



HAL
open science

Colette, vedette multimédia : la gloire par l'intimité

Julien Schuh

► **To cite this version:**

Julien Schuh. Colette, vedette multimédia : la gloire par l'intimité. Cahiers de l'Association internationale des études françaises (CAIEF), 2019, Actes du LXXe Congrès de l'AIEF, 9-11 juillet 2018, 71, p. 131-148. hal-03046705

HAL Id: hal-03046705

<https://hal.parisnanterre.fr/hal-03046705>

Submitted on 8 Dec 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Colette, vedette multimédia : la gloire par l'intimité

Alors que le cinéma est balbutiant, que le star-system n'en est encore qu'à ses prémises, Colette, à l'instar de personnalités comme Cléo de Mérode ou Sarah Bernhardt, est une des premières icônes des médias de masse. Par l'entremise de Willy, véritable impresario qui met au point un plan de communication multimédia, Colette devient le personnage de sa propre vie. Leur couple, leurs disputes, leurs scandales forment les épisodes d'un roman-feuilleton s'étalant aussi bien dans les colonnes des ragots journalistiques que dans des photomontages, sur scène que dans les livres de l'un et de l'autre, brouillant la frontière entre biographie et fiction. Colette devient une marque, un style, une silhouette que l'on peut s'approprier en copiant ses vêtements, un pantin à manipuler, un visage sur une carte postale à afficher chez soi, jouant de l'effacement de la distance avec son public pour construire ses identités — un processus qui s'accélère avec l'avènement de la radio et du cinéma, et l'aide d'un nouvel « agent » pour son image, Goudekot. À travers son exemple, on assiste à l'émergence des dispositifs modernes de mise en scène de soi qui font de chacun une vedette en puissance¹.

Surgissement : Colette par Willy

Si Catulle Mendès a bien vu que Colette avait créé un type, le génie de Willy, c'est d'avoir compris que, dans la culture de la Belle Époque, un tel type ne pouvait se contenter d'exister sous forme romanesque ; qu'il fallait transformer Claudine en modèle, et Colette en idole, par la scène (la comédie *Claudine à Paris*, écrite par Willy avec Lugné-Poe et Charles Vayre, connaît plus de cent représentations), par la presse, par la démultiplication des images de ce mythe en devenir.

En faisant couper les cheveux de Colette, en renchérissant sur la mode vestimentaire inspirée par les romans et leurs adaptations, en utilisant Polaire et sa femme comme incarnations d'une idée, Willy a transformé Claudine en marque (déclinée en cartes postales, parfums, chapeaux, cigarettes, articles de mode...), l'a inscrite dans la conscience collective — un peu comme Jarry en jouant Ubu et en faisant foisonner les apparitions du personnage, ou Cléo de Mérode en devenant son propre masque. Génie publicitaire, certes, mais qui démontrait une créativité et une adaptabilité aux soubresauts de la rumeur publique extrêmes : il n'est pas donné à tous de savoir jongler entre tant de médias hybrides et de façonner des célébrités à partir des chairs imparfaites des êtres humains. L'art de Willy n'était pas loin de celui du caricaturiste ou de l'artiste synthétiste : définir en quelques traits une figure reconnaissable et fascinante, et la rendre inévitable. Par une sorte de possession, il a fait vivre Claudine à travers Colette et ses ombres, tandis qu'il se travestissait en Maugis, comme dans *En Bombe* (1904, fig. 1). Les *Claudine* sont indissociables de la coupe à la garçonne et des cols du même nom, de la silhouette ventripotente de Willy, moustachu sous son haut-de-forme à bords plats, et des formes enfantines de Colette et de Polaire, fausses jumelles piquantes aux tenues similaires voulues par Willy. Dans *Mes Apprentissages*, Colette revient sur l'une des « mégalomanies » de Willy, « l'obsession de se peindre », « où le public ne vit qu'un sens débridé de la publicité » ; elle y voit plutôt, chez un stérile comme Willy, un égarement de la puissance créatrice, et dénombre les caricatures (par Sem, Capiello, Léandre, Camara, Rip...) qui faisaient la fierté de son époux. Tirant à des milliers d'exemplaires ses cartes-portraits, il « n'a jamais souffert, pendant un temps, qu'une Revue de fin d'année se privât de la scène sur Willy et Claudine²... ».

La couverture de *La Maîtresse du Prince Jean* met en scène toute l'ambiguïté de sa démarche : en première de couverture, Willy écrit sous l'œil de Colette qu'il tient par la taille ; la quatrième de couverture le montre en pleine séance de façonnage de statuettes de Claudines, qui partagent leurs traits avec ceux de son épouse (fig. 2 et 3). Colette n'est pas moins une création médiatique que Claudine ; les frontières se brouillent entre représentation de soi et fiction. La célébrité de Colette

¹ Voir Antoine Lilti, *Figures publiques : L'invention de la célébrité (1750-1850)*, Paris, Fayard, 2014 ; Nathalie Heinich, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard, coll. Bibliothèque des Sciences humaines, 2012 ; Aaron Daniel Jaffe, *Modernism and the Culture of Celebrity*, Cambridge & New York, Cambridge University Press, 2005.

² Colette, *Mes Apprentissages. Ce que Claudine n'a pas dû*, Paris, Ferenczi, 1936, p. 102-106.

est le produit de stratégies très élaborées de manipulation et d'utilisation des mécanismes des médias de masse émergents à cette époque.

Synthèse : créer un type

Dans le monde médiatique, il faut faire simple : les formes les plus efficaces sont celles qui sont à la fois réduites à des caractéristiques minimales et qui renvoient simultanément à des cultures partagées : il s'agit de créer un type. Un col, une coupe, du mascara : il n'en faut pas plus pour façonner un personnage inoubliable. Qu'il soit incarné par Polaire ou Colette, à travers le personnage de Claudine, l'être médiatique de Colette est devenu un masque.

Mais Claudine n'est qu'une facette d'un type beaucoup plus large, construit dans les romans de Colette, par la mise en scène de son image publique, ses apparitions dans la presse, la diffusion de son portrait (ou celui de ses interprètes) dans les revues, les affiches... Quand elle se déguise en faunesse (*Le Désir, l'Amour et la Chimère*, Mathurins, 1906), l'image circule et se fait cliché (fig. 4 et 5). *Le Rire* revient ainsi plusieurs fois sur la nudité de ses cuisses, devenue proverbiale³ et qui fait l'objet de scènes dans les revues de fin d'année.

Le masque est aussi textuel. Les articles consacrés à Colette reprendront toujours les mêmes éléments : l'accent bourguignon, la fillette à grande natte de Saint-Sauveur-en-Puisaye, l'espièglerie scolaire, les chattes... Tout cela forme une « contexture » : un amalgame de matériaux hétéroclites (images, textes, musique...) qui se cristallise dans l'imaginaire commun et forme un objet culturel de masse. Devenue logo, Colette se voit déclinée en produits de consommation : elle vend du vin Mariani, des produits cosmétiques, des images à collectionner... *La Vie parisienne* rentabilise sa collaboration avec « Le Journal de Colette » en proposant des poupées à l'effigie de la journaliste⁴. Rien d'étonnant à ce qu'elle transfigure cette célébrité en fondant une maison de cosmétiques autour de son nom — elle avait bien compris qu'elle avait sous la main une marque préconstruite.

Série : le monde des dieux et des doubles

La célébrité est paradoxale : elle singularise un nom tout en l'inscrivant dans une série d'autres noms en vogue. L'*unicum* n'existe qu'en série : la vedette est exceptionnelle parce qu'elle est semblable à toutes les vedettes. Prise en photos, comme toutes les demi-mondaines, actrices ou horizontales de l'époque, Colette gagne un nom tout en perdant en singularité. Il n'est qu'à remettre ses portraits dans le contexte d'un album d'époque pour constater la similarité des poses qu'elle affecte avec celles des dizaines d'aspirantes égéries qui remplissent les pages de ce type de production (fig. 6). Le studio photographique Reutlinger façonne les attitudes et les visages de ses modèles ; platonicien, il vend moins une personnalité qu'un idéal éternel incarné dans une multitude de corps. Sa logique est celle de la collection : dans un univers bourgeois et consumériste, la collection n'a plus même de caractère distinctif⁵. Le geste d'amasser sans fin des produits en série se suffit à lui-même pour le consommateur : Colette est devenue un objet industriel.

La reproduction en série participe à la création d'un monde parallèle. L'accumulation de signes, d'images, fonctionne comme une machine à produire du réel ; les médias, contrairement à ce que leur nom pourrait laisser croire, ne servent pas à médiatiser le monde, mais à produire un univers supplémentaire à celui-ci, qu'ils rendent tangible par la répétition. L'univers où flottent ces corps éthérés n'est pas le nôtre. Une part de la fascination du public pour les livres et les pièces mettant en scène Colette et Willy — ou leurs reflets fictifs — relève de l'ambiguïté entre la fiction qu'ils décrivent et la réalité de la vie du couple. On ne les lit pas comme des textes d'imagination, mais comme une prose d'un nouveau genre, oscillant entre le roman et l'écho parisien ; hybridité consubstantielle à tous les ouvrages signés par Willy, qui assumait moins le rôle d'auteur que de

³ Voir « Les Potins de Paris » par Snob dans *Le Rire* du 15 décembre 1906, p. 2 et Léo Marchès, « Le Rire au théâtre », 27 avril 1907, p. 11.

⁴ Claude Francis et Fernande Gontier, *Colette*, Paris, Perrin, 2004, p. 215.

⁵ Boris, Lyon-Caen, « Balzac et la collection », *L'Année balzacienne*, 2003/1 (n° 4), p. 265-284. URL : <https://www-cairn-info.faraway.parisnanterre.fr/revue-l-annee-balzacienne-2003-1-page-265.htm>

personnage reliant le récit fictif et la « réalité » des rumeurs des boulevards. Maugis n'a d'autre but dans les romans de Willy que d'entretenir le doute sur leur degré de vérité et d'inciter le lecteur à les lire comme des révélations sur ce nouvel univers fictif inventé par l'Occident fin de siècle : celui des célébrités (on ne les appelait pas encore des *people*).

Le meilleur moyen d'exister en série, c'est d'être déjà double. Willy utilise l'effet gémellaire provoqué par une coiffure et une parure identiques pour provoquer l'étonnement. Il fait parader dans Paris Colette et l'une ou l'autre de ses doubles (fig. 7). C'est ce que Colette nomme « l'ère des *twins* » : après Polaire, vient la « sous-*twin* » Madeleine Rassat qui ne lui ressemble pas ; « Mais deux ou trois robes, autant de chapeau, firent le nécessaire, et l'opinion publique se chargea du reste⁶ ». Madeleine joue Colette pour les illustrations photographiques d'*En Bombe*, et Willy promène ses *twins* en victoria sur les boulevards. Ce jeu de dédoublement dans l'espace public se poursuit sur scène. Willy donne à Claudine sur scène les traits de son épouse et se projette en Maugis. Pour Colette, l'« intoxication véritable » de Willy tient à sa volonté de voir son sosie sur scène dans *Claudine à Paris* : « L'homme qu'entourait un succès croissant révérait, tout en les exploitant, ses propres symboles⁷. » C'est une forme de sorcellerie : comme le paon ou le cobra, il s'agit de fasciner sa proie (le spectateur) par la répétition des détails décoratifs. La victime voit double, la réalité glisse dans le rêve. Le double est un outil pour faire entrer le lecteur dans le monde médiatique, cet univers onirique. N'oublions pas non plus que *bis repetita placent* ; apparaître jumelle, c'est être certain de plaire immédiatement, comme si l'on était déjà toujours médiatisé ; la déréalisation joue à plein. La répétition joue également avec des symbolismes fortement ancrés dans l'expérience humaine : miroirs, dédoublements, fantômes sont des accessoires récurrents des récits fantastiques... La répétition mime par ailleurs celle des images, reprises à l'envi d'une publication à l'autre, dans un processus déjà « viral » de rediffusion massive des formes dans l'espace public. Tarde voyait dans l'imitation le moteur de toute société, toute idée se propageant comme un virus mental d'un esprit à l'autre à travers les médias⁸ ; Colette, avec ses *twins*, semble incarner la division cellulaire d'un virus s'appêtant à contaminer le spectateur.

Colette homme de lettres

Mais ces expériences ne survivent pas au mariage avec Willy ; Colette devient rapidement, dans la presse, un être spécifique, à la fois danseuse et homme de lettres. Sacha Guitry lance dans *Comoedia* le 21 mai 1909 cette idée, qui reviendra souvent, de Colette en « homme de lettres » : ni bas-bleu, ni mondaine, inclassable⁹. La posture avait déjà été élaborée par d'autres femmes dans l'univers masculinisé de la littérature, telle Rachilde. Cette dénomination signifie tout simplement que la construction de la notoriété de Colette et sa représentation médiatique suivront désormais les codes en vigueur pour la mise en scène des écrivains masculins dans une presse en pleine restructuration.

Le vingtième siècle invente en effet un nouvel écosystème médiatique. Les grandes maisons d'édition comme Gallimard créent des magazines grand public, sous le couvert de sociétés écrans, pour y mettre en scène leurs « auteurs-maison¹⁰ ». C'est le règne du « grantécrivain », selon le mot de Dominique Noguez. La formule de notoriété instantanée que Willy mettait au point fin XIX^e est devenue omniprésente : les écrivains apparaissent dans la presse qu'on ne qualifie pas encore de « *people* » (*Signal, Voilà, Marianne, La Semaine...*) moins comme les auteurs d'œuvres à lire que comme des célébrités, dont la simple existence justifie l'exposition, et qui intéressent par leur intimité. Ils se transforment en experts aux compétences multiples, allant jusqu'à répondre au courrier des lecteurs, comme le firent Léon-Paul Fargue, Colette, André Maurois, Paul Gérauld et

⁶ Colette, *Mes Apprentissages*, éd. cit., p. 198-199.

⁷ *Idem*, p 117.

⁸ Gabriel Tarde, *Les Lois de l'imitation, étude sociologique*, seconde édition, Paris, Félix Alcan, 1895.

⁹ Sacha Guitry, « Colette Willy. Danseuse et Homme de Lettres », *Comoedia*, n° 599, 21 mai 1909, p. 1.

¹⁰ Marie-Ève Thérénty, « Gallimard et les hebdomadaires : stratégies médiatiques et dispositifs éditoriaux communication », communication au colloque d'ESPRIT « Les périodiques comme médiateurs », Paris, 27-29 juin 2018.

d'autres dans *Marie-Claire* à partir de 1938¹¹. Ce « devenir-expert » de l'écrivain se traduit dans des spécialités genrées ; Colette devient donc une autorité en cosmétique dans *Voilà* en juin 1932, où elle est « marchande de beauté » (fig. 8) — une réclame pour son institut, rédigée par une de ses disciples, Germaine Beaumont, oscillant entre l'ironie pour les notices de ses produits de beauté que Colette rédige elle-même (« la lecture d'un mode d'emploi provoque chez la patiente les rides spontanées de la perplexité, bientôt suivies de celles, permanentes, de la migraine ») et la bienveillance pour l'écrivain (« À ces seules rédactions consacrerait-elle désormais le plus rare talent que la terre ait jamais connu ? [...] Un roman commencé atteste de la fidélité de Colette à son destin. La main qui disperse les grâces fugitives ne peut oublier qu'elle travaille pour l'immortalité¹². »). Colette en vient également à donner des conseils pour bien tenir son intérieur, comme dans un article intitulé « Je suis bien chez moi, et vous ? », dans le numéro de *Marie-Claire* qu'elle dirige, paru le 27 janvier 1939 : « Colette sait vivre, car elle aime vivre... L'existence, elle en adoucit les rudesses en tamisant la lumière et en combinant, avec les couleurs, de beaux accords soutenus et reposants. Lisez ce qu'elle vous dit et tirez-en profit¹³ ». Mais le titre de gloire des écrivains célèbres peut également se réduire à rester à Paris un 15 août, comme Colette et Cocteau, pris en photo au jardin du Palais Royal pour *Toute la vie* en 1943¹⁴ (fig. 9)...

Claude Dennery, dans *Comoedia*, le 2 juillet 1922, analyse déjà à la perfection le rôle de cette célébrité multimédiatique pour la réception d'une œuvre, à propos d'un portrait de Colette par Émilie Charmy de 1921 :

Mme Colette ne serait pas une grande artiste s'il n'était loisible à chacun, de démêler par la simple lecture de ses livres, les facettes de son intelligence. Cependant lequel d'entre nous n'a jamais éprouvé le désir de voir se confirmer le rapport qu'il a cru établir entre chaque œuvre et l'aspect de son auteur. Si la vue des grands écrivains, si leurs effigies sont tant recherchées, c'est moins par une curiosité inexplicable que pour le besoin qu'on a de se retremper dans une opinion préconçue.

Ainsi le portrait de Mme Colette par Émilie Charmy a su exprimer en une intensification hallucinante toute la puissance d'un instinct libéré, altéré, tapageur, ivre d'une santé affranchie. [...] Dès lors, après un tel spectacle, nul ne peut écarter à la lecture de Mme Colette, l'idée des sensations brutales que ces yeux étincelants semblent réfléchir directement sur le papier, sans que la plume ait besoin de les exprimer¹⁵.

Les représentations médiatiques, portraits, photographies ou tableaux, ne sont pas neutres : en retour, elles viennent nourrir l'œuvre qui ne vit que de ce dialogue incessant avec la culture médiatique dans son ensemble.

L'œuvre de Colette ne se limite ainsi pas à ses textes : avec ses divers « impresarii », elle a créé une des premières œuvres transmédiatiques, produite dans une logique sérielle (le jeu des personnages récurrents) adaptée aux contraintes de l'industrialisation des pratiques culturelles¹⁶ ; ses éditeurs géraient des collections, des revues, produisaient des produits dérivés qu'ils valorisaient par une logique de complémentarité des supports. En participant à « l'atelier » Willy, Colette a contribué à la production d'un univers cohérent, avec son personnel, ses valeurs, ses modèles scénaristiques, son iconographie, un univers dans lequel les limites entre posture auctoriale et fiction, œuvre et réclame, étaient poreuses. *Mes Apprentissages* se devaient d'être illustrés par la photographie : les textes de Colette ne sont lisibles qu'en regard de ses écrits journalistiques, des cartes postales reproduisant son image, voire des romans de Willy auxquels elle n'a pas participé ou des échos de presse et des portraits charges qui la représentent : la dissolution de l'auctorialité

¹¹ Sophie Robert, « Léon-Paul Fargue et *Marie-Claire* », *Ludions*, n° 17, « Fargue et les médias », 2017, p. 93-119.

¹² Germaine Beaumont, « Colette marchande de beauté », *Voilà*, n° 63, 4 juin 1932, p. 7.

¹³ « Colette dit : Je suis bien chez moi, et vous ? », *Marie-Claire*, n° 100, 27 janvier 1939, p. 30-31.

¹⁴ « Ils étaient à Paris le 15 août », *Toute la vie*, 19 août 1943.

¹⁵ Claude Dennery, « Colette », *Comoedia*, 2 juillet 1922, p. 4.

¹⁶ Voir Matthieu Letourneux, *Fictions à la chaîne. Littératures sérielles et culture médiatique*, Paris, Éditions du Seuil, coll. Poétique, 2017.

et la division du travail créatif sont des traits essentiels de la culture des médias de masse à laquelle elle appartient pleinement.

Julien Schuh

Iconographie



— *Je dois avoir l'air d'un « entre-peaux », pensa Maugis. (P. 240.)*

Figure 1. Illustration hors-texte dans Willy, *En bombe*, Paris, Librairie Nilsson/Per Lamm, 1904.

WILLY

La Maîtresse

du

Prince Jean

Roman



Illustrations

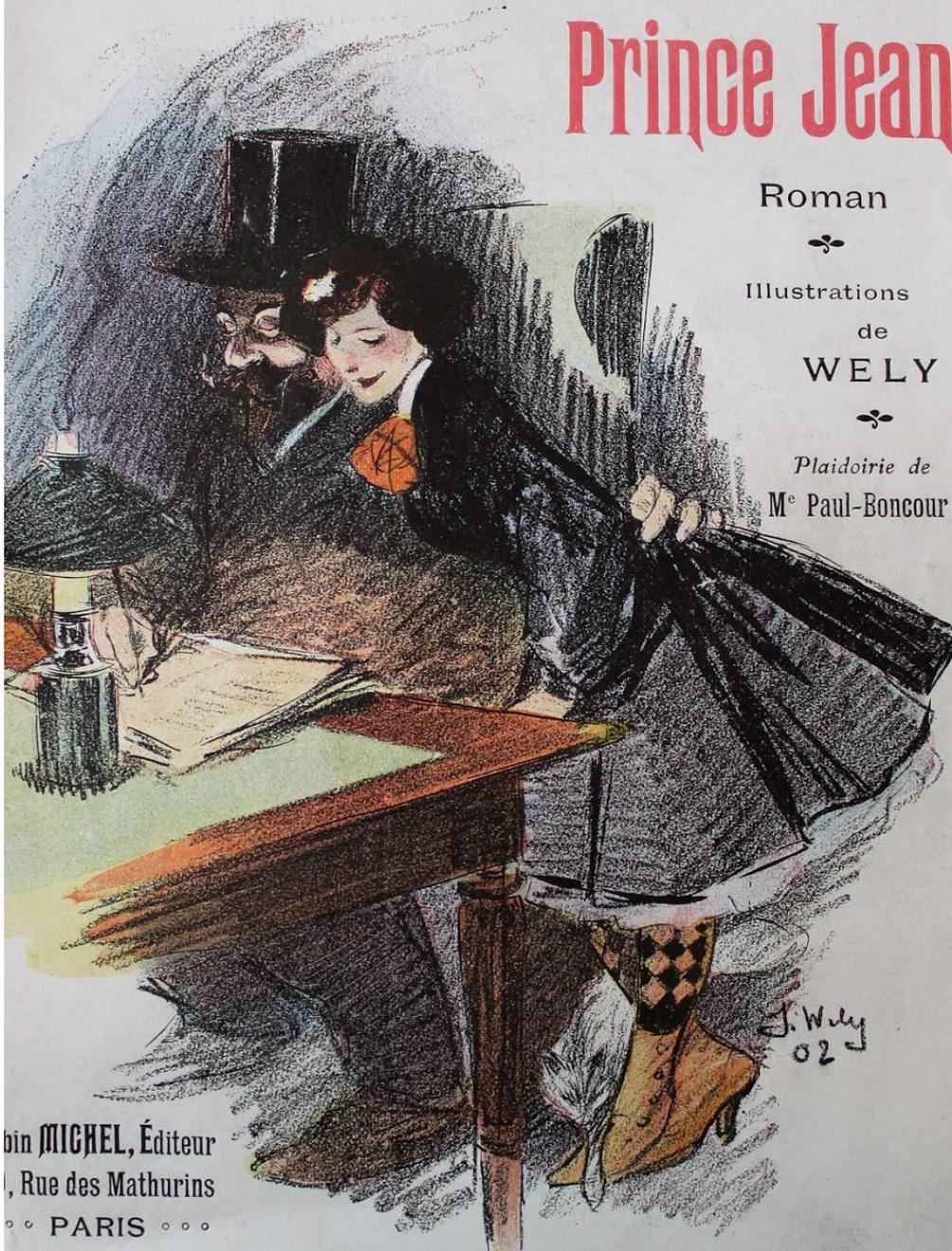
de

WELY



Plaidoirie de

M^e Paul-Boncour



bin MICHEL, Éditeur
, Rue des Mathurins
°° PARIS °°°



Figures 2 et 3. Wely, première et quatrième de couverture de Willy, *La Maîtresse du Prince Jean*, Paris, Albin Michel, 1903.



Figure 4. Colette en petit faune dans *Le Désir, l'Amour et la Chimère* de Francis de Croisset, aux Mathurins, en 1906.



Figure 5. Maurice Lourdey, affiche lithographique pour la *Marigny Revue*, Paris, imp. Minot, 1907.



Figure 6. Colette dans *L'Album Rentlinger*, vol. 55.



M. WILLY VENAIT D'INVENTER UNE PAIRE DE « TWINS »

Figure 7. « M. Willy venait d'inventer une paire de "twins" », hors-texte dans Colette, *Mes Apprentissages*, éd. cit.

2^{me} Année - N° 63
CHAQUE SAMEDI

L'HEBDOMADAIRE DU REPORTAGE

4 Juin 1932
16 PAGES - 1 fr. 25

VOILÀ

L'AMATEUR
DE JARDINS

Pierre HUMBOURG



COLETTE
MARCHANDE
DE BEAUTÉ

Germaine BEAUMONT

LE DERNIER RAID FRANÇAIS
EN AFRIQUE

Henri DANJOU

Figure 8. Colette en couverture de *Voilà*, n° 63, 4 juin 1932.



COLETTE ET JEAN COCTEAU : Tous deux sont voisins. Ils habitent au Palais-Royal. Quand le soleil daigne faire son apparition, ils se rencontrent dans le jardin et engagent un entretien qui dure tard dans l'après-midi. Jean Cocteau parle de sa dernière pièce ou de son nouveau film, Colette de son prochain livre ou de sa Bourgogne natale qu'elle ne reverra pas cet été

Figure 9. « Ils étaient à Paris le 15 août », *Toute la vie*, 19 août 1943.