

LE ROMAN-FEUILLETON (1836-1842): L'ENJEU D'UN POUVOIR

Le XIX^e siècle marque les débuts du «métier» d'écrivain perçu comme une profession indépendante. Certes, le mécénat existe encore — on sait par exemple que Victor Hugo et Sainte-Beuve profitaient de pensions et que l'État assurait volontiers, par l'octroi de postes plus honorifiques que réels, un revenu confortable à certains écrivains¹ — mais si les cas d'appui financier sont fréquents, il n'en demeure pas moins que la majorité des écrivains doivent désormais se contenter, pour toute ressource, des revenus de leurs activités littéraires. Cette «professionnalisation» est évidemment rendue possible par l'accroissement et surtout l'alphabétisation de la population qui assurent une plus grande consommation et qui permettent, par le biais du roman-feuilleton, la rencontre entre la littérature et la presse périodique. Dès ses débuts cependant, le roman-feuilleton devient un lieu de lutte pour le pouvoir. Pour les romanciers, il apparaît comme l'occasion de se libérer d'instances trop éloignées de leurs préoccupations et le moyen de reprendre en mains une production qu'ils ont le sentiment d'abandonner à une industrie sans commun rapport avec eux. Un même souci de contrôle se fera jour quand la presse, par les lois du marché, affirmera sa domination. Les feuilletonistes, alors soumis aux exigences du public, trouveront une nouvelle forme d'autorité en se définissant comme «spécialistes» du genre. Dans ce conflit d'intentions, deux figures s'opposent comme les deux définitions possibles du roman-feuilleton: Balzac, pour qui le journal ne doit être qu'un mode de diffusion au service du romancier, et

Littératures, n° 6 (1991)

¹. C'est ainsi que l'on retrouve Musset employé au Ministère de l'Intérieur, Nodier à l'Arsenal et Leconte de Lisle sous-bibliothécaire au Sénat.

Eugène Sue, qui, avec *Les Mystères de Paris*, transformera le feuilleton en genre autonome. L'étude des rapports qu'ont entretenus ces deux auteurs avec la presse populaire au cours de ses premières années de formation montre, par le passage entre les deux conceptions du feuilleton, combien est centrale la recherche de pouvoir.

Tant que les écrivains, riches de leur fortune personnelle ou de celle d'un bienfaiteur protecteur, s'adressaient à la couche très supérieure de la population, ils n'avaient guère à se préoccuper de conquérir un marché. La question du coût des livres ne se posait pas à ce public suffisamment fortuné pour satisfaire ses désirs intellectuels. Il importait du reste assez peu de vendre beaucoup puisqu'il suffisait, pour qu'un écrivain «réussisse», que les plus influents le lisent et le citent. Lorsque les écrivains se voient dans l'obligation de vendre pour vivre, la question de la consommation devient cependant cruciale². Certes, les auteurs s'adressent encore, au XIXe siècle, à un public aisé. Mais à une époque où le succès ne se mesure plus uniquement en éloges, les ventes en librairie s'ajoutent au jugement de la critique dans l'évaluation de la fortune d'une œuvre. Le double critère «qualité»/quantité fait son apparition. Or, les livres coûtent cher et les lecteurs, surtout les plus récemment parvenus à la consommation (bourgeois et petits bourgeois soucieux d'économie), sont de plus en plus nombreux à préférer l'emprunt à l'achat. C'est ainsi qu'au cours de la première moitié du XIXe siècle les cabinets de lecture foisonnent tandis que la librairie, lentement, entre en crise.

Les difficultés éprouvées par la librairie et l'édition françaises au cours des décennies vingt et trente semblent avoir été la cause d'une grande prise de conscience chez les écrivains. Du moins, celle-ci est-elle manifeste chez Balzac qui, dans la crainte de ne pouvoir poursuivre son exigeant train de vie, vilipende les diffuseurs qui échouent à servir les auteurs. Dans «De l'état

2. A la nécessité de vendre s'ajoute un problème de concurrence. Alors qu'au XVIIIe siècle on n'enregistrait que de six cents à huit cents nouveaux ouvrages par an, le dépôt légal de 1850 totalise 7,658 titres et celui de 1889, 14,849 titres. Ces chiffres sont l'expression d'un problème qui se pose dès le premier tiers du XIXe siècle: celui de la lutte pour le marché et de la suffisance des revenus. Chiffres tirés de Priscilla P. Clark, «Stratégies d'auteur au XIXe siècle», *Romantisme*, 17-18 (1977): 93.

actuel de la librairie», paru dans *Le Feuilleton des journaux politiques* du 3 mars 1830, Balzac trace un portrait bien sombre des libraires. Souvent sans expérience du négoce parce que nouvellement lancés en affaires, ils font indéfiniment crédit et finissent par écouler à bas prix les livres qu'un public sait pouvoir se procurer pour une fraction du coût dans les cabinets de lecture ou auprès des colporteurs. «Pour un libraire instruit [...] nous comptons vingt de ces libraires si plaisamment nommés marchands de salades»³ écrit-il, précisant que «des spéculateurs sans conscience, des incapables, illettrés à demi, avilissent une profession que les Étienne ne jugeaient pas indigne d'exercer avec celle d'imprimeur»⁴. Balzac se fait évidemment bien amer, mais il n'en demeure pas moins que les faillites sont nombreuses⁵ et les retards de paiement presque systématiques. George Sand corrobore ce portrait peu enthousiaste dans les conseils qu'elle donne à une amie sur les stratégies d'édition : «il [le libraire] prélèvera sa part, et quand il l'aura prélevée, il ne s'occupera plus de vente [...] Je le suppose seulement indolent et peu délicat comme ils le sont *tous*. S'il est radicalement fripon comme ils le sont *presque tous*, il te dira qu'il n'a rien vendu et te demandera encore des indemnités pour s'être chargé de tout cet embarras»⁶.

En fait, Balzac l'un des premiers se rend compte qu'existe un décalage entre les exigences d'une activité littéraire qui doit tendre vers une plus grande spécialisation et le dilettantisme encore généralisé de ceux qui la pratiquent. Le synchronisme n'est pas encore parfait entre l'apparition de besoins nouveaux et le développement de moyens susceptibles de les satisfaire. «Le commerce des livres repose aujourd'hui sur une nécessité aussi forte que celle du commerce des grains»⁷ reconnaît le romancier

³. «De l'état actuel de la librairie», texte paru le 3 mars 1830 dans *Le Feuilleton des journaux politiques*, H. de Balzac, *Œuvres complètes, Œuvres diverses*. Paris, éd. Louis Conard, 1910, tome 1*, p. 219.

⁴. *Ibidem*, p. 220.

⁵. On en compte plus d'une trentaine pour la seule année 1830. Roland Chollet. *Balzac journaliste. Le Tournant de 1830*. Paris, Klincksieck, 1983, p. 26.

⁶. G. Sand. *Correspondance*. Paris, Garnier, 1969, tome V, pp. 811-812. Lettre écrite vers la fin novembre 1842. Itaque de l'auteur.

⁷. «De l'état actuel de la librairie», *op. cit.*, p. 218.

qui comprend que les écrivains doivent désormais vivre dans une économie de marché avec tout ce que cela peut avoir de terre à terre, de difficile et de désillusionnant. Lui-même d'ailleurs ne sera pas exempt de la vision idéaliste du métier d'écrivain. A son éditeur Gosselin qui le rappelle à ses obligations, il écrit: «j'ai trouvé chez moi [...] une lettre que je n'aurais pas voulu avoir écrit à un banqueroutier. Vous avez compté avec vos écus, et moi avec mes souffrances [...] Cette lettre m'a dégoûté de faire des livres [...] quoique j'aie bien besoin d'argent, je préfère encore les bons procédés et les choses de bon goût à l'argent»⁸. On retrouve bien sûr l'insatisfaction d'un auteur face à l'industrie mais, en filigrane, on sent surtout poindre le regret que l'art ne soit pas préservé de la commercialisation. A cette époque où certains auteurs jouissent encore du privilège d'être pensionnés, où les éditeurs préfèrent publier les «classiques» plutôt que de verser des droits d'auteur⁹ et peuvent à peine gérer leur stock tandis que lentement mais sûrement s'accroît le nombre des lecteurs, on comprend que les écrivains ressentent le besoin de prendre leurs intérêts en mains. C'est pourquoi, dans la crainte de perdre le contrôle de sa production, Balzac réagit fortement. Entre 1830 et 1833, il met au point une «Société générale d'abonnement» qui devra protéger les intérêts économiques des écrivains en leur permettant d'éviter les intermédiaires que sont les libraires. Cette initiative, qui échouera faute de financement, exprime bien la conscience qu'a Balzac de ses intérêts: la littérature «n'est plus un art mais un métier»¹⁰ déclare-t-il en 1833. L'écrivain ne peut plus se contenter d'écrire. Il lui faut également vendre son produit.

A cette époque, Balzac a les yeux tournés vers la consommation. Selon lui, la crise de la librairie et donc celle des

⁸. Lettre du 6 octobre 1932. Balzac. *Correspondance*. Paris, Garnier-Flammarion, 1960, tome I, pp. 549-560.

⁹. La liste des best-sellers français de 1826 à 1840, telle qu'établie par Martyn Lyons dans *l'Histoire de l'édition française*, illustre bien cette tendance. Les plus grands tirages sont consacrés à des auteurs tels La Fontaine, Fénelon, Voltaire, Rousseau, Molière, Racine, Buffon, Perrault. Les contemporains sont plus rares et apparaissent plus tardivement dans le siècle. Ce sont d'abord Chateaubriand, Hugo, Lamennais, Lamartine, puis à partir de 1845, Dumas et Eugène Sue qui avaient alors profité du succès de la presse. *Histoire de l'édition française*, Paris, Promodis, 1985, tome III, pp. 369-397.

¹⁰. Dans une lettre à Charles Weiss. Cité par R. Chollet, *op. cit.*, p. 519.

écrivains, sera résolue lorsqu'on achètera plus de livres. Dans ses *Lettres sur Paris*, il écrit: «En ce moment [le gouvernement] prête trente millions au commerce, de manière à encourager la production au lieu de créer des consommateurs [...] Un jour il sera obligé d'envoyer des livres à ceux qui ne savent pas lire»¹¹. Fidèle aux principes du capitalisme naissant, Balzac souhaite l'apparition naturelle d'un public. Persiflant l'aide gouvernementale, il fait railleusement ressortir l'inadéquation des solutions apportées: «Il faut tenir compte à M. Guizot d'un généreux effort: pour soutenir la typographie, il a fait réimprimer Mézeray... C'est une haute pensée, mais elle serait plus complète s'il y avait joint le *Cours de littérature* de La Harpe»¹².

Dans ce climat d'insatisfaction, la presse apparaît donc pour les écrivains comme une attrayante solution. Encore fallait-il cependant qu'elle puisse et veuille les accueillir. Jusqu'en 1835, les journaux, beaucoup plus préoccupés de politique que de littérature, ne se donnaient qu'assez rarement des missions culturelles. Plus encline à pourfendre le pouvoir qu'à divertir le public, la presse ne se tourna vers la vie des arts que lorsque des décrets l'obligèrent à modérer ses opinions. Les lois de censure de septembre 1835, fortement coercitives, entraînent un changement de contenu marqué¹³ au sein de la presse. La *Bibliographie historique et critique de la presse française* d'Eugène Hatin montre en effet clairement, par la description des journaux parus à cette époque, la tendance à l'abandon du politique pour le culturel. Critique littéraire, vie parisienne, reportages (surtout avec le développement des moyens de communication) et faits divers prennent à partir de cette date une place plus importante. Les tirages restent toutefois limités, car la technique permettant une production accrue ne se développe que

11. *Lettre sur Paris*, parue le 31 octobre 1830 dans *Le Voleur. Œuvres complètes, op. cit. Œuvres diverses*, tome II, pp. 84-85.

12. *Ibidem*, p. 85. Historien du XVII^e siècle, Mézeray est l'auteur d'une *Histoire de France* en dix-huit volumes.

13. Les lois de septembre 1835, en réduisant la liberté d'expression, avaient fait passer le nombre d'abonnés du *Constitutionnel* de 20,000 (1830) à 3,700 (1840) et celui du *Journal des Débats* de 13,000 (1830) à 9,000 (1840). Philippe Vigier. *La Monarchie de Juillet*. Paris, P.U.F., («Que sais-je?»), 1962.

progressivement.¹⁴

En ce début de Monarchie de juillet, un journal annonce cependant la voie qu'empruntera bientôt la presse française: *Le Journal des connaissances utiles*, mensuel de trente-deux pages d'Émile de Girardin. La formule d'un périodique mi-économique mi-social n'était certes pas nouvelle. Girardin n'en était d'ailleurs pas à sa première création de ce type puisqu'il avait déjà publié un journal de connaissances usuelles en 1831, *Le Garde national*. Un extraordinaire tirage de plus de 100,000 exemplaires différencie toutefois *Le Journal des connaissances utiles* de ses semblables. Dans une industrie où les ventes au numéro sont rares et où le nombre des abonnements pour des publications similaires se chiffre à environ quatre cents, l'opération tient du prodige. Elle s'avère surtout un succès. Grâce au très bas prix de l'abonnement, compensé par une publicité abondante, ce journal parvient non seulement à établir des records de vente mais à accroître ses revenus dès sa deuxième année d'existence. Pour Girardin il s'agissait de tester une théorie alors nouvelle et dont il allait bientôt faire son credo: «Au point où en est venue l'industrie, le progrès — comme première condition — implique la tendance au bon marché, lequel à son tour implique la nécessité du grand nombre: comment y parvenir sans le concours de la publicité?»¹⁵

Cette nouvelle conception de la presse, qui prit forme avec la création en 1836 de deux journaux à prix modique *La Presse* de Girardin et *Le Siècle*, d'Armand Dutacq, visait essentiellement deux buts: la rentabilité et la liberté. Girardin explique ce dernier point dans *Le Journal des connaissances utiles* :

Ce journal, sous peine de mourir en naissant, devra être populaire dans toute l'acception que nous donnons à ce mot, c'est-à-dire qu'il devra représenter et défendre, non point l'opinion intéressée d'un parti exclusif, la cause dynastique d'une famille, les théories inapplicables d'une école, mais les véritables intérêts nationaux. Voilà ce que produit d'admirable la presse populaire, la presse à grand nombre et à bon marché.

14. Ce n'est qu'en 1847 que *La Presse* utilisera la fameuse machine Marinoni qui, en imprimant simultanément les deux côtés de la feuille, accroît de façon significative la capacité de production.

15. Cité par E. Hatin. *Bibliographie historique et critique de la presse périodique française*. Paris, Firmin-Didot, 1866, p. 397.

C'est qu'elle ne saurait sans se suicider trahir ouvertement la vente ou aliéner dans l'ombre son indépendance.¹⁶

En clair, Girardin désire affranchir la presse de ses dépendances politiques. Littéraires et journalistes opèrent donc, presque simultanément, un glissement vers l'économie de marché. Ils souhaitent servir leurs propres intérêts, devenir leur propre but. En se coupant du pouvoir politique, la presse découvre en elle sa propre autorité, se transforme en institution autonome. Ce qu'elle offrira désormais ne devra relever que d'elle-même. Il est intéressant de noter que cette autonomie — ou devrions-nous dire, début d'autonomie — procède à la fois de la nécessité et de la volonté. Contrainte par la censure à renouveler son contenu et désireuse d'accroître son pouvoir, la presse devient un produit culturel distinct. Apparaît évidemment dès lors le problème de la dépendance face aux instances économiques avec, d'un côté, les annonceurs qui font vivre et, de l'autre, les consommateurs qui assurent les grands tirages. Si cette question de la «liberté» vis-à-vis du public peut se poser de façon très cruciale aux écrivains, journalistes et directeurs de journaux l'entrevoient d'une tout autre façon. En effet, le pouvoir de la presse repose par définition sur la plus forte consommation possible, puisque c'est par elle que se canalise l'opinion publique et que se diffusent les idées. Et Girardin l'a bien compris qui écrit: la presse est «après l'instruction primaire, le moyen le plus actif de moralisation populaire [...] la plus abondante source de richesse publique»¹⁷. Elle doit conquérir tous les publics ou du moins le plus vaste public possible. La presse n'est donc pas seulement une entreprise, elle est un lieu d'autorité. Cette prise de conscience que le nombre fait la vraie force sera déterminante pour les rapports qu'entretiendra bientôt la presse avec les écrivains, car à l'usage il est un contenu qui s'avérera plaire à tous, aux classes populaires comme aux classes bourgeoises, aux aristocrates comme aux ouvriers: le roman-feuilleton.

Romanciers et directeurs de journaux devaient donc se

¹⁶. *Ibidem*.

¹⁷. *Ibid.*, p. 396.

rencontrer. Un besoin commun, né d'un même désir d'autonomie, les réunit en cette première moitié du XIXe siècle. Mais si, au départ, les intérêts semblent similaires, l'autorité de la presse impose rapidement ses lois. Les premières tentatives montreront clairement aux romanciers que le goût des consommateurs est sans appel et que si le prestige de leur nom semblait promettre quelque poids, il allait servir davantage le succès du journal que le leur.

En lançant *La Presse* en 1836, Girardin recherche d'abord des valeurs sûres. Il a, du moins à cet instant, beaucoup plus besoin des écrivains que les écrivains n'ont besoin de lui. «Il faut d'abord et avant tout que la littérature soit amusante et utile [...]. Il faut l'autorité de grands noms littéraires»¹⁸ écrit-il en 1834, définissant ainsi la littérature comme un outil de vente, un contenu de prestige susceptible de plaire. On remarquera qu'il distingue déjà le produit de la marque: d'un côté une littérature «amusante et utile», donc adaptée à des besoins spécifiques sans préoccupation de valeurs formelles, et de l'autre des «grands noms» que l'on retient beaucoup plus pour leur prestige que pour la qualité de leurs œuvres. Le roman-feuilleton s'appuyait donc dès le départ sur une contradiction. Les auteurs dont s'entoure Girardin — Balzac, Hugo, Dumas, Gautier — n'écrivent pas en effet pour simplement distraire. Ils ont à cœur de développer et de défendre des esthétiques, de montrer une sensibilité, bref de faire une «œuvre» dans le sens le plus idéaliste du mot. L'expérience ne tarda d'ailleurs pas à montrer cette contradiction qui fut résolue lorsqu'en maîtrisant le roman-feuilleton, le journal créa ses propres grands noms, suscita son propre prestige.

Les premiers feuilletons littéraires présentent d'abord des textes isolés puis des œuvres courtes, ne dépassant guère deux ou trois épisodes. La lutte que se livrent, en ces débuts de presse populaire, *Le Siècle* et *La Presse* amène cependant Girardin à opérer une tentative plus audacieuse ou du moins plus spectaculaire: la publication en tranches d'un roman entier. Dans son

¹⁸. *Musée des familles*, 2e année, avril 1834, p. 130. Cité par Patricia Kinder dans «Un directeur de journal, ses auteurs et ses lecteurs en 1836», *L'Année balzacienne* (1972): 176.

souci de prestige, il choisit *La Vieille fille* de Balzac, auteur réputé, qui paraît en douze épisodes du 23 octobre au 4 mars 1836. Le succès de cette initiative est tel que les autres journaux s'arrachent bientôt l'auteur afin d'imiter la formule. A ce point de l'histoire du roman-feuilleton, le pouvoir est entre les mains des romanciers dont on a un pressant besoin. Non seulement *Le Siècle* mais aussi des journaux plus politiques et plus élitistes comme *Le Constitutionnel* et *Le Journal des Débats*, se mettent en effet en quête de «grands noms». C'est ainsi que George Sand et Alexandre Dumas père entrent assez rapidement dans le circuit feuilletonesque. Profitant encore à ce moment de l'autorité, les romanciers réalisent, avec la diffusion journalistique, une bonne affaire. Certes, il leur faut tronçonner leurs ouvrages, mais, conçus avant la publication, ils n'ont pas à subir l'influence du public. L'œuvre est encore, en quelque sorte, indépendante de sa réception. Girardin s'assure cependant dès le départ que *La Vieille fille* devra une partie de son succès à la presse. Il donne en effet à cette publication un caractère exceptionnel. Le roman est tout d'abord inséré dans le corps même du journal, et non dans le feuilleton, à l'égal des articles les plus importants tandis qu'une attention toute particulière est accordée à la mise en page. Les textes sont mis en relief, la disposition est plus aérée qu'à l'habitude. Bref, on fait clairement entendre au lecteur tout l'intérêt que l'on reconnaît à la littérature, tout l'éclat que peut faire endosser la presse à la fiction. La presse montre qu'elle peut désormais s'approprier le littéraire et devenir ainsi un lieu de pouvoir culturel.

Les auteurs ne sont cependant pas toujours prêts à faire les concessions demandées. Si Dumas, qui collabore dès sa fondation à *La Presse*, accepte et même formule les règles du jeu par l'utilisation d'un style de plus en plus spécifique, Balzac refuse de s'adapter. On voit alors combien la renommée qu'il apportait à Girardin était de faible poids: il se fait bientôt éclipser par des spécialistes moins prestigieux que lui. Il faut attendre 1846, soit dix ans après *La Vieille fille*, pour que Balzac réalise que le feuilleton est devenu un genre et n'est plus qu'accessoirement un canal de diffusion. Découpant mal ses textes qui n'avaient jamais été conçus pour la presse, ne sachant pas

ménager ses coups de théâtre, Balzac voit sa cote journalistique décliner tout au long de cette décennie. Ce n'est qu'à partir du moment où il écrit au jour le jour, en fonction du rythme journalistique, qu'il renoue avec le succès: c'est l'époque du *Paysan*, de *La Cousine Bette*, du *Cousin Pons*. Mais pour Balzac cela ne va pas sans peine et dans la préface aux *Splendeurs et Misères des courtisanes* il laisse clairement entendre sa dissidence: «Si l'auteur écrivait aujourd'hui pour demain, il ferait le plus mauvais des calculs [...] car, s'il voulait le succès immédiat, productif, il n'aurait qu'à obéir aux idées du moment [...] il faut bien accorder quelque chose au Dieu moderne, la majorité, ce colosse aux pieds d'argile dont la tête est bien dure»¹⁹. Il ira même jusqu'à dire que «pour écrire une vulgaire et ignoble anecdote, à la hauteur des abonnés d'un journal il n'est besoin ni de savoir écrire ni d'instruction»²⁰.

En fait, la déception de Balzac repose sur un malentendu. Il avait cru élever la presse par ses écrits et c'est la presse qui a placé au faîte de la gloire ceux qu'elle a bien voulu choisir. Certains auteurs ne s'en formalisent pas, tels George Sand qui se contente des revenus additionnels de la presse périodique sans chercher à transformer son écriture²¹. Dans son cas, le journal est un lieu de publication qu'elle vient quelque peu nourrir de son abondante production. Balzac cependant refuse la loi économique qui veut que succès et «mérite» n'aillent pas forcément de pair. Outré et, malgré ses démentis à cet effet, visiblement envieux du succès des romanciers populaires, il écrit à Mme Hanska:

Je ne peux pas, je ne dois pas, je ne veux pas subir la dépréciation qui pèse sur moi par les marchés de Sue et par le

19. Préface aux *Splendeurs et Misères des courtisanes*. Paris, Bibliothèque de la Pléiade, *La Comédie humaine*, tome VI, 1977, pp. 427-28. Italique de l'auteur.

20. *Lettres sur la littérature*, cité par R. Guise, *op. cit.*, p. 305.

21. Elle se plaint cependant de ne pas toujours être payée convenablement et même de voir ses ventes en librairie concurrencées. Ce reproche montre bien que revues et journaux ne servent pas les auteurs comme ceux-ci l'espéraient. Dans une lettre du 28 août 1840, Sand écrit: «la revue a maintenant une masse d'abonnés qui n'est pas représentée au paiement. De sorte que ce journal émet plus de 2,000 exemplaires de mes ouvrages et je n'y suis payée qu'en raison de 1,500. Ceci n'est pas juste. Après cette grande émission, il est difficile de vendre l'ouvrage en volumes». *Correspondance*, *op. cit.*, tome V, p. 113.

tapage que font ses ouvrages [...] je n'ai pas de jalousie ni d'aigreur contre lui, ni contre le public. Dieu merci, nos rivaux sont Molière et Walter Scott, Le Sage et Voltaire et non pas ce Paul de Kock en satin et paillettes. Mais il s'agit de payer cent vingt mille francs de dettes, d'avoir sa case et une vie décente [...] et si je n'envie rien de ce triomphateur à mirliton, vous me permettez de déplorer qu'on lui paie ses volumes dix mille francs tandis que je n'obtiens que trois mille des miens.²²

Quoique Balzac demeure un auteur à grand tirage, on distingue nettement chez lui le désir de se dissocier de toute commercialisation excessive et surtout d'affirmer son indépendance littéraire. Il est intéressant de noter que la critique contribue déjà à ce mouvement. En effet, elle ne veut pas que le public vienne lui concurrencer son pouvoir de consécration et même Sainte-Beuve, malgré le peu d'amitié qu'il porte à Balzac, est amené à prendre la défense du romancier face aux feuilletonistes:

M. Eugène Sue est peut-être l'égal de M. de Balzac en invention, en fécondité et en composition [...] Mais [Sue] a eu le tort de ne pas se livrer uniquement aux instincts de sa nature propre et de consulter les systèmes du jour [...] ce que M. de Balzac n'a jamais fait. Au moins, lui, il n'a obéi qu'à ses instincts, à ses aspirations favorites, et s'y est livré de plus en plus en artiste qui ne transige pas.²³

Tant que la littérature dite «populaire», c'est-à-dire ayant pour elle le nombre, demeurait marginale et marginalisée, la question du choix esthétique ne se posait qu'en terme de préférences personnelles. A partir du moment où un type précis de production est le seul à garantir le succès monétaire (le seul succès qui compte quand on veut «vivre» de la littérature), ce choix devient éthique. On peut ainsi relever deux types de feuilleton: celui des romanciers et celui des feuilletonistes.

²². *Ibidem*, p. 305.

²³. Sainte-Beuve. *Causeries du Lundi*. Garnier Frères, 1862, tome II, pp. 461-62. (Article du 2 septembre 1859).

Les techniques du roman-feuilleton spécialisé sont connues: découpage mettant en relief les coups de théâtre, structure en tiroirs qui permet de poursuivre à l'infini plusieurs actions parallèles, intervention constante de l'auteur (rappels, annonces, précisions, insistances) afin de faciliter la lecture et la compréhension, univers manichéen du bien et du mal, héros incorruptible en quête jamais assouvie de vengeance et de justice. L'emploi de cette technique, de cette recette aux ingrédients savamment dosés, a pour conséquence d'encourager certains auteurs à aller chercher ailleurs leur légitimité d'écrivain. Ne pouvant se distinguer par l'écriture, ni même tirer gloire d'un style que les heures de tombée ne permettent pas de raffiner, certains feuilletonistes vont en effet se justifier en s'investissant d'une mission sociale. S'ils ne peuvent prétendre à la consécration artistique, du moins pourront-ils se réclamer d'une morale ou d'une action. Les courants socialistes du moment (saint-simonisme, fouriérisme) les invitent dans cette voie, de même que l'encouragement des lecteurs qui les considèrent souvent comme des hérauts de la justice sociale et de l'égalitarisme. Forts du sentiment de faire «œuvre utile», les feuilletonistes (et romanciers populaires) trouveront dans la «mission» une nouvelle légitimité. Le cas d'Eugène Sue est à cet égard le plus classique et le plus déterminant.

Quand Sue propose le premier épisode des *Mystères de Paris* au directeur du *Journal des Débats*, il écrit: «je vous envoie je ne sais quoi, lisez. C'est peut-être bête comme un chou. Cela m'a bien amusé à faire, mais cela amusera-t-il les autres à lire? Voilà le douteux»²⁴. D'entrée de jeu, le divertissement est la préoccupation principale de Sue. Il ne s'adresse au départ qu'à un public essentiellement bourgeois, celui des premiers abonnés, pour qui l'univers miséreux des quartiers pauvres constitue un dépaysement. A mi-chemin entre le reportage qui enseigne et le conte populaire qui fait délicieusement frémir, les *Mystères de Paris* sont conçus d'abord comme un mélange de réalisme et de romantisme. Sue emmène ses lecteurs bourgeois dans une visite guidée des bas-fonds parisiens comme il les emmènerait dans un

²⁴. Cité par E. Legouvé dans Jean-Louis Bory, *Eugène Sue, le roi du roman populaire*, Paris, Hachette, 1962, p. 244.

pays exotique ou des contrées encore sauvages.

Sue n'a cependant pas prévu le très grand succès que remporte son roman-feuilleton auprès du public populaire qui, contrairement au public bourgeois, prend la description de son univers très au sérieux. A.-M. Thiesse parle d'une «double lecture»²⁵ des *Mystères de Paris*: d'un côté un public bourgeois qui fait du roman un divertissement, de l'autre un public populaire qui reconnaît dans les aventures de Fleur-de-Marie un univers auquel il peut, de près ou de loin, s'identifier. Cette lecture peut être évaluée à partir des lettres d'encouragement et de remerciement qu'envoient particuliers, associations ouvrières et clubs socialistes à celui qui allait bientôt être sacré «roi du feuilleton». Sue est en quelque sorte poussé en avant dans son activité d'écrivain comme en témoigne cette lettre adressée à l'auteur des *Mystères* par un vitrier: «Personne n'osera élever la voix contre vous parce que vous êtes la Vérité, et la Vérité c'est Dieu. Persévérez, homme de bien, persévérez dans votre noble mais difficile tâche. Il y a encore bien d'autres mystères à dévoiler. Allez, frappez fort, ne craignez rien, le monde entier vous écoute»²⁶. Devenu, sans avoir cherché à l'être, le champion des causes sociales, Sue se voit offrir une légitimité qu'il lui serait difficile de refuser sans risquer de décevoir un public auquel, par métier, il lui faut plaire. Comment, de plus, pourrait-il songer aux seuls émois de son public bourgeois quand de partout on lui rappelle la gravité de son rôle. «Noblesse oblige, dit le vieux proverbe, j'ajouterai: talent oblige aussi. Après l'éclatant succès des *Mystères de Paris*, il ne vous est plus permis d'écrire rien que pour le plaisir — vous avez accepté une mission sociale»²⁷ lui écrit un de ses lecteurs

25. A.-M. Thiesse explique ainsi la perception qu'a le public populaire des *Mystères de Paris*: «si le romancier a choisi pour personnages des individus appartenant aux "basses classes", c'est, à n'en pas douter, parce qu'il veut étudier les problèmes sociaux et leur proposer des remèdes [...] le grand public ne peut ni ne veut voir le jeu conventionnel, complaisant et pervers, que l'écrivain propose à ses lecteurs du "beau monde"; lisant avec sérieux, il suppose qu'on s'adresse à lui dans un but sérieux. L'écart entre les attentes culturelles du public restreint de "l'élite", pour lequel était écrit le roman, et celles du public élargi permet la double lecture du feuilleton», «Ecrivain/Public(s): les mystères de la communication littéraire», *Europe*, 643-644, (nov.-déc. 1982) : 39.

26. Lettre tirée du Fonds Eugène Sue, cité par J.-L. Bory, *op. cit.*, pp. 278-279.

27. Cité par A.-M. Thiesse, *loc. cit.* : 45.

passionnés. Pour ne pas faillir à cette mission, Sue dépasse en quelque sorte son rôle et va plus loin que ne le demande les lois du feuilleton. Il entreprend ainsi d'explorer en scientifique les bas-fonds de la ville, entrecoupe l'action des *Mystères* de réflexions humanitaires et propose même à ses lecteurs des idéaux généreux quoique utopiques, tels la «Banque des Pauvres» que fonde Rodolphe de Gerolstein vers la fin de l'histoire. En fait, Sue devient victime de son propre personnage. Il pousse la spécialisation du feuilleton à un point tel qu'il fait déborder de l'écriture l'idéologie qui la sous-tend. A la fois dépendant des nécessités économiques et de l'image qu'on lui a donnée, Sue est piégé. Pour regagner un certain contrôle sur sa production sans sacrifier ces deux motivations, il n'a pratiquement pas d'autre choix que de se sur-spécialiser. Le besoin de légitimité et le désir de s'affirmer sinon comme créateur du moins comme messenger décident en quelque sorte pour lui. Sue trouve sa justification en allant au-delà de l'obéissance aux règles de la même façon que Balzac maintenait son indépendance en les refusant. Avec Sue, le roman-feuilleton devient presque une institution en soi. Il est connu de tous, même de ceux qui ne savent pas lire mais à qui on fait, dans les ateliers, la rue, les cours, la lecture des *Mystères*. Le roman-feuilleton se transforme en élément d'actualité, engendrant toutes sortes de productions parallèles: affiches, jeux de cartes à l'effigie des protagonistes, et même la publication d'un *Dictionnaire de l'argot moderne, ouvrage indispensable pour l'intelligence des Mystères de Paris de M. Eugène Sue*. Nous sommes donc loin du feuilleton considéré comme solution de rechange à une librairie maladroitement gérée. Ce qui, au départ, se présentait comme un moyen de mieux contrôler la production, est devenu un exercice qui détient sa propre finalité.

Le développement du roman-feuilleton aura donc créé une certaine transformation du métier d'écrivain. Avant l'apparition de la presse périodique et du grand public, l'édition mettait sur un pied d'égalité tous les producteurs d'un même genre. Certes les grands noms jouissaient de meilleurs contrats et de tirages plus élevés, mais les rapports avec les lecteurs étant les mêmes,

les relations auteurs/éditeurs demeuraient assez standardisées. Le succès, essentiellement critique, n'affectait pas de façon trop marquée les ventes en librairie. Le marché relativement restreint limitait les écarts de revenus. Pour gagner beaucoup, il fallait produire beaucoup. Le métier d'écrivain, ou, dans le cas qui nous intéresse, de romancier, était le même pour tous. La presse périodique change cependant cette vision. Un nouveau type de production apparaît qui vient coexister avec le premier. Dès lors la règle du jeu se transforme, une hiérarchie se crée. En effet, à partir du moment où un certain nombre d'écrivains réussit économiquement, et ce de façon spectaculaire, les autres auront l'impression de faillir, sentiment qui ne leur serait pas apparu de façon aussi tranchée à l'époque de l'«égalité». Lorsqu'il compare ses revenus avec ceux de Sue, Balzac exprime ce sentiment qu'on retrouve de façon très symptomatique à la fin de l'article «homme de lettre» de l'édition 1880 du *Dictionnaire des professions* d'E. Charton: «En résumé la carrière d'écrivain est plus difficile qu'elle ne l'était autrefois. Il faut donc réfléchir d'autant plus avant de s'y engager»²⁸. Le mot «autrefois» marque bien la conscience d'un changement dans l'activité littéraire, celle, précisément, de son autonomisation. Or, le métier d'écrire n'est pas plus ou moins difficile qu'avant. C'est la notion de réussite qui a changé. Alors qu'elle était basée sur la réception critique, elle se fonde également désormais sur le succès commercial. Le problème ne consiste pas dans le remplacement d'un critère par un autre, mais bien dans la coexistence des deux valeurs qui déterminent ce que nous pourrions appeler les deux «formes» du feuilleton: le feuilleton spécialisé, véritable genre littéraire avec ses techniques et son esthétique, et le feuilleton-canal de diffusion, au succès moindre, et dont la principale fonction ne vise rien de plus que de suppléer aux lacunes de l'édition. Entre le mode de communication et le genre, entre le moyen et le but, se trouve une différence profonde, celle de la conception de la littérature. Un point commun unit toutefois les deux genres: la volonté jamais démentie d'une plus grande liberté. A partir des écrivains qui souhaitent se libérer d'une librairie malade et mieux

28. Cité par Christophe Charle, «Le champ de production littéraire», *Histoire de l'Édition française*, op. cit., tome III, p. 129.

contrôler la diffusion de leurs œuvres jusqu'aux feuilletonistes qui s'investissent d'une mission pour valoriser leur activité, en passant par les journaux qui veulent se démarquer des dépendances politiques, le feuilleton n'a eu pour autre enjeu que la volonté d'autonomie.