de la manière dont le chanteur perçoit sa propre identité, jusque dans une dimension très intime, car elle est reliée à son insu à une identité (l'homme déserté par l'amour qui transmue cette souffrance en une sensibilité vocale incomparable pour les chansons d'amour) qui est la négation absolue de la sienne (un grand amour partagé pendant 57 ans de vie commune avec le même homme).

En quoi la fabrique médiatique et commerciale du *persona*, cette identité artistique élaborée collectivement dans la relation d'un chanteur à son public et selon la variabilité des contextes de production, n'est pas toujours cette construction positive qu'il s'agirait de regarder simplement comme une nouvelle dimension de la performance, à la façon de Philip Auslander, pour qui « le complément d'objet direct du verbe *performer* n'est pas nécessairement quelque chose – il peut aussi être quelqu'un, une identité plutôt qu'une œuvre ou un texte¹⁵³ ». Il y a aussi dans la performance de cette identité une relation structurellement inégalitaire qui tient à la logique capitaliste même des industries culturelles, et dans laquelle le producteur matériel de la voix (le chanteur) n'a que très peu la propriété des moyens de production de sa vocalité, c'est-à-dire de l'ensemble des représentations et des

¹⁵² C. C., « Et l'amour est passé sans le voir. Jean Sablon n'a pas changé depuis 1934 », *Le Petit journal* [Montréal], 8 novembre 1964, p. A-55.

¹⁵³ Philip Auslander, *In Concert: Performing Musical Persona*, Michigan, University of Michigan Press, 2021, p. 87.

assignations identitaires édifiées à partir de sa voix par des stratégies de l'image de marque et par leurs relais médiatiques (radio, presse, essentiellement, pour l'époque étudiée). Car ce « *brand-management* » n'est pas seulement une recherche de mise en adéquation d'un artiste et de son public, sorte de rencontre organisée ou maximisée (« minutieusement orchestrée¹⁵⁴ », dit le manager de NBC) entre l'offre et la demande, qui ferait émerger une identité que le chanteur n'aurait plus qu'à performer avec tout le talent dont il est capable, dans une division équitable et paisible du travail au sein d'un simple « réseau de chaînes de coopération » propre aux mondes de l'art chers à Howard Becker¹⁵⁵. Dans son remarquable livre sur les premiers *crooners*, Allison McCracken formule ainsi cet idéalisme égalitaire à l'américaine :

[Dans] *Real Men Don't Sing*, [...], je considère qu'il n'y pas de facteur déterminant unique dans la production culturelle américaine, que la culture a

¹⁵⁴ « Dans les scénarios de films, on voudrait vous faire croire qu'une star nouvellement découverte est devenue célèbre du jour au lendemain et que ce n'est qu'une question de semaines avant qu'elle ne commence à se promener dans une limousine blanche, lançant des orchidées tigrées à son public en adoration. Au service artistique de la NBC, on vous donnera une autre image, bien différente de la version hollywoodienne. On vous dira que la célébrité ne s'acquiert pas du jour au lendemain. Il s'agit d'une ascension étape par étape, minutieusement orchestrée, qui prend entre un et quatre ans ». John H. Baxter (Artists service), « Know your Company. No. 14 Artists Service Department – Part II », *NBC Transmitter* [N.Y.], Vol. 4, No. 6, July 1938, p. 16. « *In movie plots, they'd have you believe that a newly discovered star is made famous overnight and it is only a matter of weeks before she begins riding around in a white limousine, tossing tiger orchids to her adoring public. Up in NBC Artists Service, they'll give you another picture — one that is notably different from the Hollywood version. They'll tell you that stardom is no overnight proposition. It is a carefully-timed, step-by-step climb that takes anywhere from one to four years* ».

¹⁵⁵ Becker note certes que ce réseau « relie les participants selon un ordre établi » (*Les Mondes de l'art*, Paris, Flammarion, R/2010 [1988], p. 59), mais cet ordre, essentiellement présenté comme fruit positif d'une activité collective et donc d'un réseau d'interactions, est très peu pensé en termes de rapports de force ou de conflictualité et conduit, comme le notait Pierre-Jean Benghozi, à « l'éliation des questions de pouvoir et de domination » (Pierre-Jean Benghozi, « Becker Howard S., *Les mondes de l'art* », *Revue française de sociologie*, 1990, 31-1, p. 139).

toujours été composée de multiples agents engagés dans une négociation continue¹⁵⁶.

Pourtant, dans ce monde de l'art qui reste d'abord un monde du travail, on ne peut qu'au prix d'un certain irénisme imaginer les différentes parties *égales* devant cette « négociation continue ». Car celle-ci est aussi un rapport de force rarement favorable à la liberté de l'artiste, ainsi qu'un processus d'écrasement et de dépossession des identités de ce qui est pourtant, au cœur de la production, la seule force de travail réellement irremplaçable : la voix chantée. Le pianiste, l'arrangeur, l'orchestre, peuvent varier. Les maisons de disques, les managers et les impresarios aussi. L'image elle-même peut se dispenser du chanteur, comme sur les publicités Camel¹⁵⁷ qui approximent en fumeur un Sablon dessiné plutôt qu'une photographie du corps réel de Sablon cigarette à la main. Mais ne peut chanter que le chanteur. Or significativement, la description de son style vocal est le parent pauvre de la réception publique du *crooner*, en ce que celle-ci est à de rares exceptions près incapable de décrire autre chose que ce qu'a « minutieusement planifié » pour elle un *marketing* qui procède, on l'a vu, par stratégie d'homogénéisation visant à *faire marché* (marché du *crooner* romantique dans laquelle sont repliés des chanteurs aussi différents que Jean Sablon, Rudy Vallée, Bing Crosby, Tino Rossi, Jean Clément ou Frank Sinatra) et stratégie de différenciation visant à organiser une concurrence des parts de ce marché (les français *vs* les américains, les *bobby-soxers* ou les *nylon-soxers*, le *crooner* vulgaire et le *crooner* de luxe). Utilisée comme simple caisse de résonance, la presse se fait ainsi quoi qu'elle dise (louanges ou griefs) l'exécutante d'une opération de *branding* qui instrumentalise les louanges comme les griefs au service de sa logique industrielle, la détournant finalement de l'essentiel : l'extraordinaire diversité des vocalités *crooner*, qu'il s'agirait au contraire de chercher à affiner dans leurs parentés comme dans leurs différences concrètes¹⁵⁸, à

¹⁵⁶ McCracken, *Real Men Don't Sing*, p. 13.

¹⁵⁷ Voir fig. 2.

¹⁵⁸ C'est à ce travail que s'emploie, dans ce même numéro, l'article « Par-delà l'identité générique du *crooner* : la vocalité comparée de quatre pionniers (Jack Smith, Rudy Vallée, Bing Crosby, Jean Sablon) ».

mille lieues des identités stéréotypées du *romantic singer* et du cadre identitaire restreint qu'il impose aux artistes.