STARFIX
- SEP. 1986

La variété nouvelle est-elle hygiénique ? Rigolote ? Belle sur elle ? Graves questions.

DAHO, TURBOUST ET CIE...

LA VARIETE POP SUR ELLE

Photo Eric Caro.

Le «pop» façon Daho : chip, tchip, chipidou, ouah !

CLIP

Le mot *rock* n'a jamais eu d'équivalent ni d'avenir dans notre langue. Depuis des lustres, populaire rime ici avec vocabulaire. La chanson française représentée par Piaf, Trénet, Montant, Aznavour, Brassens et Brel trouvait ses racines dans l'héritage latin des Lettres. Aussi, apparaissant dans les années soixante, la variété, histoire de se distinguer de son aînée, se mettait à imiter purement et simplement les sonorités (la phonétique !) et les styles anglais et américains. Plus tard, les *seventies* ont prouvé à quel point la musique française pouvait être résolument non-française. Après l'amnésie suivant l'électrochoc musical du *rock* et du *punk*, une psychanalyse s'imposait. Depuis, la variet' a retrouvé son identité verbale associée à une sophistication mêlant le regard critique, la dérision, l'humour et le *look*. Les années 80 annoncent l'ère d'une variété sophistiquée et stratégique : une **variété pop.**

Les enfants du Velvet et du p'tit Lulu

L'explosion de l'image et des nouvelles formes de communication sont les éléments moteur de ce courant. La musique s'est longtemps limitée à un propos confidentiel. Le clip et la pub ont brusquement révolutionné son audience, son impact et son image. Les représentants de la variété *pop* ont digéré intelligemment l'héritage *sixties*, la crise et les nouveaux médias. Quelqu'un comme Etienne Daho récupère le psychédélisme soixante pour le marier via le clip à un romantisme désenchanté mais tonique et actuel. La musique des Lio, Daho, Rita Mitsouko est une réponse aux trois survivants des «soixante» : Gainsbourg, dit le petit Lulu, en tête, plus Jacques Dutronc et Françoise Hardy. Ce pôle de référence repose sur une évidence : ce trio fut le seul à l'époque à s'approprier la modernisation de notre langage et des idées tout en prolongeant la tradition de la chanson française. L'autre pôle de référence se nomme le Velvet Underground : avec Nico, Lou Reed, etc., apparaissait une dimension littéraire dans le *rock* des années 70. Toutes ces influences conjuguées donnent un paysage nouveau à la variété hexagonale. On peut la décliner en trois variantes : la variété d'avant-garde avec entr' autres, le groupe Marc Seberg et Alain Bashung, forte d'une culture artistique et littéraire ; la variété *rock* louchant outre-Manche (Téléphone) et la variété *pop* qui nous intéresse particulièrement ici puisqu'elle est liée à l'image. Les maîtres-mots de la chanson *pop* sont distraction, séduction et dérision. La publicité utilise ce même langage. Branchées sur la même longueur d'onde, la pub et la *pop* enfantent désormais une nouvelle génération d'images et de faiseurs d'images. L'école de la mise en scène n'est donc plus le court-métrage ou le long mais le clip et la pub. Jean-Baptiste Mondino et Jean-Paul Goude apparaissent aujourd'hui comme les catalyseurs et les pères spirituels de cette nouvelle génération de vidéastes : Philippe Gautier, Jean-Pierre Jeunet, Chantal Perrin, Philippe Bensoussan, Christophe Smith...

Une école est née

Back to 78. En plein marasme de variet' sans étiquette, le couple Elli et Jacno se positionne d'emblée comme l'alternative «branchée» à Stone et Charden ! Viennent ensuite le duo rigolo des Rita Mitsouko. L'évènement est dans toutes les mémoires : un album qui piétine, le clip de Philippe Gautier et, bientôt, c'est plus d'un million de quarante cinq tours qui se vendent à tour de bras. Ce clip résume à lui tout seul l'esthétique et les tics de cette nouvelle école : couleurs sa-