

Passeurs culturels dans le monde des médias et de l'édition en Europe (XIX^e et XX^e siècles)

Sous la direction
de Diana Cooper-Richet,
Jean-Yves Mollier, Ahmed Silem

Collection «Référence»

Presses de l'enssib
école nationale supérieure
des sciences de l'information
et des bibliothèques

Les mondes de l'édition et des technologies de la communication sont aujourd'hui engagés dans des mutations profondes, dont les définitions classiques du livre, de l'information sortiront transformées. Dirigée par Pascal Durand (Université de Liège), pour l'histoire du livre et de l'édition, la collection *Référence* entend accueillir, à l'enseigne des Presses de l'enssib, des travaux scientifiques portant sur ces deux domaines le double regard, prospectif mais aussi rétrospectif, d'une théorie critique et d'une histoire.

Titres parus

Les défis de la publication sur le web : hyperlectures, cybertextes et méta-éditions

Coordonné par Jean-Michel Salaün et Christian Vandendorpe

La lecture numérique : réalités, enjeux et perspectives

Coordonné par Claire Bélisle

L'édition pour la jeunesse en France de 1945 à 1980

Michèle Piquard

Une dynamique de l'insignifiance, les médias, les citoyens et la chose publique dans la « société de l'information »

Bertrand Labasse

La communication scientifique à l'épreuve d'Internet, l'émergence d'un modèle

Josette F. de la Vega

Passeurs culturels
dans le monde
des médias
et de l'édition
en Europe
(XIX^e et XX^e siècles)

*sous la direction
de Diana Cooper-Richet,
Jean-Yves Mollier, Ahmed Silem*

Presses de l'enssib

école nationale supérieure des sciences de l'information
et des bibliothèques

Les auteurs

Isabelle Aveline, fondatrice du site zazieweb.com ou communauté de e-lecteurs

Jean-François Botrel, professeur émérite de langues et cultures hispaniques, université Rennes 2

Pierre Bruno, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, IUT, université Bourgogne, Dijon

Marie-Françoise Cachin, professeur à l'UFR d'études anglophones, université Paris 7

Diana Cooper-Richet, maître de conférences habilité, Centre d'histoire culturelle des sociétés contemporaines, université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines

Salah Dalhoumi, SII, Enssib

Jean-Pierre Esquenazi, professeur des universités, directeur de l'équipe POL Médiations, associé à l'équipe de sociologie de l'art OPUS, université Jean Moulin Lyon 3

Sun-Ae Kim, docteur en sciences de l'information et de la communication

Roumiana Konstantinova, doctorante en gestion à l'université Jean Moulin Lyon 3, école doctorale MIF

Bernard Lamizet, professeur, Institut d'études politiques, Lyon

Thomas Loué, maître de conférences à l'IUFM d'Alsace, rattaché à l'université Marc Bloch

Laurent Martin, chercheur-associé à l'Institut Mémoires de l'édition contemporaine (IMEC)

Jean-Yves Mollier, professeur des universités, Centre d'histoire culturelle des sociétés contemporaines, université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines

Giovanni B. Ramello, Università Carlo Cattaneo – et chercheur adjoint, SIMS, University of California Berkeley pendant la rédaction de cette contribution

Paul Rasse, professeur des universités en sciences de l'information et de la communication, université Nice-Sophia Antipolis

Bernadette Seibel, sociologue, chercheur associée au DOCSI, (Enssib-Lyon 1)

Ahmed Silem, professeur des universités en économie de l'information, université Jean Moulin Lyon 3

Alain Van Cuyck, maître de conférences en sciences de l'information et de la communication, université Jean Moulin Lyon 3

Bernard Wuillème, professeur et enseignant-chercheur université Jean Moulin Lyon 3

ISBN 2-910227-59-6

Presses de l'enssib
école nationale supérieure des sciences de l'information
et des bibliothèques
17-21 boulevard du 11 novembre 1918
69623 Villeurbanne Cedex
Tél. 04 72 44 43 43 – Fax 04 72 44 43 44
<http://www.enssib.fr>

Sommaire

Introduction	13
Partie 1	19
Du traducteur au présentateur : de la variété des passeurs	
Chapitre 1	21
Passeurs de culture européenne : les traducteurs anglais à l'époque victorienne	
par Marie-Françoise Cachin	
Les traducteurs victoriens	24
Quelle culture ?	26
Le traducteur comme passeur culturel	30
Chapitre 2	35
L'importation en France de la littérature italienne (1995-2000): fonctions et usages de la traduction	
par Bernadette Seibel	
Le pouvoir symbolique du traducteur	39
Circulation des ouvrages et caractéristiques des auteurs	40
Différenciation et position des traducteurs	46
Chapitre 3	53
Le libraire, un « médiateur marchand »?	
par Diana Cooper-Richet	
Du libraire homme-orchestre du livre au libraire vendeur d'ouvrages	56

Passeur ou commerçant ?	59
Les libraires par eux-mêmes et leurs représentations	63
Chapitre 4	69
Écrire pour l'enfance ou ses médiateurs	
par Pierre Bruno	
Une évaluation difficile	72
Médiateurs et théorisation de l'objet	75
Les médiateurs, une « cible » marchande ?	77
Les médiateurs : héros ou modèles ?	80
De la médiation culturelle à l'élitisme social ?	83
Chapitre 5	87
Analyse économique du droit d'auteur	
par Giovanni B. Ramello	
Droit d'auteur et économie : les origines	89
Le droit d'auteur dans l'histoire de la pensée économique	92
<i>Pelle sub agnina latitat mens sæpe lupina</i> : droit d'auteur entre créativité et marché	97
Droit d'auteur, concurrence et antitrust	99
Chapitre 6	107
L'évaluation de l'efficacité des bibliothèques universitaires en France	
par Sun-Ae Kim, Salah Dalhoumi et Ahmed Silem	
Présentation de la méthode retenue	110
Élaboration d'un système d'évaluation des bibliothèques	112
Résultats des estimations de l'efficacité	116
Analyse des sources et du niveau d'efficacité	122
Chapitre 7	129
Jeanson avant Jeanson – ou comment l'on devient un personnage fameux du spectacle et de la presse dans le Paris des années vingt quand on est parti de rien	
par Laurent Martin	
Les débuts d'Henri Jeanson	131
Premiers pas dans le journalisme	133

Un journalisme d'irrévérence	136
Jeanson critique de music-hall	141
Sociabilités parisiennes	143
Chapitre 8	147
Le présentateur, un « passeur » grand public par Jean-Pierre Esquenazi	
Champ artistique et économie médiatique	149
Logique de la présentation	150
La présentation culturelle aujourd'hui	154
Chapitre 9	159
Le miroir culturel : Les « passeurs » par Bernard Lamizet	
La médiation culturelle : une représentation de l'identité	163
La double médiation : présentation et représentation	164
L'espace public de la culture : la confrontation des identités et des formes de la sociabilité	166
Les passeurs culturels : les interprètes de l'identité	168
Diffuser les cultures pour donner aux identités leur forme et leur espace	169
Identité et politique : les enjeux de la médiation culturelle	171
La médiation culturelle, formation de territoires	173
Le miroir culturel et la critique des identités	175
Partie 2	179
Les supports de la médiation culturelle	
Chapitre 10	181
L'édition aux XIX^e et XX^e siècles : une médiation culturelle menacée par Jean-Yves Mollier	
La naissance de l'éditeur	185
L'ancrage de l'éditeur dans la sphère culturelle	188
La fin des éditeurs ?	191

Chapitre 11	193
Les passeurs culturels au risque des revues (France, XIX^e et XX^e siècles)	
par Thomas Loué	
Remarques préliminaires	195
Bref passage en revue	197
Les revues entre les cultures	199
Quelques remarques sur l'autonomie du passeur	202
Chapitre 12	209
Passeurs culturels en Espagne (1875-1914)	
par Jean-François Botrel	
Clarín ou le passeur solitaire (1875 à 1901)	212
José Lázaro ou le passeur mécène (1889 à 1914)	215
Santiago Valentí ou le passeur appointé (1902 à 1914)	218
L'œuvre du passeur	222
Chapitre 13	229
La place de la culture dans la presse quotidienne L'exemple d'un quotidien bulgare	
par Roumiana Konstantinova	
La transmission de la culture	232
Analyse comparative du contenu culturel dans le quotidien bulgare <i>Troud</i> en 1983, 1993 et 2003	233
Facteurs économiques déterminant le contenu culturel	241
Chapitre 14	249
Les radios internationales, passeurs culturels : une approche historique	
par Bernard Wuillème	
La radio est-elle un passeur culturel ?	251
La radiodiffusion internationale comme passeur culturel	255
Les thèmes des radios internationales par type d'émetteurs	260
Bilan	266

Chapitre 15	267
La médiation de l'éducation populaire à l'espace public : le cas du festival «Off» d'Avignon par Paul Rasse	
Aux origines de l'éducation populaire	270
Vilar et le théâtre populaire	272
Paradigme de l'espace public	275
Dynamique du festival «Off» d'Avignon	277
L'espace public du «Off»	280
Médiation : la culture en réseau	282
Chapitre 16	287
Passeurs, médiateurs... les nouveaux communicateurs : pratiques textuelles, espace communicationnel et approches communautaires sur le Web par Isabelle Aveline et Alain Van Cuyck	
Du journalisme au Web collaboratif	289
Zazieweb, un passeur culturel	292
Chapitre 17	299
Passeur culturel et économie de marché par Ahmed Silem	
La notion de produit culturel	303
Les modes de régulation	304
Les limites du marché de produits culturels	306
La part inévitable de « tutellisation » de l'offre de produits culturels	309
L'inévitable marché ou les limites de la culture administrée	311
Conclusion générale	319
Bibliographie indicative	325
Notes	329

Introduction

par Diana Cooper-Richet

Le thème choisi pour le colloque *Passeurs culturels dans le monde des médias et de l'édition en Europe (XIX^e-XX^e siècles)*, organisé en septembre 2003 par les animateurs de l'école doctorale MIF de l'Université Lyon 3, de l'École nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques et du Centre d'histoire culturelle des sociétés contemporaines de l'Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, traduit la volonté commune de chercheurs travaillant dans des disciplines aussi différentes que les sciences économiques, les sciences de l'information et de la communication, la sociologie, l'histoire, mais aussi l'étude des langues et des civilisations, de la littérature, de mieux comprendre comment s'opèrent les transferts culturels et surtout quels agents en sont les moteurs.

La tâche est délicate tant ces mécanismes sont complexes, fluctuants, mobiles, donc difficiles à repérer et à suivre. La collaboration entre des spécialistes de différentes sciences sociales et humaines a pour objectif l'étude des processus de diffusion, d'assimilation et d'ajustements qui interviennent lors de changements culturels au sein d'une société ou d'un groupe dont les frontières sont souvent perméables aux influences extérieures, phénomènes sur lesquels les anthropologues se sont penchés les premiers.

Le passeur, « l'homme double », est celui qui se trouve au contact de deux cultures émanant soit de strates sociales différentes, soit d'autres aires géographiques. Cette appellation est utilisée par l'historien Christophe Charle¹ à propos du rôle « de miroir sans

tain² » joué par les censeurs, les directeurs de théâtre, les critiques, les animateurs de revues, les éditeurs, les faiseurs d'opinion en général, entre producteurs de culture et public³. C'est par leur intermédiaire que passe, avec plus ou moins d'efficacité, « la nouveauté culturelle⁴ ». Si, à bien des égards, ce concept est à la fois éclairant et séduisant, il peut, par certains aspects, être réducteur tant nombre de médiateurs – hommes triples, voire plus encore — bénéficient d'attaches multiculturelles, à l'instar de l'écrivain Elias Canetti, juif de Bulgarie, vivant en Suisse avec un passeport anglais, qui écrivait en allemand. Ce multiculturalisme peut ne pas être inné, mais acquis au cours d'études ou de voyages. Le médiateur n'est pas toujours un individu, un prêtre évangéliste ou un traducteur qui apporte sa contribution à la constitution d'une littérature universelle par exemple ; ce peut être un groupe, une collectivité de personnes, une congrégation religieuse missionnaire ou encore un parti politique, à l'image des partis communistes dont la vocation a longtemps dépassé le simple combat politique pour s'étendre à tous les actes de la vie des militants, jusqu'à leur sociabilité et à leur environnement culturel.

La notion de passeur demeure floue et ne s'adapte certes pas à toutes les situations de transferts culturels ; la nature des médiateurs est extrêmement variée, d'autant que la médiation peut être voulue, pensée, comme dans les exemples que nous venons de citer. Elle peut aussi être involontaire, comme dans le cas du passeur « malgré lui⁵ » grâce auquel le transfert s'opère sans qu'il ait agi consciemment pour le favoriser et en faisant tout autre chose, notamment veiller à faire fructifier ses affaires. La transmission n'est jamais neutre, car tout passeur est inscrit dans la réalité sociale d'une époque. Enfin, soulignons que ces processus de translation culturelle s'effectuent rarement à sens unique, mais plutôt sous forme de va-et-vient de la source émettrice vers le récepteur et retour, dans un mouvement qui, sans être perpétuel, peut être récurrent.

Jusqu'ici, les études consacrées à ces questions sont demeurées assez rares. En 1978, Michel Vovelle et Philippe Joutard ont organisé un colloque dédié aux *Intermédiaires culturels*⁶. Au cours de cette rencontre, les termes employés ont été ceux d'agents de diffusion, de circulation, de liaison, mais aussi d'entremetteurs et

de relais, sans oublier celui, très connoté, de courroie de transmission, pour tenter de comprendre comment s'opère le passage d'une culture d'élite vers la culture populaire, «des dominants vers les dominés⁷», mais également en sens inverse. Les textes recueillis à cette occasion, qui s'intéressent aussi bien à l'Ancien Régime – d'où un intérêt soutenu pour la culture orale – qu'à l'époque contemporaine, illustrent à la fois la richesse de la réflexion et la variété des figures d'intermédiaires⁸, dont la nature, le nombre et la place évoluent avec le temps, l'ensemble étant envisagé dans le cadre national.

En 2001, sont parus aux éditions de la Maison des sciences de l'Homme les actes d'une confrontation scientifique qui s'est tenue à l'université de Marne-la-Vallée, intitulés *Passeurs culturels : mécanismes de métissages*. Après un quart de siècle, l'évolution du vocabulaire employé témoigne de celle des approches. Cette fois, l'accent a été mis sur une autre forme de domination, celle des liens qui « unissent » l'Ancien et le Nouveau monde aux ^{xvi}^e et ^{xvii}^e siècles. Le cadre est donc, désormais, international. Ce sont les intermédiaires qui permettent ou facilitent les transactions entre civilisations, ainsi que les détenteurs d'un certain savoir et les chemins empruntés par les connaissances et les *habitus* qui ont été privilégiés. Dans son éclairante présentation, l'historien Serge Gruzinski utilise, lui aussi, de très nombreux termes pour parler des transferts de connaissances et des résultats auxquels ils donnent lieu. Le passage d'une culture vers une autre, de valeurs d'un groupe vers un autre, entraîne des brassages et des mélanges, des croisements, des métissages, des hybridations, des syncrétismes, notamment dans le domaine religieux ; il peut même aboutir au multiculturalisme, phénomène ancien, déjà évoqué, longtemps connu sous le nom de cosmopolitisme. Toutes ces études témoignent de la richesse d'un champ de recherche qui peut, et doit, continuer à être exploré dans toute son étendue spatio-temporelle, tout en tenant compte de la spécificité des différentes aires géographiques et de celle des régimes d'historicité.

Peu de recherches ont envisagé la question des acteurs de la transmission culturelle de manière synthétique. Néanmoins, l'historiographie contemporaine, notamment celle concernant le livre, l'édition et les médias, comporte un certain nombre d'études

portant sur des aspects particuliers de la question ou qui, tout en traitant d'autres problèmes, abordent, à un moment ou à un autre, celui de la médiation intellectuelle par le biais de ses moyens. Rares, cependant, sont ceux qui s'arrêtent sur la figure du passeur. En 1989, s'est tenu à Francfort un colloque sur *Le commerce culturel des nations*, dont les actes ont été publiés dans la *Revue de synthèse* en 1992. Consacrée aux échanges entre la France et l'Allemagne dans le domaine du livre aux XVIII^e et XIX^e siècles, cette livraison s'intéresse, notamment, au rôle des bibliothécaires, à celui des pratiques bibliographiques, aux libraires et aux éditeurs en tant que vecteurs de transmission entre pays et entre cultures.

D'autres articles sur des aires culturelles, des bassins linguistiques ou encore des pays, comme l'Allemagne avec les recherches de Frédéric Barbier, de Michel Espagne, d'Helga Jeanblanc et d'Isabelle Kratz, l'Espagne avec celles de Jean-François Botrel, l'Angleterre avec des éclairages sur la place des revues et le rôle des traducteurs, la Grèce, mais aussi à propos des rapports entre l'Europe, la Palestine et Israël – sur ce dernier point, l'ouvrage sorti en 2002 chez CNRS Éditions, dirigé par Dominique Bourel et Gabriel Motzkin, joliment intitulé *Les voyages de l'intelligence : passages des idées et des hommes*, est instructif – sont très suggestifs et ouvrent de nouvelles voies.

Si la dimension internationale est importante (elle est largement traitée dans ce volume avec des communications sur l'euro-péanisation de l'Espagne, la Bulgarie, l'Angleterre et l'Italie), le cadre national ne doit pas pour autant être négligé. Un certain nombre d'articles s'appuient sur des exemples hexagonaux pris notamment dans le domaine de l'édition où l'éditeur se trouve au carrefour du matériel et du culturel, des revues, de la librairie – envisagée tant en France qu'à l'étranger –, et de la littérature pour la jeunesse.

Des études transversales d'histoire très contemporaine trouvent également leur place dans les pages qui suivent, grâce aux approches plus économiques qui envisagent la question des marchés de la culture et de l'économie des droits d'auteur, celle des radios internationales, de la télévision, des nouveaux médias et leurs modes spécifiques de transmission culturelle par le biais de présentateurs, de journalistes, mais également de l'apparition de l'inte-

ractivité – cadre dans lequel chacun peut devenir passeur –, ainsi que la question, très actuelle, de la médiation en réseau. L'ouvrage s'achève sur l'image d'un espace public perçu comme un miroir culturel dans lequel se reflètent les représentations, notamment politiques, que les différents passeurs mettent en œuvre.

Les questions liées à la pertinence de la notion de passeur, à celle de la délimitation de ses contours, aux lieux de passage et aux modes de circulation des modèles culturels dans le monde des médias et de l'édition sont parmi celles auxquelles ce livre tente d'apporter quelques éléments de réponse. Bien d'autres travaux pourraient être envisagés, notamment sur la vocation des écrivains à être des passeurs. Rappelons le rôle de Stendhal, voyageur, dans l'introduction en France de la littérature anglaise, ou celui de M^{me} de Staël, plus sédentaire, dans la connaissance de l'Allemagne. Les artistes, les peintres sont parfois des intermédiaires entre les univers culturels. Les tableaux marocains d'Eugène Delacroix font de lui un « relais » des références culturelles exotiques dans la France de la première moitié du XIX^e siècle.

Le champ d'action de ces médiateurs est donc extrêmement vaste. Leur nombre se multiplie, leur nature se diversifie en permanence. Ne sommes-nous pas tous des passeurs potentiels ? Ces brassages continuels, qui mettent en œuvre une dynamique, sont source d'enrichissement intellectuel. Indéfiniment ? Nul ne peut dire, à l'heure actuelle, où conduira le mouvement de globalisation qui touche tous les secteurs et toutes les disciplines.

Partie 1

Du traducteur au présentateur : de la variété des passeurs

Chapitre 1

Passeurs de culture européenne : les traducteurs anglais à l'époque victorienne

Chapitre 1

Passeurs de culture européenne : les traducteurs anglais à l'époque victorienne

par Marie-Françoise Cachin

La traduction littéraire occupe une place restreinte dans la production éditoriale d'une nation et ceci est particulièrement vrai de la Grande-Bretagne dont l'insularité trouve ici une nouvelle illustration. Si j'ai choisi d'étudier et d'illustrer le rôle des traducteurs comme passeurs culturels durant l'époque victorienne – c'est-à-dire de 1830 à 1900 environ⁹ –, c'est en raison de la position qu'occupe alors ce pays en Europe¹⁰ sur le plan industriel et commercial, au moins jusque dans les années 1870 où sa suprématie mondiale commence à décliner au profit de l'Allemagne et des États-Unis. Qui plus est, l'alphabétisation connaît un développement notoire dont la conséquence est l'augmentation parallèle de la production et de la consommation d'imprimés. Grâce aux progrès techniques, l'édition se structure de manière performante autour de grands éditeurs comme Macmillan, Blackwood, Chapman & Hall ou Bentley. Les périodiques se multiplient à un rythme stupéfiant et s'emploient à satisfaire un lectorat diversifié, allant de l'élite bourgeoise aux classes populaires¹¹. La distribution est facilitée par le réseau de voies ferrées qui atteint quelque dix mille kilomètres en 1850.

Prenant donc appui sur cette période, je m'intéresserai dans un premier temps aux traducteurs eux-mêmes, c'est-à-dire aux raisons qui les ont amenés à faire connaître dans leur pays des cultures étrangères, en l'occurrence européennes. Puis je dégagerai quelques tendances concernant les cultures ainsi importées en m'efforçant de déterminer à quel lectorat sont destinés les textes traduits à cette époque, révélateurs des choix effectués. Il convien-

dra enfin de réfléchir à la manière dont s'opère le transfert culturel par la traduction, à ce qui le facilite ou l'entrave.

Les traducteurs victoriens

Le terme de « passeurs » est fréquemment utilisé pour qualifier les traducteurs littéraires. Il souligne leur position entre deux cultures, la leur et celle du ou des pays auxquels ils s'intéressent, car il est courant que leur ouverture aux littératures étrangères ne se limite pas à un seul pays. Les raisons de cette ouverture – et, à cet égard, les traducteurs victoriens ne sont guère différents de ceux d'autres époques –, sont le plus souvent d'ordre personnel : contexte familial, milieu professionnel, carrière, voyages, rencontres et lectures. L'explorateur Richard Burton (1821-1890) consacra la fin de sa vie à traduire du portugais, de l'italien et de l'arabe, et Lafcadio Hearn (1850-1904), né en Grèce d'un père irlandais et d'une mère grecque et qui vécut au Japon, traduisit des légendes chinoises ainsi que des œuvres de Flaubert, Loti et Théophile Gautier. Les enseignants, universitaires, lettrés, linguistes souvent polyglottes, figurent aussi en bonne place. Citons par exemple John Bowring (1792-1872), dont on dit qu'il apprit deux cents langues et en parlait cent, ce qui lui permit de traduire entre autres des poètes polonais et hollandais et deux essais écrits en français par Jeremy Bentham.

Certains traducteurs sont des agents plus proches du champ littéraire à proprement parler, qu'il s'agisse d'écrivains – poètes, romanciers ou dramaturges – ou de journalistes. Parmi les premiers, on trouve en Grande-Bretagne des personnalités aussi célèbres en leur temps que le traducteur français d'Edgar Poe, Charles Baudelaire, à commencer par le poète et peintre d'origine italienne Dante Gabriel Rossetti (1828-1882), remarquable traducteur de Dante et d'autres poètes italiens, ou William Morris (1834-1896), traducteur de textes latins (*L'Enéide*) et grecs (*L'Illiade*), de romances médiévales françaises et surtout de sagas islandaises (en collaboration avec l'Islandais Eiríkr Magnússon).

Un des plus célèbres journalistes traducteurs est Edmund Gosse (1849-1928), non seulement critique mais aussi poète, grand introducteur d'Ibsen en Angleterre, véritable passeur de cultures. Enfin, on ne saurait oublier ceux qui traduisent dans leur spécialité, comme Edward Spencer Beesly (1831-1915), philosophe et historien, et George Lewes (1817-1878), écrivain, critique, journaliste et philosophe, tous deux traducteurs d'Auguste Comte, ou le médecin John Forbes (1787-1861) qui traduisit le *Traité d'auscultation médicale* de Laennec.

De nombreuses traductions du XIX^e siècle sont dues à des femmes dans la mesure où il s'agissait là d'un métier tout à fait convenable, voire respectable, mais leur présence est plus difficile à repérer en raison de l'anonymat de leurs travaux. Celles dont les noms émergent sont les traductrices de textes majeurs, des personnalités de renom garantes de la valeur de la culture importée. Comme l'écrit à juste titre Pascale Casanova, «la valeur de la traduction et son degré de légitimité dépendent du capital du traducteur-consacrant lui-même¹²». Célèbre intellectuelle victorienne, impliquée dans la défense des droits de la femme, auteur de plusieurs romans, Harriet Martineau (1802-1876) contribua, elle aussi, à la pénétration du positivisme avec sa traduction du *Cours de philosophie positive* d'Auguste Comte. Une autre femme de lettres, Mary Somerville (1780-1872), passionnée d'astronomie¹³, traduisit du français *La mécanique céleste* de Pierre-Simon de Laplace en 1831. George Eliot (1819-1880), pseudonyme de Mary-Ann Evans, qui devait devenir une des plus grandes romancières anglaises, commença sa carrière littéraire comme critique pour la *Westminster Review* et introduisit en Angleterre les œuvres de David Strauss, de Feuerbach et de Spinoza qu'elle traduisit.

Mais ces traducteurs et traductrices de renom ne sauraient faire oublier l'armée de l'ombre constituée de tous ces individus, restés le plus souvent anonymes, à qui la traduction offrait de maigres revenus et qui ont traduit une littérature moins noble, destinée à la consommation des nouveaux lecteurs des classes populaires récemment alphabétisées¹⁴. À ce jour, la recherche ne s'y est guère intéressée, si ce n'est pour affirmer qu'on ne peut retrouver leurs traces. Selon moi, les archives des éditeurs – leurs livres de comptes en particulier – devraient être exploitées pour

essayer d'en savoir un peu plus, sans garantie de résultats cependant. Lorsque j'ai travaillé sur les rapports de lecture de l'éditeur Macmillan au XIX^e siècle, j'ai pu constater la part minime des traductions dans la production de cette maison d'édition, mais j'ai aussi noté qu'une traduction arrivait entre les mains du lecteur professionnel comme n'importe quel autre manuscrit, sans nécessairement l'indication du pays d'origine et le plus souvent sans aucune référence au traducteur. Ces anonymes ont été à leur manière des passeurs culturels, mais leur position à cet égard est difficile à cerner.

Quelle culture ?

Peut-on donc considérer que le rôle des traducteurs comme passeurs culturels – quelles que soient leurs origines et les œuvres traduites par eux – va de soi ? Certains traducteurs victoriens semblent certes se ranger sous les étiquettes de Pascale Casanova, qui parle de « traducteurs-consacrants » ou de « traducteurs-médiateurs experts¹⁵ », et de Blaise Wilfert qui emploie à leur égard les expressions de « traducteurs importateurs » et de « découvreurs¹⁶ ». Mais ces qualificatifs ne prennent suffisamment en compte, me semble-t-il, ni la nécessaire sélection des textes qui passent d'un pays dans un autre, ni la part de subjectivité qui intervient lorsque la position du traducteur dans le champ littéraire lui permet de décider ce qu'il veut traduire. Rien d'étonnant à ce qu'un poète comme Dante Gabriel Rossetti traduise d'autres poètes, un auteur dramatique ou un metteur en scène des pièces de théâtre, un scientifique des ouvrages traitant de découvertes récentes. Casanova et Wilfert négligent aussi, me semble-t-il, les cas où le traducteur traduit simplement par admiration ou par passion un ouvrage particulier ou l'œuvre tout entière d'un seul et unique écrivain qu'il souhaite faire connaître.

En réalité, d'autres raisons qui ne sont pas le fait du traducteur président le plus souvent aux choix effectués. Quelle que soit l'époque ou le pays, le transfert culturel par la traduction est facilité par le contexte dans lequel il se fait, à savoir s'il correspond aux préoccupations du pays d'accueil, aux mouvements culturels

et artistiques du moment, à l'histoire des idées, aux courants littéraires, voire aux modes (ce qui explique le décalage éventuel entre la date de l'œuvre originale et sa traduction), à l'horizon d'attente des lecteurs. La culture étrangère peut alors renforcer et confirmer la culture locale, ou encore la renouveler et la faire progresser. Si les traducteurs victoriens ont souhaité faire connaître à leurs concitoyens les « grands auteurs » d'hier et d'aujourd'hui, c'était dans un double souci d'éducation et de moralité. D'où la place considérable prise à l'époque par les traductions et retraductions des fondateurs de la culture européenne, c'est-à-dire les auteurs classiques grecs et latins. On en trouve à profusion, à commencer par une bonne douzaine de publications en anglais de *L'Iliade* et *L'Odyssee*, mais aussi d'Eschyle, de Sophocle, d'Euripide ou d'Aristophane. Parmi les auteurs classiques latins, on note aussi bien Virgile et Horace que Catulle, Apulée ou Lucain. Car selon certains, comme l'éminent lettré John Connington (1825-1869), il importait de défendre la culture gréco-latine à un moment où l'alphabétisation menaçait la société anglaise d'être envahie par une culture populaire de mauvais aloi...

Les auteurs canoniques des autres nations européennes, présents dans le champ littéraire mondial, sont pour les mêmes raisons l'objet de traductions. Se développe par exemple un véritable culte de Dante, avec plusieurs versions publiées en anglais de *L'Inferno*. Déjà traduit deux fois en 1812 et 1821, *Don Quichotte* connaît trois autres traductions en 1883, 1885 et 1889. Il faudrait se pencher sur ces différentes publications, voir dans quelles collections éventuelles et chez quels éditeurs elles ont été publiées, de manière à comprendre cet engouement pour le grand roman de Cervantès. Mais on peut déjà en conclure que *Don Quichotte* a ainsi été intégré dans le champ culturel britannique, comme d'autres « grandes » œuvres étrangères, acquérant un statut de littérature mondiale dans ce pays. La circulation de telles œuvres majeures a été aussi facilitée par un type d'ouvrage où les traducteurs sont partie prenante : les recueils ou anthologies d'œuvres étrangères. Le rôle de telles publications comme modes de transmission culturelle internationale est loin d'être négligeable en Grande-Bretagne au XIX^e siècle, contribuant à l'introduction de valeurs sûres.

L'importance des traductions de textes allemands relevant de l'histoire des idées est un autre élément marquant de la période victorienne, sans doute dû aux interrogations métaphysiques grandissantes qui traversent la société britannique. Les traductions de *The Life of Jesus* de David Strauss, parue en 1846, et de *The Essence of Christianity* de Ludwig Feuerbach, publiée en 1854, toutes deux dues à George Eliot (bien que la première ait été publiée sans mention de son nom), ont eu en Angleterre des effets considérables, ébranlant des convictions religieuses. D'autres écrits de philosophie allemande sont offerts en anglais aux lecteurs britanniques : *The Philosophy of History* de Schlegel, *Critique of Pure Reason* et *Critique of Practical Reason* de Kant, ou encore *The World as Will and Idea* de Schopenhauer. On dit de cette dernière traduction qu'elle contribua au pessimisme de la fin du siècle, ce qui tendrait à prouver qu'il s'agit là d'une transmission culturelle réussie. Dans ce contexte, le regain des traductions religieuses apparaît comme une contre-offensive probable au développement de ces idées nouvelles. En 1849 paraît la traduction de l'ouvrage de l'Espagnol Jaime Balmes Urpià, *Protestantism compared to Catholicism*, dont l'opportunité peut trouver une explication dans le contexte du mouvement d'Oxford mené par John Newman, et en 1856 les cinquante-deux volumes du *Corpus Reformatorum* de Calvin sont proposés en traduction anglaise.

Autre phénomène notoire de l'époque victorienne en matière de traduction : la publication en anglais d'un grand nombre d'œuvres provenant des littératures du nord de l'Europe. Ce phénomène s'inscrit dans une perspective de renouveau de la littérature, mais on peut aussi y déceler un effet de mode. À cet égard le rôle joué par la traductrice Mary Howitt (1799-1888), qui parlait entre autres langues le suédois et le danois, est incontestable, car c'est à elle que revient le mérite d'avoir traduit les *Contes* d'Andersen et l'œuvre intégrale de la romancière suédoise Frederika Bremer. Pour le théâtre, le critique William Archer (1856-1924), qui avait passé sa jeunesse en Norvège, fit connaître en Angleterre toute l'œuvre d'Henrik Ibsen. La production en 1889 de la pièce *Doll's House* intéressa tout particulièrement Edmund Gosse qui traduisit *Hedda Gabler*, jouée à Londres en 1890. Cette pièce, tout comme *Ghosts* qui ne connut qu'une seule représentation en 1891, souleva

un tollé chez les critiques, alors que le public était enthousiaste, situation révélatrice d'un transfert culturel qui concerne aussi bien des personnalités du monde littéraire que le grand public toujours friand de représentations théâtrales. Les pièces d'un autre grand dramaturge, le Suédois Strindberg, vont faire à leur tour scandale lorsque sera jouée sa pièce *The Father*, en 1899. Le goût naturel, voire viscéral, des Anglais pour le théâtre a contribué, grâce aux adaptations jouées sur la scène londonienne, à la connaissance des cultures étrangères. Deux noms doivent être mentionnés à ce propos : celui de Tom Taylor (1817-1880)¹⁷ dont les traductions très libres relevaient de ce qu'on a pu appeler « domestication¹⁸ », et celui de James Robinson Planché (1796-1880), grand spécialiste de l'adaptation des mélodrames français¹⁹, mais qui traduisit aussi des pièces espagnoles ou italiennes. Le théâtre, art populaire par excellence en Grande-Bretagne, a incontestablement favorisé la découverte de l'étranger, et ce à tous les niveaux de la société.

La traduction de romans étrangers a bénéficié, elle, de la multiplication faramineuse du nombre de périodiques²⁰ dans lesquels la publication de romans en feuilleton²¹ occupait une place considérable et imposait de trouver des textes qu'on allait donc chercher à l'étranger, en particulier en France. Toutefois, si l'on décèle facilement la trace de certains ouvrages, jadis populaires, aujourd'hui devenus des classiques ou presque, le repérage des autres, tombés depuis longtemps dans l'oubli, reste problématique. Le *Wellesley's Index to Victorian Periodicals* permet de découvrir facilement la fiction dans les magazines de qualité, destinés aux catégories sociales supérieures, mais ignore les périodiques populaires. En outre, dans ces derniers, les traducteurs sont toujours anonymes et les titres des romans, ainsi que leurs auteurs, sont parfois difficilement identifiables. Selon Louis James, entre 1845 et 1849, pas un seul numéro de *The London Journal*, hebdomadaire populaire abondamment illustré, ne parut sans de la littérature française en traduction²². Les nombreuses œuvres en provenance de la France étaient souvent considérées avec mépris et ont été entourées d'un parfum de scandale durant tout le siècle. Les plus populaires des romanciers français dans les années 1840 furent incontestablement Eugène Sue et Alexandre Dumas. *Les Mystères de Paris* donnèrent lieu non seulement à de multiples traductions, dont la première

date de 1842, mais aussi au célèbre feuilleton de George William Reynolds (1814-1879) intitulé *The Mysteries of London* (fortement inspiré du livre d'Eugène Sue), qui parut en 1842-1843 dans *The London Journal*, dont Reynolds était alors directeur littéraire. À noter que ce dernier fut aussi l'auteur de traductions plus ou moins intégrales des romans jugés licencieux de Paul de Kock. Quant à Dumas, ses romans commencèrent à apparaître en feuilleton en Angleterre avec un succès prodigieux : *Les Trois Mousquetaires* et *Le Comte de Monte-Cristo*, tous deux en 1844²³. Ces feuilletons étaient souvent republiés en fascicules hebdomadaires à deux pence dans des collections populaires comme *The Romancist and Novelist's Library*. Dans ce secteur, la production d'origine française est certainement importante, mais les auteurs modernes espagnols (Fernàn Caballero, Benito Perez Galdos), italiens (Giovanni Verga, D'Annunzio et Collodi), ou allemands (Theodor Storm, Berthold Auerbach ou Ernst Hoffmann), pour ne citer que quelques noms, pénètrent aussi rapidement en Angleterre. Comment sont-ils traduits ? Par qui sont-ils lus ? Comment sont-ils reçus et perçus ? Questions difficiles aux réponses incertaines...

Le traducteur comme passeur culturel

Pour tenter d'apprécier la manière dont s'effectue le transfert culturel par la traduction, deux points de vue sont possibles : celui du traducteur convaincu, soucieux de faire passer la culture étrangère dans le pays d'accueil, et celui de la réception qui implique divers éléments d'ordre moral, social, politique et économique. Mais dans tous les cas, il faut tenir compte du type de culture concerné, culture d'élite ou culture populaire, et du public visé.

J'illustrerai ce point en évoquant le cas bien connu de deux traductions de *L'Iliade*, la première réalisée en 1856, la deuxième en 1861, en franche opposition à la première²⁴. Le premier traducteur, Francis Newman (1805-1897), philosophe, philologue et écrivain prolifique, frère du célèbre cardinal Newman, avait une conception pédagogique de la traduction et destinait ses travaux à ce qu'il appelait « le lecteur anglais non instruit », un public populaire à la recherche de lectures distrayantes. Très sensible aux différences culturelles, il s'efforçait de rendre les textes étrangers accessibles à tous, position défendue dans la préface à sa traduc-

tion de *L'Illiade*. Il y déclare que le lecteur doit être conscient que l'œuvre traduite est et ne peut être qu'une imitation puisque l'original est étranger, et donc nécessairement très différente des ouvrages anglais. Il souhaitait aussi que la distance historique soit perceptible et, à cette fin, prônait l'emploi d'archaïsmes, et dans le cas d'Homère, le recours à la forme des vieilles ballades, la plus proche selon lui du rythme du poète grec. Il ne semble pas que cette traduction ait atteint son objectif; en revanche, elle incita le poète et critique Matthew Arnold (1822-1888), alors professeur de poésie à Oxford, à défendre la thèse inverse dans une conférence célèbre, *On Translating Homer*, publiée en 1861. Son point de vue est diamétralement opposé à celui de Newman, et sa conception de la traduction nationaliste et élitiste. Il revenait selon lui à l'élite universitaire d'établir les valeurs culturelles de la nation. Arnold ne pouvait donc que retraduire *L'Illiade* à son tour, ce qu'il fit en 1861. Sa traduction, encensée par les critiques des grandes revues anglaises, a été très souvent réimprimée à l'époque victorienne et depuis, tandis que celle de Newman ne connut qu'une seule réédition en 1871. Des prises de position aussi claires sur la manière de traduire et le bien-fondé des traductions ne sont pas fréquentes.

La nécessité d'accompagner le texte traduit de préfaces ou d'introductions, voire de glossaires, pour aider à sa réception est un autre fait perceptible, et la présence d'un tel paratexte n'est pas rare à l'époque victorienne où les traducteurs se livraient souvent à ce genre d'exercice, pour des livres appartenant au champ littéraire mondial, ou au contraire pour des œuvres récentes comme les romans naturalistes français. Autre élément pouvant s'avérer utile à une bonne réception, au risque de trahir l'original: le titre ou le sous-titre, destiné à éclairer sur l'ouvrage traduit le lectorat ciblé, à moins que ce ne soit simplement pour des raisons commerciales. Ainsi, la traduction de *Notre-Dame de Paris* de Hugo, parue en 1833, s'intitule en anglais *Notre Dame: a Tale of the Ancien Régime*, afin sans doute d'attirer les lecteurs friands de romans historiques, genre particulièrement prisé en Angleterre depuis Walter Scott.

La controverse entre Newman et Arnold montre que malgré leur divergence, le souci des deux traducteurs était de faire passer la culture classique grecque par les moyens qui semblaient à cha-

cun les plus adéquats. Ici, dans ce qu'on appelle le « parti pris » du traducteur, transparait le débat qui traverse l'époque victorienne sur les bienfaits de la lecture et qui oppose ceux qui veulent instruire leurs concitoyens à ceux qui veulent les distraire. Et lorsqu'il s'agissait de satisfaire la demande de fiction divertissante, les traductions-annexions, ou traductions-adaptations, étaient la règle : les textes étaient abrégés, modifiés, réécrits²⁵, et déformaient sans scrupule l'original. En outre, l'importance accordée alors à la moralité incitait les traducteurs à la prudence et l'autocensure n'était pas rare, car il fallait éviter de choquer le public. En 1859, Tom Taylor n'hésite pas à proclamer dans la préface au texte anglais de la pièce de Victor Hugo *Le Roi s'amuse*, qu'ayant trouvé tant de passages inadmissibles, il a décidé de remanier divers incidents de la pièce afin de plaire aux spectateurs londoniens²⁶.

Mais la censure pouvait être imposée au traducteur par l'éditeur et elle s'est particulièrement exercée à l'encontre de la littérature française. En 1868, un article paru dans un périodique considère les romans de George Sand comme les plus immoraux et pernicious jamais écrits²⁷. Selon Peter France, la fin du XIX^e siècle a vu la situation des traducteurs s'aggraver car l'importation de cultures contemporaines étrangères et des valeurs décadentes qu'elles risquaient de transmettre était considérée comme un danger pour la santé morale et l'unité de la nation britannique²⁸. Une explication possible à cette attitude est que la Grande-Bretagne ayant perdu sa position dominante dans le monde, la dernière décennie du siècle voit une résurgence du nationalisme. Dans ce contexte, la pénétration du naturalisme français fut particulièrement soumise à critique et à censure. Après la disparition d'Henry Vizetelly (1842-1889), éditeur d'une collection de « Popular French Novels²⁹ » moralement et physiquement brisé après le procès pour obscénité intenté contre lui par la puissante National Vigilance Association, Ernest Vizetelly, son fils, devint le principal traducteur anglais de Zola. Mais ses traductions, bien que portant la mention « without abridgment », sont en fait édulcorées de manière à éviter tout problème. Dans une certaine mesure, il s'agit là d'une adaptation culturelle sans laquelle le transfert de l'œuvre en Angleterre n'aurait pu se faire, et le cas Vizetelly montre bien que le passage d'une œuvre étrangère dans une autre culture *a priori*

réticente, voire hostile, ne se fait pas sans difficultés. On peut se demander quelle image de la culture française a été transmise et reçue de la sorte.

Conclusion

En conclusion, quelques réflexions d'ordre général.

Certes les traducteurs sont des passeurs culturels, mais à des degrés divers, selon les textes qu'ils traduisent et la manière dont ils les traduisent. L'auteur d'un article intitulé «The Ethics of Translation», paru en octobre 1895 dans *Macmillan's Magazine*, s'interroge sur la possibilité même de faire passer un texte d'un pays à un autre et affirme crûment que Pierre Loti en anglais n'est pas du tout Loti. On peut, sans hésiter, considérer que plus la culture transmise est populaire ou destinée à un lectorat populaire, plus le risque est grand de voir véhiculée une image déformée, réductrice, voire caricaturale, de la culture étrangère. Seule la fidélité au texte original – dans sa lettre mais surtout dans son esprit – garantit un authentique transfert culturel. À cet égard la responsabilité du traducteur est grande car, comme l'écrit Valéry Larbaud: «ce n'est pas une entreprise obscure et sans grandeur que celle de faire passer dans une langue et dans une littérature une œuvre importante d'une autre littérature³⁹».

La nécessaire sélection des textes étrangers proposés en traduction limite *de facto* la circulation des œuvres. C'est un autre facteur qui rend difficile à apprécier, même *a posteriori*, ce qui a été transmis de la culture d'origine, et ce d'autant plus que le traducteur n'est pas ici le seul acteur. Il est servi (ou desservi...) par d'autres agents du champ culturel: en amont le découvreur du texte à traduire qui peut ne pas être lui, scout, agent littéraire ou directeur de collections; en aval, l'éditeur et son diffuseur, ainsi que les libraires, bibliothécaires et critiques dont les interventions peuvent de diverses manières orienter le goût et l'attente des lecteurs.

Le rôle du traducteur comme passeur culturel apparaît donc complexe, mais aussi indéniable et essentiel, surtout si l'on est prêt à souscrire à la formule d'Ernest Renan selon laquelle « une œuvre non traduite n'est qu'à moitié publiée ». Le traducteur mériterait sans aucun doute d'être mieux connu et reconnu.

Chapitre 2

L'importation
en France de la
littérature italienne
(1995-2000):
fonctions et usages
de la traduction

Chapitre 2

L'importation en France de la littérature italienne (1995-2000): fonctions et usages de la traduction

par Bernadette Seibel

Les traducteurs, agents de l'internationalisation de la vie culturelle, occupent dans la circulation des textes une position particulière, entre le champ culturel ou intellectuel d'origine et le champ d'arrivée. Il s'agit ici d'éclairer les régularités qui régissent l'importation de la littérature étrangère dans l'édition française à partir d'une situation spécifique, celle de la traduction des œuvres narratives produites à la fin du xx^e siècle en Italie. Cette contribution veut être un apport à la compréhension des processus qui régissent les transferts culturels au sein de l'Europe.

Évoquer l'ancienneté et l'importance des échanges culturels avec l'Italie est une banalité³¹. Les rapports établis entre les deux pays s'inscrivent dans un ensemble de relations pertinentes anciennes au sein desquelles les œuvres sont produites et circulent, et qui servent de cadre aux échanges culturels. Dans le domaine du livre, étant entendu que le sens et la fonction d'un texte étranger sont déterminés autant par le champ d'accueil que par le champ d'origine³², la connaissance de la situation respective des deux champs de production nationaux³³ et de leur position dans le marché international du livre est un préalable à toute analyse de la catégorie d'agents de cette internationalisation que sont les traducteurs. Sans en faire ici l'analyse précise, notons que les cessions de droits et le volume des exportations et importations entre les deux pays placent l'Italie au deuxième rang des pays européens exportateurs de littérature en France, derrière la Grande-Bretagne. Cependant, les rapports entre les deux pays ont connu au cours des vingt-cinq dernières années des bouleversements qu'atteste la

part des textes de littérature étrangère importée dans la production nationale des deux pays, contribuant ainsi à l'extension et à la diversification du volume total des titres romanesques publiés chaque année.

La forte progression des traductions italiennes dans l'édition française à partir du milieu des années soixante-dix témoigne de la participation des traductions issues de la littérature italienne à ce que Pierre Bourdieu a appelé la «révolution conservatrice» dans un contexte de concentration de l'édition française, d'industrialisation de la distribution et d'internationalisation des échanges³⁴.

Du début du xx^e siècle à la fin des années quarante, la production annuelle de traductions de textes narratifs italiens par l'édition française est inférieure à la dizaine. Après la guerre, elle progresse jusqu'à atteindre un pic de 40 traductions en 1965, pour redescendre ensuite à moins d'une vingtaine en 1975. À cette date, la courbe s'inverse pour retrouver en 1985 le même niveau de production annuel que celui de l'année 1965, à savoir 38 traductions³⁵. L'extension de la production commence donc avant le phénomène attribué au succès de *Au nom de la rose* d'Umberto Eco à qui le sens commun attribue souvent les raisons de l'engouement de l'édition pour la littérature italienne³⁶. Le volume le plus élevé de traductions sera atteint en 1989 avec 108 textes publiés, puis redescendra pour se maintenir à un régime de croisière de 72 traductions en moyenne par an pendant la période de stabilisation des années sur lesquelles a porté l'analyse. Pendant la même période, le nombre d'éditeurs qui publient de la littérature italienne est passé d'une vingtaine en 1975 à une cinquantaine à la fin des années quatre-vingt. C'est dire que les nouveaux éditeurs de cette période³⁷ ont fait leur miel de l'importation de cette littérature étrangère. Ils sont actuellement une quarantaine à s'intéresser à cette littérature.

Cette brève périodisation de la structuration progressive de l'espace éditorial permet de comprendre dans quel contexte d'internationalisation des marchés culturels s'est effectuée la reconnaissance progressive de la littérature narrative dans les échanges culturels entre l'Italie et la France, échanges fondés dès l'immédiat après-guerre principalement sur le cinéma, la musique et certains secteurs des sciences humaines. Il conviendrait, cependant,

de prendre en compte d'une part la situation linguistique de l'italien dans l'enseignement en France³⁸, d'autre part les intérêts de lecture des Français. L'italien est une langue en perte de vitesse dans l'enseignement français, mais l'importance de l'immigration italienne au début du siècle conduit à l'émergence d'une population de lecteurs de la seconde, voire de la troisième génération dont les intérêts de lecture peuvent rejoindre ceux du grand public cultivé qui trouve dans les traductions de l'étranger une qualité et une diversité d'expression littéraire³⁹. On peut en effet s'interroger à juste titre sur la visibilité du caractère italien de certaines traductions auprès de certaines catégories de lecteurs qui sont sans doute plus à la recherche de bonnes histoires que de découverte de « l'étranger » et d'altérité.

Le pouvoir symbolique du traducteur

Le pouvoir symbolique du « passeur », entendu comme un pouvoir d'assignation (sélection, prescription) et d'interprétation engageant une co-crédation linguistique, est exercé différemment selon la position du traducteur dans le champ éditorial d'arrivée, elle-même définie par les dispositions du traducteur, sa trajectoire, ainsi que par l'état du champ. La mise en relation des caractéristiques d'un corpus exhaustif de 433 textes narratifs, hormis la poésie, publiés par l'édition française pendant ces six dernières années du xx^e siècle, de leurs 194 auteurs et de leurs 150 traducteurs⁴⁰, constitue donc une première contribution à la connaissance des logiques de circulation des œuvres en Europe à partir de l'étude de la différenciation des logiques qui président aux choix effectifs des diverses catégories de traducteurs pendant cette période. Qu'est-ce qui a été sélectionné parmi les possibles pour circuler entre l'Italie et la France et par qui ?

S'agissant d'une approche sociologique statistique, celle-ci n'a pas pour objet de procéder dans cette première étape à l'analyse ethnologique des pratiques respectives des traducteurs et des éditeurs en la matière⁴¹. Elle vise plutôt à mettre à jour les rela-

tions objectives existant entre la position des diverses catégories de textes qui ont circulé entre le champ d'origine et celui d'arrivée, et à construire les régularités par lesquelles les diverses catégories de traducteurs arrivent à établir la légitimité de leurs choix de textes-auteurs et de leurs décisions linguistiques. On voudrait montrer, au-delà de la compréhension préalable du sens des échanges littéraires entre l'Italie et la France à la fin du xx^e siècle, en quoi la traduction peut constituer un mode de légitimation dont les acteurs, mais aussi les bénéficiaires, pourraient être tout autant les passeurs que les auteurs.

Circulation des ouvrages et caractéristiques des auteurs

Avant l'apparition massive de la littérature italienne dans l'édition française au milieu des années quatre-vingt, les arts plastiques, le cinéma, le théâtre ou l'opéra avaient occulté la littérature dans l'image de la culture italienne en France. Comme le fait remarquer Simeone, «le récent engouement de la France pour la littérature italienne, phénomène partiellement artificiel mais qui dura plus de dix ans [...], ne laisse la place qu'aujourd'hui à une attention plus restreinte mais approfondie. [...] Le subit intérêt pour les écrivains transalpins [...] ne relevait pas vraiment de ce qu'on aime appeler un "désir d'Italie", et la part nationale de leur identité n'eut sans doute pas l'importance qu'on lui attribua aussitôt⁴²». Le corpus de textes servant de base à l'analyse a été produit dans cette période d'approfondissement. La publication française de traductions de la littérature italienne s'est effectuée, on l'a vu, à un rythme moins intensif après la période de rattrapage du retard et d'inflation des titres, qui servait aussi à alimenter la «révolution conservatrice», et la banalisation des échanges entre les deux pays⁴³ permettait ainsi d'évacuer les effets de mode trop marqués.

La production traduite pendant ces six années est un miroir déformant de la production italienne correspondante. Les titres de romans d'origine italienne publiés par l'édition de ce pays (italien bien sûr!) représentent, en 1995, 72 % de la production ita-

lienne de romans, dont 62 % sont des nouveautés. Sur ces 4 510 nouveautés ou réimpressions produites chaque année de façon constante depuis la stabilisation du volume de la production à partir de 1995 (progression du nombre de titres de 25 % en 5 ans entre 1990 et 1995), un peu moins de 2 % ont franchi la frontière française sous forme de traductions⁴⁴ : seule une petite partie des possibles a été transférée. Il convient donc de s'interroger sur les choix qui ont présidé à ces transferts pendant cette période d'approfondissement en caractérisant cette production.

Les textes qui ont circulé entre les deux pays proviennent de 194 auteurs contemporains. L'édition a publié en moyenne 2,2 titres par auteur. Privilégier le xx^e siècle est somme toute assez normal puisque le roman italien est né avec Manzoni. Aucune traduction d'auteurs nés avant la fin du xix^e siècle n'a été publiée pendant la période, mais l'intérêt pour les grands classiques est resté cependant présent car certains ont fait l'objet de retraductions remarquées, publiées depuis. Qu'il s'agisse par exemple de la nouvelle traduction du *Prince* de Machiavel par deux exégètes, Jean-Louis Fournel et Jean-Claude Zancarini, ou encore de la *Divine Comédie* de Dante par Vegliante, ces traductions témoignent d'une nouvelle attention portée à ces textes⁴⁵.

Une place importante est accordée aux auteurs nés à la fin du xix^e siècle ou au tout début du xx^e, entre 1880 et 1910 : ils représentent le quart des auteurs et 23 % de la production de titres. Plus de la moitié d'entre eux a fait antérieurement l'objet d'un intérêt soutenu si l'on en juge au nombre total de leurs traductions et à la diversité des titres retenus. Continuant à être revisités par des traductions contemporaines et explorés dans toutes les dimensions de leur œuvre, ces auteurs peuvent être qualifiés de canoniques.

Les différents courants de l'histoire littéraire y sont représentés : le vérisme par des auteurs comme Verga, réhabilité dans les années quatre-vingt, vérisme teinté de régionalisme chez Deledda, prix Nobel en 1926, et Serao. Le symbolisme décadentiste est présent avec Fogazzaro et D'Annunzio, la littérature de crise et d'avant-garde du début du siècle avec Svevo et Pirandello, ainsi que le futurisme « crépusculaire » avec Palazzeschi et Gozzano. Les questions posées par la Première Guerre mondiale sont abordées par Malaparte, tandis que des auteurs connus pour le

merveilleux fantastique comme Buzzati, Landolfi, ou la science-fiction comme Savinio, coexistent dans le corpus des traductions avec les néo-réalistes que sont Pavese et Moravia, ou encore Gadda consacré par le Groupe 63.

La poursuite de la traduction de ces auteurs incontournables s'accompagne d'une nouvelle activité de traduction, féconde en publications d'auteurs oubliés, ignorés ou peu remarqués par la sélection française antérieure. Chelli et De Roberto pour le vérisme, Stuparich et Lussu pour la prise en compte de la guerre, Dossi et Slataper pour les autobiographies à connotation symboliste, Silone pour une forme de régionalisme en sont des exemples.

Des auteurs plus jeunes, nés entre 1910 et 1930, productifs dès le milieu du siècle, représentent 26 % des traductions alors qu'ils ne regroupent que 20 % des auteurs. Parmi les plus anciens, certains appartiennent à la néo-avant-garde comme Pasolini et Calvino. Le Groupe 63, formé en réaction à l'orientation de tradition restrictive qui était celle de la création littéraire sous le fascisme, a constitué à Bologne, autour de Giuliani et soutenu par Eco, une tentative pour transformer de l'intérieur la littérature en changeant le langage et la poésie. Il est présent ici avec Bassani et Manganelli. D'autres auteurs comme Volponi et Parise relèvent du roman « industriel » qui provoqua un débat sur le capitalisme. Quant à l'identité régionale, elle reste très présente avec de grands auteurs comme Sciascia, Bonaviri, Morante, tout comme la guerre avec Primo Levi, Fénoglio et Rigoni Stern. Les femmes sont bien représentées avec des auteurs phares comme Ortese, Morante, Ginzburg et Loy.

Ces auteurs apportent des thèmes nouveaux comme la Résistance, ou encore la contestation sociale ou le policier politique avec Fruttero. Le poids de la génération née dans les années vingt y est élevé, qu'il s'agisse du nombre d'auteurs concernés, 25 soit 13 % de l'ensemble des auteurs du corpus, ou du volume de titres traduits : 3,4 par auteur, soit plus de 20 % de la production. Mis à part certains qui n'ont fait que dernièrement une percée fulgurante, tels Rigoni Stern, Anna Maria Ortese, ou encore Camilleri, auteur tardif, l'attention qui leur est accordée par la traduction relève d'un intérêt pour l'œuvre des classiques du xx^e siècle, ou en voie de classicisation pour les derniers venus, seuls à ne pas

figurer dans l'une ou l'autre des histoires de la littérature italienne qui fassent autorité.

Un autre groupe de même importance (19 % des auteurs), dont les membres sont nés entre 1930 et 1950, met à son actif 20 % des traductions. La plupart de leurs textes commencent à circuler entre l'Italie et la France dans les années quatre-vingt. Les traductions effectuées pendant la période considérée relèvent donc d'une sorte de suivi éditorial permettant la mise à la disposition du public français au fur et à mesure de leur production italienne des œuvres d'auteurs reconnus comme Eco, Camon, Pontiggia, Consolo, Magris, Maraini, Tabucchi, Benni, Calasso, Rasy, ou d'autres récemment découverts mais prometteurs comme Del Giudice, Jeaggy, etc. Pour 45 % de ces textes, l'écart entre le copyright français et italien est de moins de deux ans et pour 60 % d'entre eux, il est de moins de cinq ans. On peut considérer qu'il s'agit là de contemporains en cours de consécration.

Enfin, un tiers des traductions provient de 72 auteurs nés après la guerre, soit 37 % des auteurs. Certains comme De Carlo, Lucarelli et Battisti, se sont fait connaître antérieurement, mais la très grande majorité relève de la production d'actualité. Si le nombre de traductions est élevé pour des auteurs de best-sellers comme Tamaro (8 titres), Barrico ou Evangelisti (7 titres), De Luca (9 titres), ce n'est pas le cas pour les autres qui sont le plus souvent de nouveaux arrivants sur le marché de la traduction, voire de l'édition, avec un premier roman. Plus de 60 % des textes de ces auteurs ont obtenu le copyright français moins de cinq ans après l'italien.

Outre leur positionnement dans le siècle et l'histoire littéraire, les auteurs peuvent être caractérisés par les genres abordés et par l'intensité de la traduction dont ils ont fait l'objet. Dans cette production de six ans de littérature italienne, le genre romanesque est majoritaire puisqu'il représente 63 % des textes traduits, dont 7 % de romans policiers et 2 % de science-fiction. 13 % des traductions sont des nouvelles, 7 % des récits, 8 % des proses ou lettres, 7 % relèvent davantage de l'essai et 2 % sont des livres de jeunesse. Quant à l'intensité de la traduction, elle conjugue dans un même indicateur le nombre total de traductions effectuées depuis le début du siècle et celui effectué en six ans. Quatre groupes d'égale

importance en terme de volume de textes traduits peuvent ainsi être distingués (19 % des textes chacun), un cinquième regroupant le quart des titres. À chacun de ces groupes correspond une valeur différente de cet indicateur d'intensité.

Une quinzaine d'auteurs incontournables, représentant 7 % de l'ensemble, se distinguent par l'ancienneté de la traduction, l'ampleur et la diversité de l'œuvre proposée aux lecteurs français, avec un total de plus de 15 livres traduits pour chacun et un nombre moyen de livres traduits pendant la dernière période de 5,6. Eco, Tabucchi, Sciascia, Pasolini, Manganelli, Calvino, Soldati, Pirandello, Moravia, Buzzati, Savinio, Malaparte, Levi, D'Annunzio, en font partie. Bon nombre d'entre eux ont fait l'objet d'une édition en poche ou d'une réédition; pour près du quart des textes, l'écart entre le copyright français et italien a plus de dix ans. Les traductions de leurs œuvres pendant la période, quand il ne s'agit pas de retraductions d'œuvres romanesques, sont plus souvent que pour les autres auteurs des textes littéraires non romanesques: nouvelles, récits, autobiographies, lettres, entretiens, journaux, chroniques. Près des deux tiers des textes relèvent d'auteurs classiques ou en voie de classicisation.

À l'opposé, un second groupe, composé de onze auteurs, a en commun d'être sous les feux de l'actualité. Leur œuvre a été traduite à un rythme intense pendant la dernière période, soit à raison de plus d'un titre par an puisque le nombre moyen de titres par auteur est de 6,9 pour ces six années. Une telle intensité s'explique par le succès rencontré auprès du public français, pendant la dernière décennie, par des romans dont certains sont de genres «moyens»: récit autobiographique, policier, science-fiction. Près de la moitié des copyrights français des ouvrages écrits par Loy, Lucarelli, Benni, Fois, Evangelisti, Barrico, Barbero, Camilleri, Tamaro, De Luca et Rigoni Stern ont été établis moins de deux ans après le copyright italien et les trois quarts en cinq ans ou moins. Ceci est un score remarquable, significatif de la rapidité de la circulation internationale de ces textes, compte tenu du fait que moins d'un tiers des titres des autres auteurs d'actualité et de ce que l'on a appelé les valeurs sûres sont dans ce cas.

L'intérêt porté à ces auteurs d'actualité est sans commune mesure avec celui accordé à un autre groupe d'auteurs numéri-

quement important (46 %), mais dont l'intensité de la traduction, qu'elle soit globale ou de la période, est faible, comme le montre le nombre moyen de livres traduits en cinq ans, soit 1,2. Les deux tiers des auteurs, nés après 1950, ont fourni 58 % des textes de la catégorie, dans une grande diversité de genres.

Proche du précédant par la faible intensité de traduction dont il a été l'objet pendant la période étudiée, soit 1,8 livre en moyenne par auteur, un autre groupe s'en différencie cependant par le degré de notoriété des 42 auteurs qui en font partie. L'édition française a publié au total entre trois et six livres de chacun d'entre eux. La moitié de ces auteurs qui ont produit 40 % des textes sont des auteurs canoniques ou classiques négligés par l'édition française et redécouverts ou réhabilités pendant la vague d'engouement, c'est-à-dire pendant la période de récupération du retard. Si l'on en croit certains spécialistes de la littérature italienne, tout ou presque tout ce qui méritait d'être traduit, mais avait été négligé, l'a été pendant la grande vague de traduction des vingt-cinq dernières années. Citons à titre d'exemple Banti, Natoli, Ungaretti, De Roberto, pour les premiers, ou plus proches, D'Arzo, Bassani, Flaiano, Sanvitale, Ferrero. Il s'agit également pour le tiers d'entre eux, plus prolifiques puisqu'ils ont fourni 45 % des textes, de contemporains en voie de consécration comme Magris, Consolo, Biamonti, Celati, Arbasino, Calasso, Del Giudice... Leur production est suivie attentivement autant par le milieu éditorial que par celui de la traduction. Elle fait l'objet d'une concurrence larvée car elle offre à terme des profits symboliques importants, notamment la constitution d'un fonds littéraire. Si elle est soumise à un rythme faible de traduction (1,8), ce n'est pas par manque d'intérêt de la part de la réception française, mais parce que celui-ci dépend des impératifs de la création et de la traduction soucieuse de fournir un travail de qualité sur des textes dont l'approche linguistique ou la pensée peut être complexe.

Enfin un dernier groupe de faible importance numérique, comprenant 29 auteurs, concentre en ses rangs presque exclusivement des valeurs sûres. Les auteurs relevant de l'actualité la plus récente sont absents de ce groupe. Les traductions se partagent à peu près à égalité entre les auteurs canoniques et les classiques. L'édition continue donc à s'intéresser à ces auteurs dont elle a

publié sur le siècle entre 7 et 15 livres par auteur et 2,5 titres en moyenne pendant les six ans écoulés. Elle en explore toutes les dimensions en traduisant, outre des romans, des textes relevant de genres narratifs aussi divers que le récit, l'autobiographie, l'entretien, les lettres, chroniques, journaux, témoignages, etc.

Différenciation et position des traducteurs

Pour caractériser la différenciation interne de cette population de traducteurs et en apprécier les effets sur les choix effectués, on a caractérisé les traducteurs par le degré de complexité et la nature de leur activité professionnelle. Celle-ci peut conjuguer par exemple des fonctions de traduction avec celles d'écrivain ou d'universitaire. Leur position dans le milieu éditorial, sous la forme de directeur de collection ou de conseiller éditorial, tout comme la qualification apportée à leur position de traducteur par le qualificatif « littéraire » ou leur position de critique dans le champ littéraire, a également été pris en compte⁴⁶.

Notons tout d'abord qu'il s'agit d'une petite communauté de 150 personnes actives pendant la période considérée, ce qui représente environ le quart des traducteurs qui ont publié au moins un texte dans le siècle⁴⁷. La difficulté de la langue italienne liée à sa fausse proximité avec le français ainsi que la diminution du poids des études italiennes en France ont eu pour conséquence de restreindre les possibilités objectives de diversification de la traduction, mais ont offert aux nouveaux venus des chances de se faire un nom à un moment de forte extension du volume de littérature italienne publiée en France et de rupture avec les conceptions anciennes de la traduction. L'extension de cette population est concomitante de l'arrivée de nouveaux entrants mieux formés qu'autrefois grâce au développement de formations spécifiques, au renouvellement de la pratique professionnelle dans les ateliers collectifs de traduction⁴⁸ et à l'imposition d'une nouvelle discipline littéraire, la traductologie⁴⁹. Aussi n'est-ce pas un hasard si la plus grande partie, soit 80 % de cette population, sont des traducteurs au sens strict, dont près de 20 % adhèrent à la définition de traducteurs littéraires. Les trois quarts des textes sont

le fruit de leur travail. Outre 2 % d'écrivains renommés, on ne compte que 18 % de traducteurs universitaires, mais ceux-ci sont producteurs de 28 % des traductions. Le poids des universitaires dans le corpus général des traductions tient à leur connaissance de l'ensemble des œuvres des auteurs, mais aussi au rôle joué par certaines universités dans le renouveau de la traductologie et dans l'élaboration de programmes de traductions dans les années quatre-vingt dans le but d'améliorer la visibilité des auteurs italiens incontournables⁵⁰.

Les logiques de choix des universitaires se distinguent nettement de celles des autres traducteurs⁵¹. S'ils se partagent à égalité avec ces derniers les œuvres des auteurs classiques, fonds commun disponible pour tous, ils s'orientent par contre plus souvent à la fois vers les auteurs canoniques dont ils maîtrisent l'ensemble de l'œuvre et son appréciation critique, et vers les contemporains confirmés à consacrer. Leurs choix tournés plus fréquemment que les autres vers des romans, des nouvelles et des récits, sont plus indépendants que ceux des traducteurs à l'égard de la consécration mondaine des auteurs par leurs pairs à travers l'attribution de prix. 45 % des textes traduits par eux ont été écrits par un auteur primé, pour 55 % de ceux des autres traducteurs. En outre, le type de prix n'est pas sans relation avec le choix des textes. Les universitaires sont plus sensibles aux auteurs qui ont été remarqués pour l'ensemble de leur œuvre, tandis que les autres traducteurs s'attachent davantage aux auteurs à forte visibilité, italienne ou étrangère, c'est-à-dire à ceux qui ont bénéficié de l'ensemble des grands prix italiens à un moment ou à un autre (Strega, Campiello, Viareggio...), ou qui ont été remarqués par des prix français ou internationaux (Médicis, Nobel). Les ouvrages des auteurs d'actualité, ainsi que ceux des auteurs consacrés d'œuvres intensément traduites pendant la période, sont en effet plus souvent confiés aux autres traducteurs. Ces derniers se penchent en outre plus souvent sur des textes correspondant à l'horizon d'attente du pays d'accueil dans des genres à succès comme le policier, la science-fiction ou des proses diverses. Le choix ou l'attribution des textes fonctionne donc selon la logique de l'homologie entre le niveau de légitimité des œuvres et des passeurs qui oppose les œuvres consacrées ou en cours de consécration et les détenteurs

d'un pouvoir de légitimation sur la longue durée grâce à la détention d'un fort capital intellectuel, à l'actualité de la production, à sa reconnaissance par des pairs et à son transfert par les nouveaux venus dans la traduction.

La réception des traductions par la critique journalistique, telle qu'elle apparaît à partir de l'analyse des recensions des magazines littéraires, n'échappe pas à cette logique. Elle est en général plus favorable aux universitaires (52 % des textes) qu'aux autres traducteurs (41 %) et, à niveau égal de recensement, les magazines s'adressant au grand public cultivé comme *Lire*, *Page* ou *Le Magazine littéraire* mentionnent plus souvent les ouvrages des traducteurs non universitaires (45 %, alors que seulement 33 % des traductions des universitaires reçoivent le même traitement). Ces dernières sont mieux couvertes par *La Quinzaine littéraire*, revue plutôt destinée au public spécialisé. Il en est de même pour la reconnaissance des médiateurs du livre : 90 % des textes traduits par les universitaires relèvent d'auteurs qui ont « pignon sur rue » dans les fonds spécialisés de la BNF, alors que 78 % seulement des textes traduits par les traducteurs sont dans ce cas.

La position du traducteur dans le champ éditorial détermine également des clivages significatifs dans les choix des textes-auteurs et dans leur réception. Les directeurs de collections italiennes ou les conseillers éminents d'éditeurs ont une position très favorisée du fait qu'ils cumulent une « multi-positionnalité » dans le champ éditorial et le champ littéraire comme écrivain, dans le champ universitaire comme critique, ou dans le champ médiatique comme journaliste. 12 % des traducteurs appartiennent à cette catégorie : un tiers sont des universitaires et les deux autres tiers des traducteurs littéraires ou des écrivains ; ils ont environ 20 % des textes à leur actif². « Multi-positionnalité » et compétence reconnue, qu'attestent pour certains l'ancienneté et pour tous l'ampleur de leur expérience de la traduction, jointe à la détention d'un capital spécifique nécessaire à l'exercice expert et relationnel du métier, leur offrent une grande autonomie par rapport à leurs concurrents et aux maisons d'édition auxquelles ils sont rattachés. Celle-ci leur permet d'entrer en contact, de choisir et suivre les valeurs sûres contemporaines ou de détecter les étoiles montantes, comme le montre la part élevée de traductions pro-

venant d'auteurs invités au Salon du livre de Paris spécialisé sur l'Italie (37 %, contre 25 % pour les autres), sans pour autant abandonner les classiques dont ils revisitent l'œuvre ou la traduction. Les deux tiers de leurs traductions proviennent à égalité d'auteurs classiques et d'auteurs d'actualité, tous parmi les plus intensément traduits, c'est-à-dire ceux dont le nombre total de textes ou de textes traduits pendant la période est très élevé.

Leur fonction d'ajustement, exaltée en découverte, qui trouve un terrain d'application dans la composition du catalogue de leur collection et l'attribution de traductions à des pairs, peut aussi s'exercer à leur endroit. S'ils sont à même, de par leur position, de dénicher pour eux-mêmes plus souvent que leurs concurrents des auteurs primés en Italie par de grands ou de petits prix italiens (40 % des textes), leur connaissance du milieu leur permet également d'accéder en plus forte proportion aux titres publiés dans le pays d'origine par de petits éditeurs défricheurs de nouveautés et de talents, et dans une moindre mesure par les éditeurs de maisons d'édition moyennes avec lesquels ils peuvent avoir des relations personnalisées⁵³. D'autres titres sont négociés par contact direct avec les auteurs ou leurs ayants droit. Plus de la moitié de ces ouvrages intègrent ensuite les catalogues des maisons d'édition françaises moyennes tant du point de vue financier que symbolique⁵⁴. Du fait sans doute de sa visibilité, l'activité propre de traduction de ces directeurs de collection semble être moins soutenue que celle de leurs concurrents par la presse quotidienne ou magazine, mais lorsqu'elle donne lieu à articles, ceux-ci émanent le plus souvent du *Monde des livres*, journal du grand public lettré.

Le pouvoir symbolique qu'exerce une autre catégorie de traducteurs passe moins par la sélection que par le marquage des traductions des pairs par la rédaction de préfaces ou de postfaces donnant un point de vue sur le texte, et se portant ainsi garant de leur valeur⁵⁵. Il s'agit d'échanges croisés puisqu'ils reçoivent deux fois plus souvent que les autres, pour leurs propres traductions, l'appui de points de vue critiques visant à éclairer et à valoriser leur travail d'interprétation de la part de traducteurs ou d'autres types d'agents œuvrant dans le champ littéraire français ou italien. Ces « préfaciers » partagent cependant ce pouvoir symbolique avec bon

nombre de directeurs de collection, mais leur spécificité tient au caractère exclusif de cette forme de pouvoir.

Ce petit groupe comprenant 14 % de passeurs se partage équitablement entre universitaires et traducteurs. Composé principalement de nouveaux venus à la traduction (84 %), il manifeste cependant par ses options un souci de qualité littéraire, comme l'indique la part non négligeable de récits et de romans et l'exclusion des genres moyens que sont le policier, la science-fiction et les nouvelles. Soucieux de se faire un nom dans la traduction par la qualité des textes retenus et par l'interprétation qu'ils en proposent, voire en s'attachant à un nom d'auteur, ces préfaciers s'en remettent le plus souvent au choix d'auteurs canoniques revisités ou redécouverts et de contemporains en voie de confirmation qu'ils contribuent à consacrer en s'auto-consacrant. Ces auteurs constituent en effet 55 % de leurs traductions. Par contre, leur intérêt pour l'actualité la plus récente demeure très faible puisqu'elle ne concerne que 20 % des textes, contre 35 % pour les autres. Ceci peut paraître contradictoire avec le fait que les deux tiers des copyrights français aient été obtenus moins de cinq ans après les copyrights italiens. En fait, cela conforte l'hypothèse du « suivi » d'auteurs confirmés par ces préfaciers, hypothèse cohérente avec le fait que l'obtention d'un prix par l'auteur ne semble pas être pour eux un critère de sélection.

Style et contenu sont prioritaires dans les critères de choix comme le suggère la traduction fréquente de textes publiés par des maisons italiennes d'édition moyennes de grande qualité littéraire comme Adelphi ou l'approvisionnement direct auprès des auteurs. Ces traductions contribuent plus que les autres au catalogue des petits éditeurs français découvreurs de nouveautés, mais aussi des grands comme Gallimard, Le Seuil ou autres. Dotés d'un capital symbolique et économique important, et soucieux de constituer un fonds de référence sur la longue durée, ces éditeurs n'hésitent pas à faire leur marché chez les petits éditeurs italiens. Presque autant cités par la presse que les directeurs de collection, les préfaciers bénéficient d'un capital de confiance auprès des deux grands quotidiens dotés d'une page culturelle que sont *Le Monde* et *Libération*. Ils sont surtout l'objet d'un recensement très important de la part des magazines littéraires (62 % des textes, contre 40 %

pour les autres), avec une attention très particulière de *La Quinzaine littéraire* qui a présenté la moitié de leurs traductions.

Enfin, 25 % des traducteurs, professionnels dotés d'une forte compétence intellectuelle et linguistique attestée par leur adhésion à l'Association des traducteurs littéraires (ATLF)⁵⁶ ou par leur statut d'universitaires, poursuivent pendant la période une carrière bien ancrée dans la diversité des auteurs et dans la variété des genres. Traducteurs incontournables ou confirmés, ils sont plus que les autres attachés au transfert de textes provenant d'auteurs de grande notoriété, couronnés pour près de la moitié d'entre eux par une multitude de grands prix italiens et étrangers, ou considérés comme des canoniques ou des classiques de la littérature italienne pour une autre moitié. Bon nombre de ces traducteurs ont attaché leur nom à la qualité, remarquée antérieurement, de leur interprétation de ces grands auteurs que tout prédispose à l'universalisation de leur œuvre : publication par les grandes maisons d'édition italienne comme Mondadori ou Rizzoli, ou encore Einaudi, éditeur de taille moyenne qui a su engranger toute une génération de classiques, transfert ensuite dans les grandes maisons françaises indépendantes dotées du pouvoir de légitimation le plus fort du champ éditorial, reconnaissance par les directeurs des grandes et anciennes collections étrangères de ces mêmes maisons, consécration par des travaux universitaires venant entériner et légitimer la consécration éditoriale de ces auteurs.

Enfin tout laisse à penser qu'un dernier groupe composé de la moitié des traducteurs rassemble des nouveaux venus, si l'on en juge au très petit nombre de titres qu'ils ont traduits, au total et pendant la période. Formés pour certains dans des écoles de traduction à l'issue d'une certification universitaire, ou encore enseignants d'italien, ils représentent pour l'édition une main-d'œuvre intellectuelle importante qui dispose de peu d'autonomie dans le choix des textes et des auteurs. Soumise à l'arbitraire de la communication grand public ou du bon français scolaire, celle-ci est peu portée à rechercher une expression stylistique propre à rendre l'écart entre la langue d'origine et sa traduction dans la langue d'arrivée.

Liés plus que les autres aux impératifs de l'actualité dans des genres romanesques moyens ou des proses diverses comme les

entretiens, témoignages, chroniques qui composent 38 % de leurs textes, ils n'ont que rarement accès aux auteurs primés ou aux valeurs sûres contemporaines accaparées par les préfaciers et, dans une moindre mesure, par les experts littéraires et universitaires. Lorsqu'il s'agit de textes canoniques ou classiques, la traduction s'effectue dans un contexte plus contraignant de travail et de rémunération du fait que la publication soit prévue plus souvent dans des collections de poche qui nécessitent des coûts plus faibles de traduction.

Les grandes maisons d'édition françaises publient plus de 40 % des textes d'auteurs peu remarquables par la vie mondaine littéraire et la critique journalistique. Elles sont de par l'ancienneté de leur fonds étranger les seules marques symboliques dont bénéficie le traducteur. En l'absence de visibilité de ces textes et de leurs passeurs, une des marges de manœuvre pour percer consiste à pourvoir les traductions d'un appareil critique comportant notes ou biographie sur la 4^e de couverture, à défaut de pouvoir offrir une préface. Un tiers d'entre elles en a ainsi bénéficié. Quelques-uns cependant tentent de se distinguer en associant une préface, gage de sa valeur, à une traduction de textes d'auteurs primés au moins une fois par un grand prix italien, mais les chances restent faibles puisque cela ne concerne qu'environ 10 % des traductions.

L'analyse de la position des traducteurs dans le processus de réception des romans et proses narratives italiens en France entre 1995 et 2000, à partir des opérations de sélection et de marquage des textes qu'ils effectuent, fait apparaître une différenciation interne. Issue des relations observées entre les caractéristiques des œuvres et celles des passeurs, celle-ci suggère des logiques diverses de circulation des textes. Ces dernières devront être approfondies ultérieurement par une mise en perspective des positions des traducteurs par rapport au couple éditeurs français-éditeurs italiens. Elle nécessitera également, en faisant appel à d'autres méthodologies, un approfondissement des stratégies des divers acteurs qui interviennent dans cette circulation⁵⁷ selon la position qu'ils occupent dans le champ éditorial.

Chapitre 3

Le libraire, un « médiateur marchand⁵⁸ » ?

Chapitre 3

Le libraire, un « médiateur marchand » ?

par Diana Cooper-Richet

« *Un libraire est un roi, mais un roi n'est pas un libraire.* »
Elias Canetti, *Autodafé*⁵⁹

Commerçant d'un type particulier, de par la dimension culturelle du livre, mais néanmoins tributaire des lois du marché, artisan de la distribution des ouvrages et de la connaissance des textes, le libraire exerce un métier complexe et mal connu. Médiateur culturel ou marchand ? Toute l'ambiguïté de cette profession, telle qu'elle s'est dessinée dans les dernières décennies du XIX^e siècle – depuis les années 1880 environ⁶⁰ – semble se situer quelque part au carrefour de ces deux termes, en apparence, contradictoires. Le sont-ils vraiment ? Le second est-il en mesure d'annihiler le premier ?

C'est à cette question, notamment, que cette contribution s'attachera à répondre en brochant, dans un premier temps, le tableau de l'évolution historique qui conduit du libraire homme-orchestre du livre, sous l'Ancien Régime, au libraire vendeur d'ouvrages d'aujourd'hui, puis, dans un second temps, en mettant en parallèle les deux fonctions essentielles du libraire, celle de passeur et celle de commerçant. Enfin, cette étude analysera quelques-unes des représentations de ce métier véhiculées par les libraires eux-mêmes, mais aussi par certains écrivains.

Du libraire homme-orchestre du livre au libraire vendeur d'ouvrages⁶¹

Avant même l'invention de l'imprimerie par Gutenberg au milieu du xv^e siècle, le terme de libraire était utilisé pour faire référence aux moines copistes, reproducteurs de manuscrits, mais il pouvait aussi désigner un bibliothécaire, gardien d'une collection, et la librairie désigner une bibliothèque. Par la suite, ce sont les imprimeurs que l'on a appelés libraires ; beaucoup d'entre eux assurent tous les métiers de la chaîne du livre, du choix des textes à leur commercialisation en passant par leur impression. Vers le milieu de la première moitié du xviii^e siècle, le mot éditeur n'est pas encore en usage ; la fonction existe cependant, mais elle est souvent exercée par des personnes qui, aux yeux des Encyclopédistes et de l'auteur des *Tableaux de Paris*, Louis Sébastien Mercier⁶², n'en ont pas véritablement les capacités intellectuelles, notamment des libraires qui publient des textes sans valeur. Pourtant, sous l'Ancien Régime, le système des corporations a, au xvi^e siècle, introduit dans l'organisation du travail des règles qui régissent à la fois l'emploi et le fonctionnement du marché, mais aussi l'accès aux différents métiers, en l'occurrence ceux liés au livre ; ne peut donc pas s'adonner à ce commerce qui veut, même si les membres de la confrérie sont nombreux. Il existe parmi eux des hommes qui, déjà, pratiquent plus particulièrement la vente d'imprimés qu'ils reçoivent en dépôt de la part de confrères⁶³ : ce sont les libraires d'assortiment.

En 1791, le décret d'Allarde et la loi Le Chapelier mettent à mal l'ensemble de cet édifice, laissant pénétrer dans le monde du livre des hommes intellectuellement peu préparés à ce travail particulier qui est, pour eux, surtout un commerce⁶⁴. Ils vont par ailleurs bénéficier des troubles révolutionnaires qui mettent sur le marché, et parfois dans la rue, des collections d'imprimés de toutes sortes, en particulier les riches bibliothèques des congrégations religieuses et des aristocrates émigrés. Durant le xix^e siècle, les ouvrages commencent à être diffusés plus largement et à être vendus à un nombre croissant d'exemplaires. La vente devient

alors un élément essentiel dans ce secteur et des moyens de plus en plus sophistiqués vont être utilisés pour la faciliter.

Cette préoccupation grandissante est celle qui conduit à l'émergence de la fonction de libraire au sens moderne du terme, bien distincte de celle d'éditeur avec laquelle elle s'est longtemps confondue. Au sein même de la librairie, entendue désormais comme un commerce, des spécialités voient le jour, distinguant le libraire-détaillant de livres « nouveaux » du libraire d'occasion et de l'*antiquariat*⁶⁵ – pour reprendre le terme allemand – qui débitent des livres plus ou moins anciens avec une inégale dose d'érudition, et du commissionnaire⁶⁶. Les livres s'écoulent également dans les rues à tous vents. Selon Elias Regnault, c'est chez les étalagistes que beaucoup de curieux tentent de trouver des trésors⁶⁷. Cet auteur, qui appartient lui-même au monde de la librairie sur lequel il pose un regard relativement sévère, évoque aussi l'existence des bouquinistes⁶⁸. Il estime qu'un profond fossé les sépare des précédents, parce qu'ils emploient le plus souvent un commis et ont un lieu fixe pour exposer leur stock.

Le Premier Empire rétablit, en 1810, le contrôle de la librairie avec la mise en place d'un brevet nécessaire à l'exercice légal du métier. Jusque dans les années 1870-1871, époque à laquelle la surveillance se relâche et le brevet est supprimé, la librairie dans son ensemble demeure sous l'œil des autorités. Une fois libérés du carcan étatique, les commerces de détail se développent sans entraves, dans la capitale comme en province⁶⁹. Ceux qui vendent des livres font le plus souvent, en même temps, commerce de bien d'autres choses, de la papeterie⁷⁰ notamment, mais aussi des objets religieux, de l'épicerie, de la mercerie. Pour des acheteurs occasionnels, il est moins intimidant de se rendre dans ce type de boutique que dans une librairie sanctuaire d'un savoir qu'ils ne possèdent pas et dans laquelle ils n'ont aucun repère. Les magasins spécialisés n'ouvrent que dans des villes d'une certaine importance au sein desquelles le libraire est susceptible de se constituer une clientèle de lecteurs capables de faire vivre son commerce. Grâce à Hachette, qui s'est inspiré en cela de Smith en Angleterre, les imprimés sont également en vente, à partir des années 1860, dans les bibliothèques de gares⁷¹. Beaucoup de libraires s'adonnent également au prêt – des ouvrages et des journaux

– par le biais d'un cabinet de lecture contigu. Ces boutiques à lire sont nombreuses et jouent un rôle important dans la diffusion des imprimés, tout au long du XIX^e siècle, parmi les différentes couches de la population⁷².

Néanmoins, comme le souligne Frédéric Barbier⁷³, l'installation d'un fonds de commerce ne nécessite pas obligatoirement d'importants investissements, sauf dans le cas où le libraire, homme ambitieux – comme le furent en leur temps Antoine-Augustin Renouard⁷⁴, Martin Bossange⁷⁵ ou encore Giovanni Antonio Galignani⁷⁶ – veut offrir à ses clients aisés et cultivés l'agrément d'un espace luxueux pour consulter son assortiment d'ouvrages, ainsi que l'aide d'un personnel nombreux et compétent. Ces librairies deviennent alors des lieux de convivialité, où les amateurs se retrouvent pour discuter de leurs lectures, comme d'autres le devinrent par la suite : La Hune, Le Divan ou encore La Joie de lire de François Maspero, rendez-vous de l'extrême gauche dans les années soixante-dix, lieu de sociabilité et de militantisme⁷⁷.

Comme le montre l'historien Martyn Lyons, l'ouverture de librairies dans les villes de province au XIX^e siècle permet à leurs habitants de combler progressivement, mais partiellement, le fossé qui les séparait, sur le plan de la culture imprimée, des Parisiens. Car si Paris et sa région forment alors un territoire culturel privilégié⁷⁸, et tout en tenant compte des disparités régionales, beaucoup de provinciaux peuvent désormais choisir leurs lectures et s'approvisionner régulièrement, sans avoir à attendre le passage éventuel du colporteur. En 1892, les marchands de livres sont suffisamment nombreux – leur nombre a triplé en un siècle, passant de 434 en 1826 à près de 1200 à la veille de la Première Guerre mondiale⁷⁹ – pour se regrouper pour la première fois en une organisation, la Chambre syndicale des libraires de France, dont le but est de rationaliser et de défendre une profession qui a enfin pris son autonomie⁸⁰. Mais la grande diversité qui règne dans le monde de la librairie et la position de dépendance dans laquelle elle se trouve, de plus en plus, vis-à-vis des éditeurs d'une part, des diffuseurs d'autre part, ainsi que la confrontation quotidienne avec les clients-lecteurs, rendent l'exercice du métier difficile. Dès

le milieu du xx^e siècle, la situation de la librairie est considérée comme « malsaine »⁸¹ et le commerce du livre en crise⁸².

Concurrencés par les grandes surfaces, spécialisées ou non dans la vente de livres, par les sociétés de vente par correspondance, par les marchands de journaux qui mettent des ouvrages sur leurs comptoirs, les libraires se sentent menacés. Ils redoutent le recul de la lecture et la mise à mort du livre par le multimédia. Le libraire traditionnel peut-il dépasser ces difficultés en se transformant en critique et en conseiller littéraire, ou en mettant l'accent sur la dimension marchande de son activité, c'est-à-dire en misant sur le marketing ?

Passeur ou commerçant ?

L'activité du libraire, médiateur entre le lecteur et le livre publié – sur lequel il n'intervient plus –, implique d'abord un rapport marchand mais aussi, selon les cas, un « commerce » d'ordre culturel. Le caractère aléatoire de la dimension intellectuelle dans l'échange qui a lieu entre le vendeur et l'acheteur diminue la part de reconnaissance et de capital symbolique dont, tout comme les éditeurs, les libraires pourraient bénéficier parce qu'ils constituent l'un des maillons de la chaîne du livre. La diversité qui règne au sein du monde de la librairie a toujours été grande. Selon la sociologue Frédérique Leblanc, celui-ci serait partagé en deux grandes catégories : « (les) libraires et (les) vendeurs de livres⁸³ ». La différence entre les deux provient essentiellement de la qualité de l'accueil, des capacités du personnel, de leurs conseils bibliographiques, voire littéraires, ainsi que de la présentation des ouvrages, tant dans les vitrines que dans le magasin lui-même. Cette espèce de libraire joue ainsi un rôle culturel actif au contraire de celui qui n'est qu'un intermédiaire commercial passif⁸⁴. Soumis aux lois du marché⁸⁵, tout négoce requiert un savoir-faire particulier ; celui du livre nécessite à la fois des connaissances qui seules permettent la constitution d'un fonds de qualité, mais également des compétences en matière de gestion. Afin de demeurer

compétitifs, beaucoup de libraires sont devenus de véritables chefs d'entreprise.

Selon Claudine Marenco, ce dilemme n'est pas nouveau. Il serait inhérent à l'exercice de la profession, ainsi qu'à l'évolution « du statut social du livre, particulièrement au sein des couches qui ont durablement constitué l'essentiel de la clientèle des libraires⁸⁶ ». Elle s'interroge aussi sur la validité du mythe d'un libraire fin lettré, libre « de toute préoccupation mercantile⁸⁷ », vivant en harmonie avec des lecteurs-clients, ses semblables. Elle souligne que dans la Nièvre, comme Bénédicte Marminat dans son travail sur la librairie parisienne d'ancien Clavreuil, installée rue Saint-André-des-Arts⁸⁸, les libraires ne sont pas issus des classes sociales favorisées – ils sont nés parmi les artisans et les boutiquiers d'abord puis, par la suite, chez les employés et les petits fonctionnaires. Ils ont, le plus souvent, été formés sur le tas, par apprentissage. À Clamecy, ils ne sont pas en mesure, sauf exception, ni au XIX^e, ni au XX^e siècle, d'avoir avec leur clientèle, appartenant à la bourgeoisie locale, des échanges intellectuels très poussés⁸⁹. Ce sont plutôt les habitués du magasin qui se retrouvent là pour bavarder entre eux, la librairie devenant un lieu de rencontre⁹⁰, dont le libraire est le maître de maison. Dans ce département, jusque dans les années trente, les libraires sont très investis dans la vie de la cité. Leur notabilité découle alors plus de cette participation que de leur réputation d'érudits ou d'hommes de culture⁹¹. C'est également le cas de Prosper Mazeau, libraire à Nantes au milieu du XIX^e siècle. Très connu dans sa ville, il y occupe l'une des premières places dans le commerce local⁹².

Pourtant, en dépit de leurs origines sociales, somme toute modestes, et de leur manque d'instruction, les libraires peuvent dans certains cas, particulièrement au XIX^e siècle, devenir très réputés dans leur spécialité. C'est souvent le cas des libraires d'ancien dont la tâche la plus importante consiste à repérer, puis à acheter, des ouvrages rares, recherchés des collectionneurs. « Chaque libraire a sa clientèle, dont il dirige le goût et qu'il forme à l'image de ses références bibliographiques⁹³. » Dans ce secteur, particulier et élitiste, de l'*Antiquariat*, la préoccupation pécuniaire est secondaire face au livre, objet de toutes les convoitises. Il arrive même que ces libraires hésitent à vendre les spécimens qui leur

sont le plus chers. C'est dans des boutiques comme celle de la rue Saint-André-des-Arts que se retrouvent Guillaume Apollinaire et Anatole France. C'est auprès de son libraire que Victorien Sardou et Gabriel Hanoteaux s'enquière des lectures à faire. Si « la Belle Époque voit naître le libraire savant, guidant bibliophile et intellectuel dans l'immensité livresque⁹⁴ », et si les libraires spécialisés se multiplient pendant cette période, des professionnels de ce type existaient déjà, en petit nombre, dans la première moitié du XIX^e siècle. Antoine-Augustin Renouard en fournit un bel exemple.

Tous les libraires ne ressemblent pas à ceux qui se sont succédé à la tête de la maison Clavreuil, pas plus qu'à Antoine-Augustin Renouard qui a perdu beaucoup d'argent. Beaucoup ont été, et sont encore, avant tout des marchands parce que la profession l'exige depuis que les métiers de libraire et d'éditeur se sont dissociés et que ces derniers ont décidé, à l'image de Louis Hachette, de faire distribuer leurs ouvrages par un réseau de libraires et d'imposer à leurs distributeurs le système de l'office⁹⁵. Celui-ci permettra aux petits libraires d'offrir à leurs clients des livres auxquels ils n'avaient pas accès auparavant⁹⁶ mais, dans le même temps, il est très contraignant.

Si beaucoup de libraires furent, et sont sans doute encore, sincèrement curieux de littérature, cela ne les empêche pas de se préoccuper de leurs intérêts financiers. L'analyse de la succession de certains d'entre eux le montre clairement. L'exemple du libraire nivernais Rémi Tillier semble assez représentatif de l'état d'esprit d'un bon nombre de ses confrères. Sous la Restauration, son fonds est fourni et, comme son neveu Claude, l'auteur de *Mon oncle Benjamin*⁹⁷ – plus connu que lui –, il fut sans doute curieux de littérature, ce qui ne l'empêchait pas de se préoccuper sérieusement de ses intérêts financiers comme semble le montrer le montant de sa succession. À sa mort, celle-ci s'élevait à 26 000 francs, dont 20 000 de créances constituées de prêts à 5 %⁹⁸. D'autres, au contraire, sont avant tout des hommes d'affaires qui utilisent les méthodes commerciales qui rapportent le plus d'argent. C'est notamment le cas des « rabaisseurs » ou vendeurs de livres au rabais rachetés à des maisons d'édition, dont l'existence est signalée dès la seconde moitié du XVIII^e siècle. L'activité à laquelle se livrent,

notamment, Ménard et Desenne, libraires brevetés installés à Paris sous la Restauration, est très critiquée parce qu'ils « cassent » les prix. Les remises telles qu'elles sont annoncées dans leurs catalogues sont de 60 à 75 % de la valeur originelle. En réalité, le rabais ne semble avoir été, dans la plupart des cas, que de 12 à 15 %⁹⁹. Pour l'historien Wallace Kirsop¹⁰⁰, la France se trouve ainsi, dès le siècle des Lumières, confrontée à la modernisation des stratégies de vente dans le secteur du livre.

Le recyclage d'ouvrages usagés, ou l'envoi de livres invendus, du centre en direction de la périphérie, notamment de la Grande-Bretagne vers l'Australie et la Nouvelle-Zélande, circuit que connaît bien Wallace Kirsop, est l'une des méthodes mises en œuvre dans le domaine du commerce international, afin de donner aux imprimés¹⁰¹ une deuxième vie, voire une troisième. Ces échanges culturels ne se limitent pas à la circulation de textes dont l'Ancien Continent ne veut plus. Beaucoup plus riches, ils ont été initiés au XIX^e siècle par quelques hommes aventureux, capables d'aller tenter leurs chances à l'étranger, qui se sont lancés dans l'exportation de livres au-delà de leurs frontières et se sont essayés, parfois avec succès, à la commercialisation de littérature étrangère en France. Ces hommes, éditeurs, mais aussi libraires, bien que marchands avides de gagner de l'argent, comme le furent les Galignani, sont malgré tout de véritables passeurs de cultures¹⁰².

Cette image de médiateur, « d'homme double¹⁰³ », voire « triple » si l'on considère le cas de Giovanni Antonio Galignani d'origine italienne, familiarisé au monde du livre dans son pays, influencé par les méthodes anglaises par le biais de son beau-père, l'imprimeur Parsons puis, plus tard, installé à Paris, ville dans laquelle il développe ses talents, est véhiculée par certains libraires, mais aussi par des écrivains qui ont témoigné des rapports privilégiés qu'ils ont entretenus avec des libraires et du rôle que ceux-ci ont joué dans la formation de leur identité.

Les libraires par eux-mêmes et leurs représentations

Le témoignage des libraires qui ont éprouvé le besoin de faire partager leur expérience contribue, le plus souvent, à construire une image « rêvée » d'un métier qui semble les avoir passionnés¹⁰⁴. Certaines librairies constituent des espaces de rencontre particuliers. C'est le cas, depuis 1921, de la librairie Shakespeare & Co, à Paris. Fondée par l'Américaine Sylvia Beach, collaboratrice et proche d'Adrienne Monnier de la Maison des amis des livres¹⁰⁵, cette boutique deviendra le point de ralliement des Anglo-Saxons dans la capitale. George Whitman, qui reprendra la librairie après la Seconde Guerre mondiale et l'installera au 51, rue de la Bûcherie, dans le 5^e arrondissement, face à Notre-Dame, y recevra comme Sylvia Beach avant lui, quelques-uns des grands noms de la littérature de son époque : Scott Fitzgerald, Ezra Pound et Hemingway, mais aussi Bertold Brecht, Arthur Miller et Lawrence Durrell. De l'autre côté de la Seine, rue de Rivoli, près de la place de la Concorde, voisinant le fameux salon de thé Angelina, ancien Rumpelmayer, se situe la plus ancienne librairie anglaise de la capitale, Galignani, inaugurée en 1800. Beaucoup de réminiscences littéraires accompagnent également la vie de cette institution représentative du rôle que peuvent jouer une librairie et ses animateurs dans les rapprochements culturels entre pays.

La Maison des amis des livres, fondée par Adrienne Monnier, était selon Jacques Prévert, qui la fréquentait : « une boutique, un petit magasin, une baraque foraine, un temple, un igloo, les coulisses d'un théâtre, un salon de lecture et parfois une librairie simple avec des livres à vendre ou à louer ou à rendre, et des clients, les amis des livres, venus les feuilleter, les acheter, les emporter. Et les lire [...] Rue de l'Odéon, beaucoup entraient comme chez eux, chez elle, chez les livres¹⁰⁶ ». Pour son initiatrice, « une librairie, à bien des égards, est un commerce comme un autre [...] Le plus difficile c'est de concilier la générosité et la gentillesse – qui sont le bon air du pays des livres – avec le souci des intérêts matériels, souci qu'il faut bien prendre si l'on ne veut pas périr¹⁰⁷ ». Dans ses souvenirs, la libraire évoque la puissante émotion qu'elle éprouvait à contempler les livres. Elle les a aimés, dit-elle, « avec

transport et (a) cru à la puissance infinie des beaux¹⁰⁸ ». Elle avait, par ailleurs, la volonté de contribuer à faire connaître aux jeunes gens la littérature moderne, mais dans le même temps, ne connaissant rien à la comptabilité, et ne voulant pas passer pour une commerçante mesquine, elle affectait de négliger ses intérêts¹⁰⁹. Avec cette conception du métier de libraire – une certaine érudition alliée à « l'amour de l'esprit nouveau », déployée dans un espace réduit, dirigée par une seule personne en rapport constant avec le public – Adrienne Monnier dit avoir rencontré un succès qui dépassa son attente¹¹⁰.

En 1944, avec l'aide de quelques amis, parmi lesquels Pierre Roustang, Bernard Gheerbrant fonde¹¹¹ la librairie-galerie La Hune. Que voulaient-ils ? « Manipuler, choisir, expliquer les livres [...] Les livres étaient notre nourriture, notre distraction et notre outil de communication¹¹² ». Très vite en relation avec ses collègues de province, auxquels il rend régulièrement visite, Bernard Gheerbrant constate, au lendemain de la guerre, que beaucoup d'entre eux mettent de la passion dans l'exercice de leur métier. Selon lui, le libraire, « premier médium, est à même d'établir le contact avec le lecteur, de fortifier les relations, l'aller-retour indispensable à chacun¹¹³ ». Il est nécessaire, selon lui, de maintenir une certaine gratuité dans les relations avec le client et ne pas passer ses journées penché sur les livres comptables, ou de nos jours sur l'ordinateur. Le métier devant, selon lui, demeurer artisanal.

Christian Thorel, actuel patron d'Ombres blanches à Toulouse, « défend une conception exigeante de la librairie et fait partie de ces libraires qui ont une réflexion sur leur métier¹¹⁴ ». De même Gilles de La Porte, récemment porté par ses pairs à la tête du Syndicat de la librairie française, organisme regroupant quelque 500 libraires indépendants qui contestent la fusion entre Hachette et VUP, a fondé avec sa femme, il y a vingt ans, La Galerie au Havre. « Nous voulions essayer de créer une librairie qui puisse se passer de vendre des gommes et des crayons. » Ce fut le cas, puisqu'elle est désormais l'une des plus belles de France, avec ses 1 000 mètres carrés, ses 28 salariés et son fonds de 80 000 livres. Comme La Joie de lire en son temps, La Galerie est, avec ses divans et sa cafétéria, un lieu de convivialité¹¹⁵.

Paul Morin, patron de la librairie Lanoë, fondée en 1838 à Nantes, institution reconnue dans la région, interviewé dans *Livres Hebdo* en 1989, résumait ainsi ce que devrait offrir, selon lui, une bonne librairie : un choix d'ouvrages diversifié, un lieu d'accueil agréable et du service à la clientèle, c'est-à-dire un personnel compétent¹¹⁶. Ces critères lui semblaient essentiels pour qu'un magasin consacré aux livres puisse devenir un lieu de rencontres et d'échanges. La longévité et la réputation de la librairie nantaise Lanoë découlerait, selon Armel de Wismes¹¹⁷, de la conjugaison de ces différentes qualités¹¹⁸. Mais quel regard les auteurs portent-ils sur ces hommes et ces femmes qui ont pour fonction de commercialiser leurs œuvres ?

En juin 2003, à l'occasion du centenaire de la librairie Privat, à Toulouse, des écrivains, parmi lesquels Tahar Ben Jelloun, Erik Orsenna et Didier Van Cauwelaert, sont venus témoigner en faveur des librairies – dont plusieurs ont été à l'honneur comme la librairie Molière à Montpellier, désormais fermée, ou encore celle des éditions Actes Sud, à Arles – où ils choisissent de s'installer pour lire. Du plus loin « que je me souviens, dit Dominique Blondeau, romancière québécoise, c'est dans les librairies que je me suis réfugiée, beau temps, mauvais temps... j'ai trouvé plaisir à échanger avec les libraires ; je parle de ceux et celles qui aiment le livre et lui confère un statut authentique¹¹⁹ ». Il semble que, dans la vie et la formation de nombreux écrivains de la « Belle Province », la librairie et son libraire ont joué un rôle fondateur, comme en témoigne le recueil *La maison du rêve : des écrivains rendent hommage aux libraires*.

Dans la vie de l'écrivain canadien Francis Dupuis-Déri, il y a toujours eu des librairies. « Enfant, déjà, c'était la fête lorsque ma mère me déposait à la librairie avant d'aller faire ses courses¹²⁰ ». Dany Laferrière nie l'existence des librairies. Il n'y aurait, selon lui, que des libraires, dont peu de bons. Pour ce journaliste et homme de lettres haïtien réfugié au Québec, ce qui compte par-dessus tout, c'est la légèreté de leur présence, « être là et pas là en même temps¹²¹ ». Or, selon lui, un tel comportement est exceptionnel ; ses souvenirs livresques le portent, pourtant, vers différentes villes du monde où il a croisé ces êtres rares.

Monsieur Bocquet était sans doute de ceux-là. Libraire dans une petite ville de Normandie dont le magasin, comme au XIX^e siècle, n'était pas entièrement consacré aux livres, il a initié Annie Ernaux à la République des lettres. « Ses suggestions littéraires participèrent largement à la constitution de mon être et de ma vision du monde. À ce libraire de province, je dois, d'une certaine façon, ce que je suis. Et je n'oublie pas tous ceux qui, ensuite, m'ont fait découvrir des textes dont ils parlent avec cette ferveur, ce désir de donner du plaisir, de la beauté, qu'on ne rencontre que dans une librairie¹²²... », avoue l'auteur de *La place*.

Loin du Pays de Caux Dmeval Chaves, à Salvador de Bahia, est devenu, après de modestes débuts comme garçon de courses à la librairie Civilização, gérant de cette « inoubliable librairie de la rue Chile¹²³ », puis propriétaire d'un réseau de librairies, sans jamais être esclave du profit. Il fit de Civilização bien plus qu'un lieu de commerce du livre, un lieu de rencontre des intellectuels de Bahia, « un cénacle de poètes et de romanciers, un centre culturel¹²⁴ ». Cet homme, comme ses enfants, avait un profond amour des livres et selon Jorge Amado, le libraire en savait toujours plus que ses clients amateurs de littérature sur la production brésilienne et sur les écrivains nationaux et étrangers¹²⁵.

Le combat politique peut tenir une place importante dans la vie de certaines librairies, pour lesquelles il est la raison d'être essentielle. La Joie de lire, installée rue Saint-Séverin à Paris, en fut une belle illustration. René Boulanger¹²⁶, autre Québécois, rend hommage à un libraire « inconnu » qui, à Rio de Janeiro sous la dictature militaire, continuait au péril de sa vie à vendre des livres socialistes¹²⁷. À Port-au-Prince, chez Lafontant – librairie La Pléiade – Dany Lafférière se souvient que, sous le régime de terreur de Papa Doc, le libraire conservait, pour ses plus fidèles lecteurs, bien cachés au fond sa boutique, des volumes de chez Maspero¹²⁸. L'histoire a voulu que ce petit magasin survive à la dictature. La minuscule librairie Haitian-Corner, à New York, a eu, elle aussi, ses faveurs, comme celles de beaucoup d'autres intellectuels. Elle était leur boîte postale et leur lieu de rendez-vous, elle ouvrait aussi ses portes aux opposants politiques qui parlaient de renverser le régime des Doc.

Les libraires correspondent-ils aujourd'hui encore à l'image, longtemps véhiculée par l'imaginaire collectif, de l'intellectuel homme de culture plus que commerçant ? Ils exercent, sans aucun doute, un métier difficile dont le destin est lié à celui, désormais banalisé et concurrencé, du livre, qui n'est plus véritablement un vecteur de reconnaissance sociale. La librairie traditionnelle semble donc aujourd'hui en danger. Pour Marek Halter et bien d'autres, la société devrait se mobiliser pour défendre une conception élitiste du métier – dans laquelle le libraire est le premier lecteur – que tous les professionnels sont loin de mettre en œuvre²⁹. Pourtant, dans ce contexte difficile, un certain nombre d'entre eux se battent pour faire vivre des magasins qui soient des espaces de rencontre et de tranquillité dans lesquels ils peuvent contribuer à faire aimer la littérature et connaître les auteurs nouveaux, demeurant ainsi « des passeurs irremplaçables entre deux mondes, celui du livre et celui du lecteur³⁰ », comme les définit Annie Ernaux.

Chapitre 4

Écrire pour l'enfance ou ses médiateurs

Chapitre 4

Écrire pour l'enfance ou ses médiateurs

par Pierre Bruno

La littérature de jeunesse est, historiquement, une littérature de discours et de son contrôle. Elle a pu, dès le xvii^e siècle, chercher à s'affirmer comme une littérature d'inculcation visant à détourner les jeunes lecteurs bien nés des dangers de la littérature populaire. Dangers auxquels s'ajoutera, le développement des divers médias aidant, celui des illustrés puis du cinéma. Progressivement, cette production littéraire apparaît comme un moyen de protéger les jeunes lecteurs contre les dangers de la culture de masse, mais aussi contre ceux de la littérature. La littérature pour adolescents s'explique à l'origine – et ce souci n'a pas entièrement disparu – non par la volonté de lutter contre les illustrés et les sous-littératures populaires (auquel cas la promotion des auteurs légitimes pour adultes pourrait suffire), mais par un désir d'écarter la jeunesse d'auteurs pour adultes comme Gide, Martin du Gard, Bazin, Peyrefitte, Beauvoir et Sartre. En effet, comme l'écrit au milieu des années soixante-dix un critique réputé : « Un livre pour la jeunesse, c'est d'abord une œuvre qui regarde vers l'avenir [...] Ici, la plupart du temps, nous avons affaire à des écrivains qui fouillent dans leur passé, qui s'abandonnent avec une délectation morose à leurs obsessions familières³⁷. »

Sans doute ne peut-on pas réduire la littérature pour la jeunesse à cette seule dimension. Cette production est, comme toute part du champ littéraire, travaillée par des mouvements divergents, des tensions internes, qui sont à l'origine d'une génération d'œuvres de qualité inégale. Sans doute aussi ne faut-il pas réduire les médiateurs à une simple fonction de contrôle, ni leur attribuer

un rôle objectivement conservateur. Il n'en reste pas moins vrai que ce corpus de textes, à la fois médiatisé et médian, n'existe à l'origine que par un travail de médiation de plus en plus professionnalisé et se définit initialement comme une offre littéraire moyenne éloignée tant du populaire que de l'intellectuel.

Une évaluation difficile

Il est difficile d'évaluer l'importance des médiateurs (les médiateurs « professionnels » du moins), pour plusieurs raisons. Toutes ne sont pas spécifiques à l'objet de cette étude. Ainsi, sur ce point comme sur tout autre, les chiffres fournis par les éditeurs n'étant ni obligatoires ni vérifiables, il est difficile d'obtenir des sources d'information sûres, plus encore lorsqu'il s'agit de mesurer le poids du marché des prescripteurs, bibliothécaires et enseignants, même si, des témoins directs nous l'ont confirmé, certaines collections de romans se revendiquant comme citoyens ne se vendent quasiment que par ce réseau. Le décalage entre les chiffres déclarés et la réalité peut s'avérer spectaculaire. Telle collection éducative présentée comme un réel succès éditorial (5 000 exemplaires vendus en moyenne par titre) peut se révéler, dans les faits, n'avoir atteint que le dixième des chiffres annoncés dans la presse. Malgré leur inévitable subjectivité, tous ces témoignages confirment le risque de toute interprétation en l'absence de données précises, mais aussi d'évaluation possible de l'importance et de la nature des biais. Par ailleurs, à l'exception notable des travaux de Bernadette Seibel, la faible tradition scientifique d'objectivation des logiques des intellectuels – au sens le plus large du terme (qui dépasse certes les seules populations qui nous intéressent ici) – fait que l'on a même du mal à cerner un groupe comme celui des bibliothécaires, corps qui continue souvent, et le succès d'un Daniel Pennac ou d'un René Diatkine le confirme, à fonder son identité sur sa neutralité, voire sa transparence, sur son respect d'une nature enfantine et du goût spontané de cette population.

Plus spécifiquement, les phénomènes de médiation culturelle sont d'autant plus difficiles à définir que leur définition est elle-même un objet de débat. Dans le domaine de la littérature de jeunesse, comme dans d'autres parties du champ littéraire, les grands débats (la censure, l'adaptation des livres à l'âge, les relations entre littérature jeunesse et littérature générale, etc.) reposent sur des antagonismes entre des définitions nées dans des conditions historiques différentes, dans un contexte général d'une part d'élévation du capital culturel des lecteurs et des médiateurs et, d'autre part, d'autonomisation croissante des champs, dont le champ critique. Le succès ou le déclin de telle ou telle théorie (sur un sujet aussi sensible que la censure, par exemple) est à lier avant tout à l'évolution du recrutement des médiateurs du livre (moins en terme d'origine sociale que de durée et de type de formation). Les lectures politiques ne font souvent que se superposer, par homologie, sur les effets de champ. La théorie des lectures-poison, comme celle du complot qui la sous-tend, se retrouve ainsi des origines à nos jours, du premier ouvrage théorique qui, en 1924, accuse la littérature d'inciter les jeunes au suicide jusqu'aux années quatre-vingt. Il est toutefois révélateur que par un remarquable effet d'homologie, l'expression de ces théories aujourd'hui minoritaires soit désormais le fait de la fraction dominée du champ, fraction proche de l'extrême droite ou des droites extrêmes, alors qu'à leur apogée elle était partagée par les mouvements progressistes proches du pôle dominant.

Par ailleurs, les médiateurs constituent une population hétérogène. Sans même parler des différences individuelles, de nettes divergences se sont historiquement constituées entre les professions – nous pensons plus particulièrement entre bibliothécaires et enseignants. Mieux encore, le développement de la médiation culturelle tant quantitatif (augmentation des établissements et des postes) que qualitatif (accroissement de la formation, autonomie accrue des médiateurs face aux pouvoirs politiques ou religieux), a accru les tensions internes entre professions. Les bibliothécaires jeunesse ont pu constituer leur identité contre l'institution scolaire, la joie apportée par les livres ou les heures joyeuses passées à la bibliothèque tranchant avec l'ennui et l'austérité des heures de cours. N'oublions pas non plus les tensions internes aux corps

eux-mêmes, non seulement en terme de grades (opposition entre le bon instituteur et le méchant universitaire), mais aussi en terme de génération. Il est ainsi visible, dans les récits mettant en exergue les valeurs de ces populations, que les héros se distinguent certes du vulgaire, mais aussi de certaines fractions de leur propre corps véhiculant des visions réductrices et dépassées du métier : bibliothécaires ayant choisi cette voie par peur du public et méconnaissance de la réalité professionnelle, ou enseignants à la vision trop étroitement scolaire de leur profession.

La visibilité de ces populations ne se réduit pas à leur influence professionnelle directe. D'une part, ces catégories sociales exercent une influence sur les divers maillons de la chaîne de production et de commercialisation du livre. Comme toutes les productions que nous qualifierons, en allant vite, de paralittéraires, la littérature pour la jeunesse s'avère plus favorable à l'expression d'auteurs aux origines modestes que ceux de la littérature générale. Et l'importance de certaines représentations biaisées du monde s'explique donc moins par l'importance du marché médiatisé de la littérature que par l'influence des conditions de recrutement des auteurs : on voit moins le bibliothécaire ou l'enseignant comme récepteur que comme émetteur. D'autre part, la question des médiations culturelles s'inscrit dans un accroissement des préoccupations tant autour des questions éducatives, donc de la transmission culturelle, que des médiations sociales, ou pour être plus précis de la création et de l'entretien du lien social. Aussi infondées soient-elles, les idées reçues sur la crise de la lecture et celle, plus globale, du système scolaire ont élargi le cercle de la population d'autant plus sensible à ces questions de médiations qu'elles en sont (ou s'en sentent) investies. Par-delà les seuls « médiateurs », les populations intermédiaires diplômées sont particulièrement visées par les industries éducatives.

Cette absence d'information, cette difficile évaluation, tranchent avec la diversité des points où peut se mesurer l'influence (ou du moins la prise en compte) des médiateurs dans l'économie du livre pour la jeunesse : liens anciens entre recrutement des corps et définition du littéraire, stratégies plus récentes destinées à toucher cette « cible » spécifique, visibilité croissante, allant par-

fois jusqu'à la caricature, de ces médiateurs dans les textes destinés à la jeunesse.

Médiateurs et théorisation de l'objet

L'influence des médiateurs est d'autant plus importante dans l'offre de textes pour la jeunesse que ces derniers n'ont guère intéressé, à quelques exceptions près (comme Marc Soriano), la critique universitaire (depuis les années quatre-vingt, la situation évolue progressivement). Ainsi, si l'évolution des théories critiques de la Littérature est à lier, comme l'ont montré les travaux de Terry Eagleton, au degré d'engagement politique des intellectuels, celle des théorisations de la littérature pour la jeunesse, est à mettre plus précisément en perspective avec celle du recrutement des médiateurs, donc avec celle de leur autorité. Le travail de théorisation de l'objet est donc essentiellement le fait de ces médiateurs et l'on peut établir un lien entre la définition dominante de la littérature pour la jeunesse dans les textes critiques et la composition sociale de ces populations. Nous pouvons grossièrement dégager trois conceptions consécutivement dominantes.

Dans un premier temps, l'encadrement de la lecture des jeunes est essentiellement le fait de mouvements inscrits dans le vaste courant de l'éducation populaire. Leur correspond un premier profil de médiateur du livre que l'on peut synthétiser en deux termes : prosélytisme et bénévolat. Dans un contexte politique troublé par les guerres et les grands affrontements politiques, les médiateurs, non professionnalisés, pour beaucoup sans diplômes institués, ne peuvent affirmer leur autorité sociale que par leur expérience du terrain et la justesse des valeurs qu'ils défendent. La littérature pour la jeunesse est perçue dès l'origine comme nettement distincte de la littérature générale, comme un outil de communication et non un produit artistique. Lorsqu'un critique réputé comme Marc Soriano se demande s'il est « raisonnable d'étudier les livres pour la jeunesse dans une perspective esthétique », il précise que « cette analyse ne s'applique pas à l'œuvre

d'art pour adultes qui reste une "finalité sans fin", une "structure" ou une "entité esthétique" [...] Un des intérêts de la littérature pour la jeunesse, c'est qu'elle constitue une curieuse exception aux règles de l'art et de la critique.» L'enfant ne se voit pas accorder de nature propre qui pourrait le pousser à exprimer (ou à lui voir reconnaître) des goûts spécifiques. La littérature devient ainsi le moyen le plus sûr d'un travail d'endoctrinement, que l'on n'ose plus guère évoquer aussi crûment aujourd'hui, et qui se justifie par une volonté de lutter contre des endoctrinements néfastes véhiculés par des idéologies mauvaises et surtout par la culture de masse.

Au cours des années soixante, le contrôle de la lecture publique passe du secteur associatif au secteur des bibliothèques municipales. La modification du statut des médiateurs, désormais salariés et diplômés (CAFB), s'accompagne d'une modification du profil de ces personnels, plus jeunes, plus féminins, plus diplômés. Se constitue alors un « corps différencié de spécialistes », pour reprendre les termes de Bernadette Seibel¹³². Cette évolution se traduit par la prédominance d'un discours né dans les années trente mais jusqu'ici minoritaire, et l'émergence de critiques issus de ce nouveau corps qui vont progressivement s'affirmer comme l'instance de représentation du champ. Le dépassement de l'analyse idéologique (au sens le plus réducteur du terme) de la littérature jeunesse traduit surtout la revendication nouvelle à l'autonomie de médiateurs et de critiques qui se définissent comme membre d'un corps aux fonctions spécifiques plutôt que comme de simples exécutants d'un appareil ou d'un projet politique. Les conflits idéologiques, caractéristiques des critiques précédents, tendent alors à se penser comme des conflits institutionnels.

Cette définition différente du critique et de son travail nécessite une définition nouvelle de l'enfance qui s'inscrit dans le droit fil d'un humanisme traditionnel. La spécificité du corps qui fonde et légitime son autonomie par rapport aux pressions politiques ou idéologiques se justifie essentiellement par la spécificité de son public et par la capacité des nouveaux professionnels à être en phase avec cette dernière (un critique réputé¹³³ insistera sur sa « passion », son « enthousiasme » ou ses « intuitions initiales » confirmées par l'expérience). Cet humanisme s'appuie sur une

certaine idée de l'universalité de la nature humaine qui se retrouve dans un goût intrinsèque prêté à l'enfant. La forte prégnance de ce discours, largement répandu dans la société par les écrits de René Diatkine pour qui « l'enfant va spontanément vers le beau », explique le succès récent d'un Daniel Pennac dont le best-seller, *Comme un roman*, reproduit tardivement, à destination d'un public élargi, mais sensibilisé à cette rhétorique par un apprentissage scolaire essentiellement consacré aux classiques, les thèses défendues depuis l'origine par les « bibliothécaires jeunesse ».

Le milieu des années soixante-dix voit l'émergence de nouveaux discours sur la littérature de jeunesse, dus essentiellement à de nouveaux acteurs fortement diplômés, bénéficiaires de l'accroissement des effectifs de l'enseignement supérieur. Leurs titres universitaires, en rien inférieurs à ceux des critiques de la littérature générale, leur possible intégration dans les mêmes structures universitaires, vont conduire ces critiques à remettre en question, plus ou moins ouvertement, les limites désormais restrictives de la littérature de jeunesse. Cette évolution est à rapprocher de celle que connaît alors l'ensemble des formes littéraires traditionnellement stigmatisées ou déconsidérées (dont les genres dits paralittéraires). La littérature de jeunesse se trouve depuis confrontée, comme nombre de ces cultures, à l'ambivalence du désir de reconnaissance comme égale et comme spécifique à la fois. D'autant que, jusqu'au milieu des années soixante-dix, cette spécificité se fondait pour certains critiques, nous l'avons vu dans un exemple précédent, sur une dénégation de la dimension littéraire de ces œuvres pour la jeunesse et par un dénigrement d'auteurs reconnus comme Gide ou Sartre.

Les médiateurs, une « cible » marchande ?

Justifiée par l'évolution du regard porté sur les productions culturelles longtemps regardées comme mineures, ainsi que par une élévation constante du niveau littéraire de la production, la reconnaissance de la littérature pour la jeunesse par les institutions

culturelles ou éducatives n'a pas été sans conséquences économiques. Après la multiplication de fonds ou de sections «jeunesse» au sein des médiathèques publiques, la constitution de la liste des ouvrages pour la jeunesse à étudier au cycle III de l'enseignement primaire et l'intégration de ces mêmes ouvrages dans les programmes de français du collège témoignent de l'importance accrue des marchés «médiatisés» dans l'économie du secteur, d'autant que le marché, que l'on pourrait qualifier de «libre», de l'édition jeunesse, marqué par le poids croissant des grandes surfaces généralistes ou spécialisées, renforce la position dominante de certains éditeurs, grands groupes certes mais aussi groupes moyens comme Bayard ou Gallimard ayant investi le segment des paralittératures.

Le marché du livre se caractérise par le fort marché de services qu'il suscite ou qu'il justifie. Contrairement à d'autres supports culturels pour la jeunesse beaucoup plus rentables en eux-mêmes (comme le cinéma ou les jeux vidéo), le développement de la littérature jeunesse s'est doublé d'un développement de marchés parallèles : formateurs, «spécialistes»... Certains éditeurs proposent – le plus souvent gracieusement – des outils pédagogiques destinés à faciliter l'exploitation en classe de certains de leurs titres. Le *Dossier de l'enseignant primaire 1998*, guide gratuit publié par Hachette Jeunesse, se présente ainsi comme un ensemble de «37 fiches, pour compléter sa bibliothèque et mettre en place des animations pédagogiques autour de 10 collections pour enfants et adolescents». Syros crée, pour sa part, la collection des Cahiers citoyens : «quinze cahiers d'exercices de lecture, d'écriture et de "citoyenneté" [...], des fiches pour les élèves [...], une documentation pour le maître». Si l'intérêt premier est évident – l'achat par un enseignant d'une trentaine de volumes par classe concernée –, cette politique permet aussi de prolonger la durée de vie d'un livre (certains Cahiers citoyens exploitant des ouvrages vieux de huit ans comme *Le chat de Tigali*) voire, dans le cas de rééditions comme les Folio junior Édition spéciale, l'acquisition d'un second exemplaire d'un titre déjà possédé.

Les éditeurs sont aussi de plus en plus nombreux à proposer eux-mêmes les services de leurs auteurs. Rageot introduit discrètement, dans le catalogue des séries Cascade, un index géo-

graphique de domiciliation des auteurs résidant en France. Ce système est bien plus développé chez certains éditeurs à faibles tirages, comme Syros qui propose, structure et centralise les interventions de ses auteurs dans les écoles, bibliothèques et centres de loisirs. Le système semble à ce point rodé qu'il inclut la possible attribution d'aides du CNL comme des postes d'auteurs en résidence. Ceci traduit l'émergence d'un nouveau type d'auteurs gagnant moins par les droits d'auteurs dégagés par leurs ventes que par le service assuré auprès des médiateurs du livre, service que certains font payer au prix fort (jusqu'à 950 euros la demi-journée d'intervention). La visibilité de ces pratiques tranche avec la difficile évaluation de l'influence de ce marché sur les politiques éditoriales. Il est cependant significatif que, contrairement à nombre de tentatives précédentes comme le livre de Laurence Décréau, *Des héros qui les font lire*, ou l'outil pédagogique *Que lire de la maternelle à l'université?* (publié par Librairie générale française, Hachette Jeunesse et la Librairie des Champs-Élysées en 1987), qui tentèrent, vainement peut-on penser, d'intégrer aux corpus scolaires les titres anciens des bibliothèques roses et vertes, le *Dossier de l'enseignant primaire* constitué par Hachette Jeunesse en 1998 ne propose plus que des titres issus des nouvelles séries (Mini, Les frousses de Zoé, L'Institut, Planète verte, Les médecins de l'impossible, Histoires à...). Ces titres ont-ils été écrits dans la perspective d'une utilisation dans un cadre scolaire? Rien ne le prouve mais on peut supposer que le groupe est, sur ce point du moins, passé d'une stratégie de légitimation *a posteriori* à une marchandisation *a priori* de la production éditoriale.

Plus généralement, le secteur de la médiation culturelle devient une zone floue où se distinguent de plus en plus difficilement les actions militantes des médiateurs et les entreprises marchandes des éditeurs. L'étude des prix littéraires est à cet égard significative de la diversité des initiatives et il est difficile de distinguer, dans le foisonnement actuel des prix, les opérations à visées commerciales de celles se revendiquant comme « citoyennes » (même si une mise en perspective chronologique permet d'observer une évolution significative).

Le flou est plus grand encore dans l'organisation des salons du livre et plus particulièrement le Salon du livre de jeunesse de

Montreuil, le plus important de tous. Ce lieu d'origine militante est de plus en plus structuré en fonction de visées marchandes. Il permet ainsi de ne toucher qu'un public spécifique (dans le cas qui nous intéresse les médiateurs du livre pour la jeunesse) et d'adapter le discours des entreprises aux compétences et attentes prêtées à ce public. Il permet de le soumettre à une convergence de techniques de promotion. Mieux encore, par la dimension festive ou éducative dont il se pare, ce salon touche le consommateur dans une situation qu'il perçoit comme non commerciale, ce qui permet de réduire les résistances critiques de ce même consommateur. Surtout, le salon de Montreuil (mais n'est-ce pas le cas de toutes les stratégies marchandes ?) joue sur la perception des hiérarchies et des barrières sociales. Il donne l'impression à tous les professionnels de participer à une même famille, voire à une certaine élite, par des techniques là aussi rebattues de valorisation du consommateur. Le salon est un lieu où s'abolissent momentanément les différences sociales, où la « haute intelligentsia » et la « basse intelligentsia », pour reprendre les termes de Régis Debray³⁴, les producteurs et les consommateurs, les « auctors » et « lectors », se rencontrent, se parlent, même si c'est le plus souvent de deux côtés différents d'une table ou d'une estrade, et si le discours est généralement à sens unique. L'illusion est non seulement reflétée par l'effacement temporaire de ces barrières internes, mais aussi par la création de nouvelles barrières qui consacrent, par l'obtention de privilèges, la différence entre la « basse intelligentsia » et le commun des mortels. Non seulement les professionnels se voient attribuer un accès libre au salon, mais il leur est aussi possible d'accéder à une soirée inaugurale sur invitation qui accroît le sentiment d'appartenance au corps, même si ces invitations sont largement distribuées.

Les médiateurs : héros ou modèles ?

Les populations intellectuelles, et plus particulièrement les médiateurs, sont fortement représentées dans l'offre littéraire desti-

née aux jeunes. La valorisation des classes intellectuelles dans les romans n'est pas chose nouvelle. L'univers quotidien des jeunes héros des romans miroirs multiplie les signes ostentatoires de l'excellence culturelle. Les ouvrages publiés par l'École des loisirs sont à cet égard singulièrement représentatifs de la production : on y lit *Le Monde*, on y écoute *France Musique*, on rejette la télé pour y préférer le piano. On reste entre gens choisis, « conservateurs de musée, musiciens, profs (beurk!), peintres, éditeurs » (Susie et Aliyah Morgenstern, *Terminale ! tout le monde descend*, École des loisirs, 1985, p. 67), personnages drôles, cultivés, originaux, intelligents, doués, exemplaires... On se promène en amoureux dans les jardins du Luxembourg avant de se donner rendez-vous Boul' Mich, entre deux références à Camus, Aragon ou aux Variations Goldberg. On y fréquente les conservatoires et les ciné-clubs... On y affiche des opinions de gauche même si certaines injustices sociales fondées sur l'argent ne choquent pas. On n'y dissimule pas toujours le mépris inspiré par les populations moins diplômées ou moins fortunées.

Par contre, la valorisation des médiateurs culturels dans l'offre paralittéraire est, elle, chose nouvelle. D'une manière générale, les professionnels de la culture et des loisirs sont largement valorisés dans l'ensemble de la production d'origine américaine, des « Harlequin Teenagers » aux « Chair de poule » (artistes, écrivains, responsables de parcs d'attraction...). Mais cette tendance est exacerbée dans les productions françaises où les médiateurs culturels, et plus largement les professions moyennes diplômées, se substituent comme héros sériels aux espions, justiciers et détectives des décennies précédentes. Cette tendance est particulièrement visible dans l'évolution des Bibliothèques rose et verte. Mi-bibliothécaire mi-sorcière, Mademoiselle Wiz tente d'empêcher avec l'aide des jeunes lecteurs la fermeture de leur bibliothèque par des élus cupides et adipeux, qui veulent la transformer en immeuble pour des raisons purement financières. Les « Médecins de l'impossible » vivent entourés d'artistes, de journalistes ou de docteurs dont le texte ne manque pas de saluer le désintéret, la solidarité ou la conscience professionnelle. Comme le justicier de l'Ouest américain ou Rahan en leur temps, « l'Institut » parcourt la France pour apporter à sa façon la justice dans un monde miné

par le silence, le racisme et la lutte des classes. Destinés aux plus jeunes, les contes ne sont pas en reste. Le papa parfait (Toboggan) met en scène un fils de professeur de mathématiques qui préférerait un papa plus sportif mais qui, découvrant la médiocrité des athlètes, reconnaît les mérites du digne enseignant aux « yeux fatigués à force de corriger les copies ».

La rupture au moins symbolique entre le monde de l'écrit et les « classes populaires » ne se réduit pas aux seules représentations complaisantes de groupes sociaux privilégiés économiquement et culturellement. Ce serait oublier que le pôle complémentaire de celui du roman miroir, celui du texte engagé, a connu une mutation moins visible, mais plus significative encore, ces vingt dernières années. Hier la défense des masses, du prolétariat et du *Lumpenproletariat* constituait un des deux piliers du discours progressiste militant (avec les textes tiers-mondistes consacrés principalement à la situation en Afrique et en Amérique du Sud, à l'époque des dictatures militaires). Aujourd'hui, l'accent est mis sur les souffrances des minorités; le discours de lutte contre le racisme et l'antisémitisme est souvent porteur d'une image méprisante envers les « Français moyens », la « France profonde ». Le raciste c'est le pauvre, ou plutôt, le mauvais pauvre, dans ces livres militants qui reprennent à leur compte les représentations réactionnaires de l'ouvrier ivrogne, bruyant et tapageur, auquel l'auteur oppose parfois l'élégance discrète des lecteurs et des joueurs d'échecs. Ces classes, présentées comme inaptes à éduquer leurs enfants qu'elles peuvent même pousser à l'alcoolisme, ne se trouvent valorisées le cas échéant que par leur syndicalisation et leur capacité à mener une grève. Plus discrètement, cette représentation se double parfois d'un anti-intellectualisme plus ou moins déclaré comme dans *La fille du canal* de Thierry Lenain, grand succès critique qui oppose en une parabole caricaturalement petite-bourgeoise les mérites insignes des médiateurs culturels, ici une institutrice, opposés à la vulgarité des masses comme à l'immoralité de la bourgeoisie universitaire et pédophile.

De la médiation culturelle à l'élitisme social ?

L'importance des médiateurs dans l'économie du livre pour la jeunesse est plus facile à observer qu'à mesurer et il est plus simple d'en distinguer les modalités, voire les causes, que les conséquences, ne serait-ce que par la difficulté des milieux intellectuels à traiter de la dimension économique des produits culturels, difficulté à lier à leur réticence face à une analyse de leur propre fonctionnement et de leurs représentations. La réduction de l'économie à son seul aspect marchand, en excluant les capitaux culturels et sociaux, tend à conforter ces populations dans une représentation désintéressée (ce qui est souvent vrai d'un strict point de vue « marchand ») de leur métier et d'eux-mêmes. L'idée n'est pas nouvelle, et l'on peut dire qu'elle est quasi axiomatique au champ culturel. Mais contrairement aux discours convenus sur la mondialisation, qui ne font souvent que s'inscrire dans un courant ancien de déploration culturelle, les flux économiques actuels tendent à renforcer, aux dépens des productions de masse (séries traditionnelles, illustrés...), l'importance directe ou indirecte de ces populations comme des problématiques éducatives qui sous-tendent leur identité professionnelle.

Certes, contrairement à une culture audiovisuelle fortement concentrée, le nombre important de livres produits (plus de 8 000 titres par an), la diversité des structures éditoriales (donc de leur recrutement et de leur stratégie) et le nombre des acteurs de la chaîne de production à prendre en compte rendent vain tout discours général sur la littérature pour la jeunesse. Pourtant, certaines convergences peuvent laisser craindre que la culture écrite (qui, de par ses faibles coûts de production, peut s'avérer être potentiellement l'une des plus démocratiques ou du moins l'une des moins soumises au poids de l'argent) puisse devenir non pas l'une des composantes les plus littéraires de l'offre culturelle proposée aux jeunes mais l'une des plus « distinctives », une culture marquée moins par une question éducative aujourd'hui sous-jacente à la plus large part des productions pour la jeunesse que (pour reprendre l'expression de Pierre Bourdieu) par une exacerbation

du «racisme de l'intelligence³⁵», en bref une moderne théodicée de la médiation culturelle et de ceux qui en ont la charge ?

Références bibliographiques

Bénichou, P., *Le sacre de l'écrivain (1750-1830), Essai sur l'avènement d'un pouvoir spirituel laïque dans la France moderne*, Paris, Corti, 1973.

Bourdieu, P., *Réponses : pour une anthropologie réflexive*, avec Loïc J.-D. Wacquant, Paris, Le Seuil, 1992.

Butlen, M., *L'offre publique de lecture : évolution des politiques en France, concurrence et complémentarité entre les acteurs de 1980 à 2000*, dir. par Éric Plaisance, Université René-Descartes (Paris), 2002.

Centre d'étude de la pensée politique, *Analyse de l'idéologie*, tome 2, *Thématiques*, Paris, Galilée, 1983.

Chartier, A.-M., Hébrard, J., *Discours sur la lecture (1880-1980)*, Paris, Bibliothèque publique d'information, Centre Georges-Pompidou, 1989.

Compagnon, A., *Le démon de la théorie : littérature et sens commun*. Paris, Le Seuil, 1998.

Dubois, J., *L'institution de la littérature : introduction à une sociologie*, Paris, Bruxelles, Nathan : Labor, 1978.

Eagleton, T., *Critique et théorie littéraires : une introduction*. Paris, Presses universitaires de France, 1994.

Grignon, C., Passeron, J.-C., *Le savant et le populaire : misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Paris, Gallimard : Le Seuil, 1989.

Le littéraire et le social : éléments pour une sociologie de la littérature, **R. Escarpit (dir.)**, Paris, Flammarion, 1977.

Lire, faire lire : des usages de l'écrit aux politiques de lecture,
B. Seibel dir., Paris, Le Monde Éd., 1995.

Où va le livre ? **J.-Y. Mollier (dir.)**, Paris, La Dispute, 2000.

Rouet, F., *Le livre : mutations d'une industrie culturelle*, Paris, La Documentation française, 2000.

Seibel, B., *Au nom du livre, analyse sociale d'une profession : les bibliothécaires*, Paris, Bibliothèque publique d'information, Centre Georges-Pompidou : Documentation française, 1988.

Certains points de cet article ont été développés plus longuement dans :

Bruno, P., *La culture de l'enfance à l'heure de la mondialisation*, Paris, In Press, « Réflexions du temps présent », 2002.

Bruno, P., *Existe-t-il une culture adolescente ?* préf. de Jack Lang, Paris, In Press, « Réflexions du temps présent », 2000.

Bruno, P., « Du militant au chercheur, la littérature pour la jeunesse » in *Du livre au jeu. Points de vue sur la culture de jeunesse : Mélanges pour Jean Perrot*, Paris, L'Harmattan, 2003, pp. 23-44.

Chapitre 5

Analyse économique du droit d'auteur

Chapitre 5

Analyse économique du droit d'auteur*

par Giovanni B. Ramello

Droit d'auteur et économie : les origines

L'institution du droit d'auteur dans les législations de droit civil – et du copyright, son homologue dans les législations de *common law* –, remonte à bien longtemps et coïncide avec un événement historique précis : l'invention de la technologie de la presse, qui eut lieu vers 1456³⁶. Nous pouvons donc affirmer, en toute orthodoxie avec ce qu'a établi la théorie économique (Demsetz, 1967), qu'il existe une relation causale entre le changement technologique et l'institution du nouveau droit de propriété, intellectuelle dans cette circonstance.

Même s'il est difficile de définir avec certitude la date de naissance exacte du droit d'auteur, il est évident qu'elle est la conséquence de la nouvelle possibilité de reproduction mécanique et de la capacité croissante de diffusion des informations. Ce n'est pas un hasard si les premières traces d'un archétype de ce droit renvoient à deux sociétés mercantiles, la République de Venise (1474) et l'Angleterre (1484), caractérisées par une grande sensibilité commerciale et prêtes à saisir rapidement les nouvelles occasions de profit³⁷.

Après ces débuts, le nouveau droit de propriété intellectuelle évolue lentement, suivant paresseusement la poussée inertielle de la technologie et occasionnellement manipulé par le pouvoir politique et les corporations qui en font un outil de contrôle et de censure. Les spécialistes s'accordent tous cependant pour affirmer

que plus que d'un « droit des auteurs », il s'agit en réalité d'un « droit des éditeurs et des libraires » visant à protéger les intérêts monopolistiques de cette catégorie commerciale³⁸. Cette opinion doit être clairement soulignée et n'est pas sans intérêt, car elle explique les caractéristiques structurelles du droit et sa manière d'œuvrer sur le marché.

Le long parcours évolutif du droit d'auteur est articulé : il passe par les transformations sociales et économiques qui ont caractérisé l'histoire de la société occidentale au cours des cinq derniers siècles³⁹. C'est néanmoins la dynamique des XIX^e et XX^e siècles, amorcée par la révolution industrielle, qui confère une extraordinaire impulsion évolutive au droit. Les nouvelles inventions – la photographie, la phonographie, la cinématographie, puis la radiophonie et la télévision – lancent les marchés de masse des biens information et transforment la figure de l'auteur en producteur d'informations qui agit sur le marché en fonction des incitations que celui-ci procure.

Au cours de cette période, l'économie des biens informationnels semble destinée à un succès éternel, grâce en partie aux synergies qui se créent entre les marchés de la reproduction et ceux de la communication. Les premiers fournissent souvent les contenus aux seconds, obtenant en échange une promotion formidable avec comme effet collatéral non négligeable d'orienter les préférences des consommateurs. C'est l'avènement de l'ère de l'*entertainment* dont le droit d'auteur est en quelque sorte le promoteur (Silva et Ramello, 1999).

Néanmoins, au seuil de la « société de l'information », la technologie qui a permis cette phase d'expansion procure dialectiquement, *deus ex machina*, les outils pour enfreindre les règles du jeu économique, voire l'altérer radicalement. De nouveaux outils de reproduction des informations et de diffusion – avec l'Internet et l'ordinateur en tête – sont introduits sur le marché grand public, remettant en cause l'équilibre des marchés de l'information et les marchés eux-mêmes.

Or, si nous comparons les faits brièvement décrits avec le développement de la pensée économique, nous observons que celle-ci a accompagné les faits avec des études hétérogènes et non systématiques, sans aboutir à la création d'une véritable théorie

économique du droit d'auteur¹⁴⁰. Cette situation est en partie liée à la reconnaissance objective que les droits de propriété intellectuelle n'ont eu pendant très longtemps qu'un rôle marginal dans la définition de la société moderne et sur les marchés. Ils sont longtemps restés dans l'ombre, même lorsque leur rôle a acquis une importance majeure pour les secteurs de la production.

Le droit d'auteur en particulier, du fait de son appartenance au monde romantique des arts, est demeuré dans le crépuscule scientifique. C'est pourquoi la littérature produite bien au-delà de la Seconde Guerre mondiale est assez pauvre et fragmentaire. Les essais que l'on trouve appartiennent généralement à des spécialistes qui se sont penchés sur le thème de façon épisodique, souvent par « divertissement » – dans la pleine acception latine du terme – des thèmes économiquement importants, presque comme s'il s'agissait d'une façon de s'évader de leur activité scientifique habituelle. D'où l'absence fondamentale d'une théorie organique sur l'analyse économique du droit d'auteur. Le droit d'auteur n'a commencé qu'assez récemment à attirer l'attention du courant économique majoritaire et ce, pour deux raisons : la croissance en termes de volume et de chiffre d'affaires des secteurs impliqués et l'apparition de faits venant troubler l'équilibre traditionnel des marchés, sollicitant des initiatives de différente nature de la part de ceux que nous pourrions synthétiquement définir comme les dépositaires d'enjeux du droit d'auteur¹⁴¹.

Alors que la rubrique « bien protégé par le droit d'auteur » a commencé à se tailler une place croissante dans la comptabilité nationale de certains pays, attirant l'attention des observateurs¹⁴², l'avènement de la reprographie (les photocopies), de l'informatique et des réseaux, et donc des possibilités accrues de duplication et de diffusion des informations, a suscité de la part des dépositaires d'enjeux du droit d'auteur une forte activité de lobbying ayant pour but de protéger les biens de propriété intellectuelle dans ce nouveau contexte technologique avec des retombées importantes sur l'activité normative internationale et nationale (Ryan, 1998; Christie, 1996).

Il est intéressant d'observer que la littérature économique suit *grosso modo* la même dynamique que les activités économiques et normatives. Discontinue et sporadique jusqu'aux an-

nées quatre-vingt, elle connaît par la suite un nouvel essor avec le commencement d'une phase scientifique qui subira une autre accélération vers la fin des années quatre-vingt-dix. En réalité, ce dernier chapitre de l'histoire de la pensée économique reste encore en grande partie à être écrit. Il est actuellement en cours de préparation, les revues scientifiques ayant des délais de sélection et publiant les articles avec un certain retard.

Ce texte a été rédigé dans le but d'apporter des éléments permettant de combler certaines lacunes de la théorie économique du droit d'auteur et fait explicitement référence à plusieurs travaux récemment publiés par l'auteur sur ce sujet (Ramello, 2001, 2002, 2003, 2004a, 2004b ; Silva et Ramello, 1999, 2000). Il essaie d'une part de fournir un paradigme théorique de référence solide et, d'autre part, de conduire l'analyse dans des domaines jusqu'à présent négligés dans la plupart des contributions. L'approche qui guide ce texte, comme référence de départ tout du moins, est celle de l'analyse économique du droit. Cette méthode, née à Chicago et universellement connue sous le nom de *Law and Economics*, doit son existence à Richard A. Posner. Elle permet d'appliquer les concepts de rationalité économique et d'efficacité à l'étude des normes (Posner, 1992). C'est donc l'approche la plus appropriée pour étudier ce sujet.

Le texte essaye de donner au lecteur trois perspectives dans lesquelles l'analyse peut être menée. Elles sont d'une certaine façon indépendantes et distinctes mais complémentaires, en ayant pour dénominateur commun le fait de s'intéresser à l'analyse économique du droit d'auteur.

Le droit d'auteur dans l'histoire de la pensée économique

Ce premier paragraphe présente une brève reconstitution de ce qui pourrait être défini comme l'histoire de la pensée économique du droit d'auteur *lato sensu*. Le parcours suivi s'avère utile, tant pour la construction d'une théorie économique organique du

droit d'auteur que pour déterminer les contradictions ou lacunes fondamentales dans la doctrine qui serviront de prétexte pour les enquêtes suivantes.

L'essai commence par une contribution fondamentale dans l'analyse économique des droits de propriété, celle de John Locke qui, par le biais de la théorie du *labour-mixing*, à laquelle adhère la théorie postérieure de la « valeur-travail », fournit la base conceptuelle pour la théorie des droits de propriété intellectuelle. Les contributions suivantes sont celles d'Adam Smith et, surtout, de Jeremy Bentham (1839, p. 71⁴³) qui, dans son *Manuel d'économie*, formule *ante litteram* la théorie des biens publics et propose une solution à la Coase : « *which one man has invented, all the world can imitate. Without the assistance of the laws, the inventor would almost always be driven out of the market by his rival, who finding himself, without any expense, in possession of a discovery which has cost the inventor much time and expense, would be able to deprive him of all his deserved advantages, by selling at a lower price* ». Cette théorie fondamentale représente la première énonciation claire de la thèse de l'« incitation à créer », adoptée d'une manière extensive par la théorie économique néo-classique et très peu contredite si ce n'est récemment, à l'exception de Karl Marx qui fut le premier à pressentir l'effet déterministe qu'un tel système pouvait avoir sur les activités créatives, en les poussant dans un processus progressif de réification (Drahos, 1996).

Alors qu'au cours de la période qui suit le débat juridique et éthique sur le droit d'auteur se fait intense et enflammé⁴⁴, ce n'est que tardivement au cours du xx^e siècle que l'analyse économique reprend ce thème en la personne de l'un des représentants les plus illustres de l'époque, Sir Arnold Plant, doyen de la London School of Economics. Plant publie deux contributions fondamentales sur le sujet (1934, 1953), annonçant une vision du droit d'auteur que nous pourrions qualifier d'« hétérodoxe ». En particulier, il soulève clairement une gêne conceptuelle qui empêche d'approuver aveuglément un droit garantissant un pouvoir de monopole à certains acteurs. Il propose une acceptation éclairée du droit d'auteur ayant recours à de nombreux remèdes libéraux pour atténuer les rentes et limiter les effets négatifs.

Cette position d'acceptation « raisonnée » et non pas fidéiste du droit d'auteur, ayant bien à l'esprit les effets collatéraux négatifs du droit qui impliquent par conséquent une évaluation des coûts/bénéfices, est confirmée par les contributions de Hurt (et Schuchman qui termine l'article à la mort de Hurt, 1966) et de Breyer (1970). Celui-ci, en conclusion de sa contribution lucide et critique, affirme que « l'évidence disponible aujourd'hui suggère que, si nous devons hésiter à abolir la protection fournie par le droit d'auteur, nous devons également hésiter à l'étendre ou à la renforcer » (Breyer, 1970, p. 284).

La contribution fondamentale d'Arrow (1962) se lie idéalement aux argumentations précédentes. Bien qu'axé sur les activités inventives sujettes à brevet, son raisonnement est à la base de toute la théorie économique de la propriété intellectuelle. Dans ce travail, l'économiste américain confirme la position ambiguë des droits de propriété intellectuelle qui, s'ils permettent aux inventeurs d'être rémunérés pour leur contribution, ne réussissent pas à valoriser pleinement cette contribution et risquent de pénaliser les processus de création incrémentale.

Vers le milieu des années quatre-vingt, après une période relativement calme, le débat rejaillit avec une intensité insolite, relancé par le changement technologique qui semble devoir révolutionner tous les secteurs produisant des biens informationnels. D'une part, la grande accessibilité aux systèmes de reprographie fait de la photocopie un phénomène endémique pour le secteur de l'édition et suscite de violentes inquiétudes chez les éditeurs plus que chez les auteurs. D'autre part, la nouvelle technologie numérique, qui se répand de plus en plus rapidement au cours de ces années, propage ces inquiétudes à toutes les industries de biens informationnels. L'activité de copie, qu'elle soit privée ou pirate, devient désormais le cauchemar récurrent des producteurs et, par ricochet, le point focal de l'analyse des spécialistes. Par conséquent, un courant de littérature s'occupant de l'analyse économique du droit d'auteur voit le jour au cours de cette période dans le but d'étudier les phénomènes de duplication non autorisée d'informations et de déterminer d'éventuelles indications de politique économique. C'est ainsi qu'est né l'*Economics of copying*¹⁴⁵.

À première vue, ce cadre théorique peut sembler tout au plus complémentaire et accessoire à l'étude de l'analyse économique du droit d'auteur, puisqu'on y aborde un cas spécifique, celui de la violation du droit. Pourtant, si l'on porte attention à la définition anglo-saxonne de *copy-right*, pris strictement dans le sens de droit de reproduire ou non une œuvre de l'esprit, la théorie économique du droit d'auteur doit nécessairement se confronter à l'économie de la copie. La partialité de ce type d'analyse s'explique par les limites de la doctrine du *common law* comparée à celle du droit civil, qui représente en soi une simplification du problème et procure des résultats qui peuvent être discutables sur un plan général.

Par ailleurs, un certain nombre de contributions de ce courant (Johnson, 1985; Novos et Waldman, 1984; Landes et Posner, 1989) adoptent explicitement la thèse benthamienne de la nécessité du droit comme seule incitation possible à créer. Sa violation et l'affaiblissement conséquent du monopole sont par la suite évalués en termes de bien-être. Il est intéressant de noter que, dans l'ensemble, les différents résultats obtenus par chacun de ces travaux semblent indiquer qu'il n'est pas possible d'obtenir de résultats généraux, puisque chaque situation requiert une intervention spécifique. Si l'on introduit, par exemple, l'effet de traction occasionné par la consommation de produits dupliqués sur la demande d'originaux, on remarque non seulement qu'un droit d'auteur limité et sa violation modérée ont un aspect positif sur le marché, mais que les profits mêmes des entreprises augmentent en fonction de ces violations (*cf.* Liebowitz, 1985 et 1986; Besen 1986; Takeyama, 1994). Ce qui, en réalité, semble affaiblir considérablement la valeur du droit d'auteur entendue comme institution juridique universellement et uniformément appliquée.

À partir de là, la littérature est fragmentaire et assez floue. Il est donc difficile d'assembler les morceaux et d'indiquer les nouveaux courants de développement et les nouvelles directions de recherche, là où la technologie du cadre de la reproduction, d'un « *copy-right* » justement, se déplace vers celui de la communication, dans lequel un droit de copie peut éveiller quelques perplexités.

Face à un scénario assez confus et *in fieri* comme celui qui prévaut actuellement, certaines contributions « avant-gardistes »

tentent cependant de décrire et d'interpréter ce contexte confus pour en tirer d'éventuelles prescriptions opérationnelles de politique économique. Étant donné leur hétérogénéité en matière de méthodologie, qualité et application, il n'est pas simple d'indiquer ceux qui sont destinés à avoir un impact décisif sur la pensée économique.

Or, s'il est encore tôt pour dresser un bilan de la pensée économique, il est possible de décrire sommairement les directions que les spécialistes prennent, même lorsqu'elles ne concernent qu'indirectement la sphère du droit d'auteur et de la propriété intellectuelle.

Deux dimensions en particulier ont été examinées. Il existe d'un côté un courant de littérature qui s'occupe de la propriété intellectuelle de manière implicite, en étudiant les phénomènes de partage de l'information (Ramello, 2001⁴⁶). La thèse qui en découle de façon assez uniforme soutient que la duplication d'informations, et en règle générale le partage des informations, peut avoir des effets bénéfiques tant sur les consommateurs que sur les producteurs. Le deuxième courant de contributions, pour la plupart en version provisoire et non publiée⁴⁷, tente de tirer des indications normatives de l'étude d'une phénoménologie qui semble tout simplement contredire toute la précédente théorie économique de la propriété intellectuelle et l'argument de l'incitation à créer. L'occasion de cette réflexion est offerte par le mouvement Open Source qui a produit au cours de la dernière décennie un nombre croissant de logiciels caractérisés par le fait qu'on ne peut se les approprier par le biais des droits de propriété intellectuelle et en raison de l'obligation pour les auteurs de laisser le listage d'origine du programme vide (code source libre), afin de favoriser les processus de création incrémentale.

L'itinéraire construit révèle cependant une caractéristique qu'il est utile de signaler : l'analyse économique du droit d'auteur se développe exclusivement dans le monde anglo-saxon. Cette particularité rend en soi le parcours théorique « orienté », dans le sens qu'il privilégie la façon de voir de l'école du *common law* négligeant, par exemple, de façon fondamentale les éléments extra-économiques du droit d'auteur qui ont pesé sur la dimension économique et qui représentent un élément non négligeable du

droit. Ceux-ci ont suscité en règle générale une plus grande attention dans les systèmes de droit civil qui ont introduit dans le droit d'auteur les soi-disant « droits moraux ». Dans les contributions proposées, en revanche, cet élément est totalement négligé. De surcroît, l'interprétation qui est donnée des activités créatives les assimile fondamentalement à une sorte de fonction de production dont les œuvres de l'esprit sont le résultat. Le contexte social n'a aucune importance dans ces activités. De même, aucune autre variante non économique pouvant cependant appartenir à la fonction d'utilité des créateurs (pensons par exemple à la renommée) n'entre en ligne de compte¹⁴⁸. Cette orientation peut et doit être remise en cause, sous peine de motiver les seules activités créatives qui répondent le mieux aux stimulations économiques.

***Pelle sub agnina latitat mens sæpe lupina :*
droit d'auteur entre créativité et marché**

La revue critique effectuée dans la partie précédente a démontré l'existence d'un saut culturel entre les vertus d'incitation que la théorie économique attribue au droit d'auteur et les conséquences réelles de ce dernier sur les contextes créatifs. Le présent paragraphe s'intéresse au rapport entre les incitations économiques et la valeur des biens informationnels, sur la structure du droit et les relations entre les agents économiques. Il soutient que les intentions déclarées par le droit d'auteur souvent ne permettent pas, en réalité, d'obtenir les objectifs recherchés à cause de vices structurels des mécanismes dessinés. Dans la théorie économique élaborée jusqu'ici, la relation déterministe entre droits de propriété, configuration du marché et comportements économiques a en effet été négligée. La prise en compte de cette relation peut renverser les résultats analytiques; la conjoncture peut donc être bien représentée par l'adage latin de l'incipit: « Un esprit de loup se cache souvent sous la peau de l'agneau ». Le système du droit d'auteur, pris dans son sens large, pose de sérieux problèmes d'efficacité.

La prise en compte, par exemple, de la dichotomie entre la valeur d'échange, définie par le marché, et la valeur d'utilisation, attribuée par la société dans son ensemble, permet de relire la théorie de l'incitation sous un autre angle et de définir un effet dynamique du droit d'auteur sur le type d'idées créées. La rémunération au titre du droit ne tient compte que de la valeur d'échange et lèse donc la création de toute idée dont la valeur d'utilisation ne coïncide pas avec la valeur d'échange. Ceci implique que l'échec du marché des idées n'est pas nécessairement résolu puisque seuls certains types de nouvelles idées sont créés, à moins de vouloir affirmer que le marché sélectionne toujours les idées dont la valeur d'utilisation est la plus élevée et donc de réaliser la dangereuse équation *société = marché*.

Un malentendu du même ordre s'est vérifié en raison de l'absence de prise en considération de la réalité des contextes créatifs par rapport à leur représentation simplifiée que la théorie réalise : on néglige, par exemple, le fait que les auteurs sont une entité faible comparés aux éditeurs. Le droit devrait donc être écrit en tenant compte des asymétries existantes. Ce qui n'est pas le cas. Au contraire, la structure du droit est réalisée sans tenir compte des prescriptions de la théorie des mécanismes : les frais auxquels doivent faire face les créateurs n'ont aucun rapport avec la structure de l'incitation. De même, le droit est uniforme par rapport aux différentes idées créées et la position des auteurs est affaiblie par un droit économique aliénable dans un marché caractérisé par de fortes asymétries d'information qui les rend vulnérables dans les processus de négociation. Un tel droit semble donc trahir des objectifs bien différents de ceux déclarés et révèle une prédisposition particulière à servir des comportements de type *rent-seeking*, qui ont le double effet d'injecter de l'efficacité tant du côté de la consommation (en rationnant la demande) que du côté de la production, en raison du gaspillage structurel des ressources (Tollison et Congleton, 1995).

En définitive, pour atteindre les objectifs préétablis par les adeptes du droit d'auteur, on souligne le besoin de réaliser un système d'incitation bien différent de celui existant, qui ne soit ni absolu ni guidé idéalement par les prescriptions d'Amartya Sen sur les droits de propriété (1988) :

- 1) « Même si les droits de propriété sont de valeur intrinsèque, leur violation peut être justifiée sur le terrain des conséquences favorables, puisque les intérêts privés ne doivent jamais prévaloir sur ceux publics qui légitiment l'institution du droit lui-même – si ce n'est pour des raisons fonctionnelles et contingentes. L'évaluation *ex-post* de la manière d'œuvrer du droit d'auteur sur le marché et dans la société permet de définir ces prévarications et le manque d'efficacité qui en découle. La théorie économique suggère dans ces cas-là d'affaiblir le pouvoir exclusif attribué par le droit aux titulaires, bien que cette violation puisse encore être contrecarrée par des argumentations de caractère éthique. » (Sen, 1988, p. 63.)
- 2) « Aucune évaluation morale d'un droit ne peut être indépendante de ses conséquences probables. » (Sen, 1988, p. 59.)

Droit d'auteur, concurrence et antitrust

Cette troisième partie concerne l'étude des relations qu'entretiennent les deux corps normatifs : les lois sur la protection de la concurrence et les lois sur la protection du droit d'auteur. En réalité, elles sont liées par un objectif commun, encourager la réalisation du bien-être collectif, par le fait qu'elles agissent sur les comportements des agents économiques. La comparaison, néanmoins, sert à démontrer qu'il existe des interférences entre l'administration des deux lois, provoquées fondamentalement par le lien intime que le droit d'auteur, en tant que droit de propriété, a avec le marché et le comportement des individus. De ce point de vue, on découvre alors que le droit d'auteur va bien au-delà de la simple protection des intérêts des auteurs et des éditeurs. Il façonne les marchés, détermine leur organisation industrielle et procure des résultats compétitifs qui sont structurellement inefficients – au sens statique tout du moins – et dont la sanction au moyen des réglementations antitrust est incohérente, à moins de vouloir

remettre en cause l'équilibre de droits de propriété, c'est-à-dire le droit d'auteur lui-même.

Globalement, les difficultés de l'analyse renvoient à la présence simultanée dans les deux normes d'éléments de convergence et d'éléments d'antinomie, rendant incertain le bilan final. La convergence est affirmée par l'« objectif commun d'encourager l'innovation et d'augmenter le bien-être collectif⁴⁹ » : les lois sont en effet dans les deux cas guidées par les principes microéconomiques d'efficacité allocative. Dans ce sens, le droit d'auteur et les réglementations antitrust sont également orientés vers la maximisation du bien-être collectif. Or, alors que les lois antitrust essaient d'atteindre l'objectif grâce à la suppression des pratiques restrictives de la concurrence, le droit d'auteur poursuit l'objectif de façon opposée, en créant des monopoles légaux et en altérant le paradigme concurrentiel.

La thèse nouvelle soutient donc l'idée selon laquelle la structure engendrée par les droits de propriété intellectuelle est cruciale pour les évaluations antitrust, puisqu'il existe une relation déterministe entre les droits de propriété d'un côté et la structure de marché et la concurrence de l'autre. En particulier, l'analyse doit adopter un point de vue différent : la loi antitrust sanctionne, *ex-post*, les comportements qui violent le droit de la concurrence. Or l'action antitrust a pour objectif de décourager les comportements incompatibles avec le jeu concurrentiel.

Cependant, si les marchés examinés ne sont ni efficaces ni concurrentiels en raison d'un équilibre institutionnel donné, défini *ex lege*, la question et son interprétation deviennent plus ambiguës. Cela semble être le cas spécifique du droit d'auteur qui, en définissant un système précis d'incitations et de barrières à l'entrée, donne lieu à une structure de marché caractérisée par des comportements et des résultats qui éloignent de l'efficacité et de la concurrence. Dans ce genre de marchés, par exemple, la concurrence ne porte pas sur les prix. Par conséquent, le principe de différenciation minimale entre en vigueur, avec des effets négatifs sur le bien-être. La structure industrielle est normalement celle d'un oligopole fortement concentré. Par ailleurs, certaines caractéristiques particulières, telles la présence d'externalités de réseau de la part de la demande et d'inertie liée au stock de la

part de l'offre, faussent ultérieurement le jeu compétitif. Tous ces aspects compromettent de maintes façons l'existence d'une concurrence parfaite ou d'une course à l'innovation à la Schumpeter dans laquelle s'opposent de nombreux producteurs d'idées. Mieux, la configuration de ces marchés a tendance à favoriser les investissements commerciaux, qui encouragent l'émergence de positions dominantes, au détriment des investissements créatifs. En règle générale donc, si l'on opère une analyse coûts/bénéfices, le résultat du droit d'auteur en terme de bien-être est plus incertain que ce qu'affirme la théorie économique traditionnelle de la propriété intellectuelle.

L'antitrust peut faire quelque chose pour rééquilibrer la situation décrite. Il peut, par exemple, éviter que l'exercice du droit d'auteur, avec les effets collatéraux négatifs, s'étende excessivement, même là où il n'est pas nécessaire. Toutefois, il semble qu'une contradiction de fond apparaisse entre normes différentes, nées dans des contextes historiques et économiques profondément différents et opérant de façon totalement différente.

D'un côté, le droit d'auteur régite le marché en introduisant, comme solution pour atteindre son objectif d'accroissement du bien-être, des incitations et des contraintes qui atténuent la concurrence mais qui représentent un pis-aller. De l'autre, la loi sur la protection de la concurrence et l'action antitrust essaient d'orienter les marchés vers leur solution de *first best*, en éliminant tous les obstacles possibles à la concurrence. Cette diversité structurale crée une dialectique apparemment insoluble entre les deux normes. Certaines caractéristiques spécifiques des biens informationnels et certaines incitations spécifiques procurées par le droit d'auteur déterminent dans ce domaine l'apparition de comportements inefficients. Par ailleurs, dans le cas où l'on jugerait leur nature illégale, leur sanction par l'autorité antitrust aurait des effets incertains sur les dynamiques concurrentielles, alors qu'elle se répercuterait sans l'ombre d'un doute sur le système d'incitations mis en place par le droit d'auteur en l'altérant. Il est possible, dans certains cas, d'avoir recours à la doctrine de la facilité essentielle (*essential facility*) pour effectuer des interventions ciblées, mais cette pratique constitue une violation des droits de propriété et s'oppose en cela au droit d'auteur¹⁵⁰.

Par ailleurs, la dimension nationale de l'action antitrust est en conflit avec la dimension internationale des industries du droit d'auteur. Elle soulève donc un problème d'inconsistance entre les outils et les possibilités d'intervention.

De ce point de vue, une politique antitrust acceptable dans les secteurs des biens informationnels semble être celle d'une intervention minimale, contingente et non systématique, qui n'oriente pas le changement technologique et qui ne propose pas de système d'incitations différent et contradictoire.

Références bibliographiques

Arrow, K.J., « Economic welfare and the allocation of resources for invention », *The rate and direction of incentive activity. Economic and social factors*, Princeton University Press, 1962.

Bentham, J. (1839), « A manual of political economy », in *3 Works of Jeremy Bentham*, Jay Browning, 1962.

Besen, S.M., « Private copying, reproduction costs, and the supply of intellectual property », *Information economics and policy*, 1986, 2, pp. 5-22.

Breyer, S., « The uneasy case for copyright : a study of copyright in books, photocopies and computer programs », *Harvard law review*, 1970, 84, pp. 281-351.

Christie, A., « Reconceptualising copyright in the digital era », *European intellectual property review*, 1995, 11, pp. 522-530.

Cotter, T.F., « Intellectual property and the essential facility doctrine », in *The antitrust bulletin*, 1999, 44, pp. 211-250.

Dasgupta, P. et David, P., « Towards a new economics of science », *Research policy*, 1994, 23, 5, pp. 487-532.

Demsetz, H., « Toward a theory of property rights », *American economic review (Proceedings)*, 1967, 57, pp. 347-359.

Drahos, P., *A philosophy of intellectual property*, Dartmouth, Aldershot, 1996.

Federal Trade Commission and Department of Justice, *Antitrust guidelines for the licensing of intellectual property*, 1995.

Françon, A., « Le droit d'auteur au-delà des frontières : une comparaison des conceptions civiliste et de common law », *Revue internationale du droit d'auteur*, 1991, 149, pp. 3-33.

Goldstein, P., *Copyright's highway*, New York, Hill and Wang, 1994.

Hurt, R.M. et Schuchman, R.M., « The economic rationale of copyright », *American economic review*, 1966, 56, pp. 421-432.

Johnson, W.R., « The economics of copying », *Journal of political economy*, 1985, 93, 1, pp. 158-174.

Landes, W.M. et Posner, R.A., « An economic analysis of copyright law », *Journal of legal studies*, 1989, 18, pp. 325-363.

Liebowitz, S.J., « Copying and indirect appropriability : photocopying of journals », *Journal of political economy*, vol.93, 1985, 5, pp. 945-957.

Liebowitz, S.J., « Copyright law, photocopying, and price discrimination », *Research in law and economics*, 1986, 8, pp. 181-200.

Merges, R., « The economic impact of intellectual property rights : an overview guide », *Journal of cultural economics*, 1995, 19, pp. 103-107.

Novos, I.E. et Waldman, M., « The effects of increased copyright protection : an analytic approach », *Journal of political economy*, 1984, 92, 21, pp. 236-246.

Patterson, L.R., *Copyright in historical perspective*, Nashville, Vanderbilt University Press, 1968.

Plant, A., « The economic aspects of copyright in nooks », *Economica*, maggio 1934, 1, pp. 167-195.

Plant, A., *The new commerce in ideas and intellectual property*, University of London, London, Athlone Press, 1953.

Posner, R.A., *Economic analysis of law*, Boston, Little Brown and Co, 1992.

Ramello, G.B., « Napster et la musique en ligne. Le mythe du vase de Pandore se répéterait-il ? », *Réseaux*, 2001, 19, pp. 131-154.

Ramello, G.B., « Author's right, copyright and the market », *Revue MIF, Management, information et finance*, 2002, 2, pp. 26-45.

Ramello, G.B., « Copyright and antitrust issues », in Gordon, W.E., Watt, R. (eds), *The economics of copyright: developments in research and analysis*, Cheltenham-Northampton, Edward Elgar, 2003.

Ramello, G.B., « *Pelle sub agnina latitat mens sæpe lupina* : copyright in the marketplace » in Josselin, J.-J. et Marciano, A. (eds), *Law and the state. A political economy approach*, Cheltenham-Northampton, Edward Elgar, 2004a.

Ramello, G.B., « Intellectual property and the markets of ideas », in Backhaus, J. (ed.), *The Elgar companion in law and economics*, Cheltenham-Northampton, Edward Elgar, 2004b.

Ryan, M.P., *Knowledge diplomacy: global competition and the politics of intellectual property*, Washington, DC, Brookings Institutions Press, 1998.

Sen, A., « Property and hunger », *Economics and philosophy*, 1988, 4, pp. 57-68.

Silva, F. et Ramello, G.B., *Dal vinile a Internet: Economia della musica tra tecnologia e diritti*, Torino, Fondazione Giovanni Agnelli, 1999.

Silva, F. et Ramello, G.B., « Sound recording market : the ambiguous case of copyright and piracy », *Industrial and corporate change*, 2000, 9, 3, pp. 415-442.

Siwek, S.É., *Copyright industries in the US economy. The 2002 report*, Washington, DC, International intellectual property alliance, 2002.

Strowel, A., *Droit d'auteur et copyright*, Bruxelles, Bruylant : Paris, LGDJ, 1993.

Takeyama, L.N., « The welfare implications of unauthorized reproduction of intellectual property in the presence of demand network externalities », *Journal of industrial economics*, 1994, 17, 2, pp. 155-165.

Tollison, R.D. et Congleton, R.D. (eds.), *The economic analysis of rent seeking*, Aldershot, Elgar, 1995.

Ulmer, É., *Copyright and industrial property*, Dordrecht-Boston, Martinus Nijhoff, 1987.

Watt, R., *Copyright and economic theory : Friends or foes ?* Cheltenham-Northampton, Elgar, 2000.

Chapitre 6

L'évaluation de l'efficacité des bibliothèques universitaires en France¹⁵¹

Chapitre 6

L'évaluation de l'efficacité des bibliothèques universitaires en France

par Sun-Ae Kim, Salah Dalhoumi et Ahmed Silem

Introduction

Les bibliothèques universitaires participent à la médiation culturelle de manière inséparable de leurs objectifs scientifiques de développement des connaissances. Une approche bibliothéconomique consiste alors beaucoup moins à mesurer le degré de réalisation des objectifs (efficacité) qu'à tenter de donner une idée des coûts, par une analyse comparative (*benchmarking*), pour proposer des solutions efficaces. De ce point de vue, il existe diverses approches de l'évaluation des bibliothèques universitaires. L'analyse des indicateurs partiels est l'approche la plus élémentaire, mais aussi la plus simple à mettre en œuvre. Le problème de cette approche réside dans la difficulté de trouver une mesure de l'efficacité globale.

L'analyse de l'efficacité grâce à l'introduction de fonction de production constitue une alternative plus ambitieuse par rapport à ces indicateurs (Badillo et Simon, 1999; Goudrian et Mooleenaar, 1995). Cependant les analyses par fonction de production ne pourront pas donner des résultats satisfaisants car, d'une part, le service public n'est pas guidé par le souci de maximisation du profit et, d'autre part, le personnel n'est pas rémunéré en fonction de sa productivité (Gavrot, 1993). Ces conditions de sous-optimalité d'utilisation des *inputs* renforcent l'attractivité de la méthode

d'analyse dite DEA (*Data envelopment analysis*) qui s'applique aisément aux institutions non marchandes (Johnes, 1993).

Cette méthode non paramétrique, proposée par Charnes, Cooper et Rhodes en 1978, permet d'estimer la frontière d'un ensemble de production et s'applique à des cas de technologies multi-facteurs et multi-produits. Son application rend possible de discerner les facteurs d'efficacité et les facteurs d'inefficacité (Chen, 1997; Mann, 1997; Vitaliano, 1998; Shim, 1999; Hammond, 2000). Les études empiriques consultées confirment clairement l'utilité de ce modèle en bibliothéconomie.

La première section de ce chapitre présente la méthode retenue. Puis le système d'évaluation de l'efficacité des bibliothèques, les *inputs* et les *outputs* utilisés seront exposés. La section suivante est consacrée aux résultats de différentes mesures d'efficacité des bibliothèques. Pour finir, la question des sources et du niveau de l'inefficacité des bibliothèques sera abordée.

Présentation de la méthode retenue

L'objet de cette section est la présentation de la méthode DEA qui permet d'évaluer l'efficacité des bibliothèques. Dans la méthode DEA, l'efficacité est définie par le ratio d'une somme pondérée des *outputs* sur une somme pondérée des *inputs*. Les pondérations sont celles qui donnent le meilleur résultat pour l'unité considérée. L'idée de base est donc la suivante :

Pour chaque unité décisionnelle (*decision making unit* : DMU¹⁵²)

k :

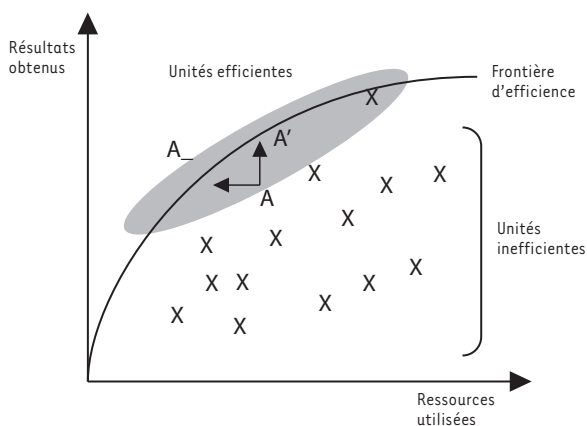
Maximiser E

Sous la contrainte : $E \leq 1$, pour toutes les DMU de la pondération considérée.

Toutes les pondérations sont positives.

Aucun niveau d'efficacité pour aucune unité décisionnelle n'exède 1, lorsque l'on utilise les mêmes pondérations. La valeur fait apparaître chaque unité aussi performante que possible. Les unités sur la frontière ont une efficacité égale à 1. Les unités inefficaces ont une valeur d'efficacité < 1 .

Figure 1 - La mesure des performances par la méthode DEA



La figure 1 représente les résultats de l'efficacité obtenus par le modèle DEA. Les unités qui sont sur la frontière sont efficaces, les unités qui se situent en dessous de la frontière sont inefficaces. On constate que l'unité A, par exemple, est moins performante que l'unité A', puisqu'elle utilise autant de ressources pour obtenir des résultats inférieurs. Dans ce cas, on dira qu'elle a deux possibilités pour devenir une unité efficace : soit augmenter des *outputs* (résultats) par rapport aux *inputs* (ressources) consommés (jusqu'au niveau de l'unité A'), soit diminuer des *inputs* par rapport aux *outputs* (jusqu'au niveau de l'unité A).

En ce qui concerne l'évaluation des bibliothèques, l'intérêt particulier de cette méthode est le suivant :

- en employant de multiples *inputs* et *outputs*, la méthode DEA est capable de produire une seule mesure qui indique un degré d'efficacité de chaque bibliothèque relatif à un groupe désigné ;

– la méthode DEA permet d'identifier toutes les faiblesses perçues dans un *input* utilisé ou un *output* produit et d'offrir une indication sur les possibilités en augmentant les *outputs* et/ou en réduisant les *inputs* d'une bibliothèque inefficace afin qu'elle devienne efficace.

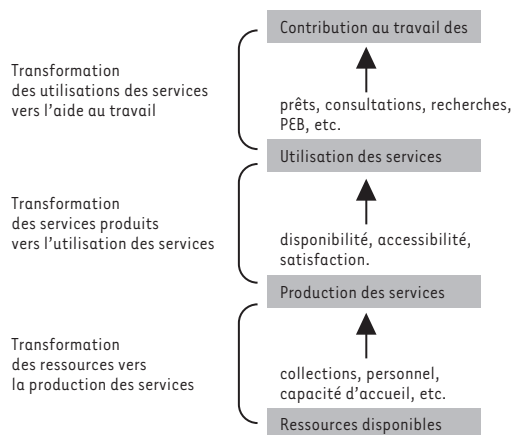
Du point de vue méthodologique, cette recherche s'est inspirée du travail de Banker et Morey (1986). Alors que le modèle standard DEA ne permet pas de tenir compte des facteurs exogènes, ces deux auteurs ont développé une méthodologie permettant d'en inclure dans la méthode DEA.

Élaboration d'un système d'évaluation des bibliothèques

En ce qui concerne l'évaluation de l'efficacité des bibliothèques universitaires, nous envisageons un processus en trois étapes, dans la production et l'utilisation de leurs services (Easun, 1992; Vitaliano, 1998; Worthington, 2000): I) la transformation des ressources disponibles vers la production des services; II) la transformation des services produits vers l'utilisation de ces services; III) la transformation de l'utilisation des services vers l'aide du travail des étudiants et de la recherche dans une université.

Comme le montre la *figure 2*, l'activité d'une bibliothèque universitaire est basée sur des ressources disponibles et a pour objet de contribuer au travail des étudiants et à la recherche dans l'université.

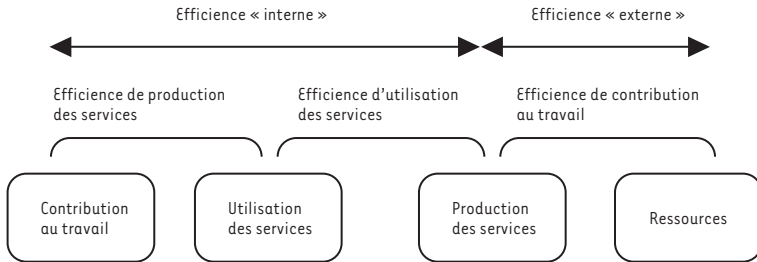
Figure 2 - Structure de production et d'utilisation des services dans la bibliothèque universitaire



À partir de ce processus en trois étapes, nous avons développé un système d'évaluation pour mesurer les efficacités des bibliothèques universitaires. La *figure 3* schématise notre démarche méthodologique. Sa structure principale en quatre dimensions comporte : a) les ressources disponibles ; b) la production des services ; c) l'utilisation des services ; d) la contribution au travail des étudiants.

L'évaluation de l'efficacité des bibliothèques est donc conduite séparément pour chacune de ces quatre dimensions parce que les caractéristiques de fonctionnement et les mécanismes de détermination des efficacités sont différents selon le type de dimension. Chaque dimension a une série d'*inputs* et d'*outputs* spécifiques qui représentent des caractéristiques productives différentes. Ce modèle des étapes multiples permet de viser à l'efficacité de la bibliothèque au niveau multidimensionnel.

Figure 3 - Système d'évaluation des bibliothèques universitaires



L'efficience en général, comme la notion de productivité, met en relation une offre de services (production de services) et des facteurs de production (ressources). Notre approche permet de définir deux critères d'efficience : l'efficience « interne » et l'efficience « externe ». Dans un premier cadre d'analyse, l'efficience des bibliothèques est uniquement mesurée par l'activité interne. En revanche, dans une deuxième analyse, l'efficience est envisagée dans un rapport entre le degré d'utilisation des services et celui de l'accomplissement du travail des étudiants. Production et utilisation de services sont donc ici distinguées dans la mesure où, par exemple, l'entrée de nouvelles monographies, le désherbage, la réalisation d'un nouveau catalogue sont des productions qui n'impliquent pas leur utilisation simultanée.

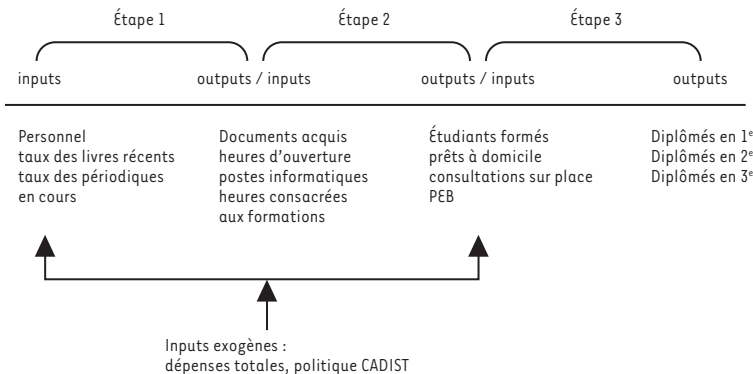
Dans cette analyse, les *inputs* et les *outputs* de chaque étape s'enchaînent mutuellement avec ceux de l'étape précédente ou ceux de l'étape suivante, puisque les *inputs* d'une étape résultent de la transformation des *outputs* de l'étape précédente. Les deux facteurs exogènes sont pris en compte dans ce travail, à savoir la politique CADIST¹⁵³ et les dépenses totales hors personnel. L'idée de base consiste à considérer l'influence des facteurs exogènes sur l'efficience. Il est nécessaire de prendre en compte des facteurs politiques et économiques dans l'évaluation de la bibliothèque (McKee, 1989 ; Vitaliano, 1998 ; Worthington, 1999 et Hammond 2000). Ces deux facteurs exogènes interviennent donc comme *input* fixé dans les deux premières étapes. Au niveau de l'application de ces facteurs, pour la politique CADIST, un écart en termes de dépenses documentaires entre les bibliothèques universitaires et les CADIST est utilisé. Il s'agit de les différencier

en leur attribuant respectivement un poids différent, puisque les CADIST reçoivent chaque année une subvention documentaire spécifique en complément de leur dotation de fonctionnement. Puis le niveau des dépenses totales hors personnel de chaque bibliothèque est normalisé en divisant par le niveau moyen de dépenses totales des bibliothèques retenues.

Pour ce qui est des *inputs*, les ressources humaines et matérielles sont considérées dans l'évaluation de l'efficacité en termes de production des services. Les trois variables sont donc choisies, à savoir le nombre d'employés, le taux de livres récents⁵⁴ et le taux de périodiques en cours⁵⁵.

S'agissant des *outputs*, les différents services et les mesures relatives à l'utilisation de la bibliothèque peuvent être sélectionnés. Il s'agit des « *outputs* initiaux » ainsi que des « *inputs* programmatiques », puisqu'ils seront aussi employés comme *inputs* dans une deuxième étape (Vitaliano, 1998). Quatre variables sont retenues, à savoir les heures d'ouverture des services, le temps consacré aux formations, le nombre de postes informatiques publics et les documents acquis pendant une année – y compris les périodiques imprimés et électroniques ainsi que les documents électroniques.

Figure 4 - Description des *inputs* et des *outputs*



Pour la deuxième étape, les quatre variables seront utilisées en fonction de la mesure de l'utilisation des services comme les *outputs* intermédiaires, par exemple le nombre d'étudiants formés, les prêts à domicile, les communications sur place et les prêts entre bibliothèques. Ces facteurs observables sont utilisés comme un produit final dans les études existantes sur l'évaluation de la performance des bibliothèques. Puisque, d'une manière générale, on considère que le produit final de la bibliothèque est un service de connaissances et d'informations dont la quantité et la valeur ne sont pas observables, on peut éventuellement mesurer l'efficacité de la recherche scientifique par le nombre de thèses soutenues, le nombre d'articles produits et publiés dans des revues des niveaux A, B, C et D, ou encore le nombre de brevets déposés, le nombre de prix Nobel, mais il est difficile d'attribuer une part identifiée de ces résultats aux seules bibliothèques. Toutefois, on peut retenir les résultats des étudiants à leurs examens académiques, comme par exemple le nombre de diplômés par cycle. Le fondement théorique est ici que les responsables des bibliothèques sont soucieux de s'intéresser à la relation mutuelle entre leurs activités et la réalisation du travail des étudiants dans une université. Leurs activités sont naturellement liées à la formation et à la recherche dans leur université, et permettent également d'influer positivement l'accomplissement du travail des étudiants et des chercheurs.

Résultats des estimations de l'efficience

Tendance générale de l'efficience

Cette étude est destinée à analyser les efficacités des bibliothèques universitaires en France pour deux années consécutives, 1999 et 2000. La population est principalement issue des résultats de l'Enquête statistique générale effectuée auprès des bibliothèques universitaires (dénommée Esgbu) effectuée par le ministère de

l'Éducation nationale. À partir de ces données, et en prenant en compte la disponibilité des variables nécessaires ainsi que l'homogénéité de l'échantillon, 76 bibliothèques sont retenues pour élaborer ce travail¹⁵⁶.

Dans un premier temps, leur efficience est déterminée par leur capacité à produire des services dans l'utilisation des ressources humaines et matérielles. En 1999, le niveau moyen d'efficience est de 0,896 et 36 bibliothèques (47 %) sont efficientes. Le niveau d'efficience des bibliothèques varie sensiblement de 0,541 à 1. En 2000, le niveau moyen d'efficience est plus faible qu'en 1999 avec 0,856 et le nombre de bibliothèques efficientes est également moindre avec 28 bibliothèques (37 %). Comparativement au niveau moyen d'efficience, 46 bibliothèques ont un niveau d'efficience supérieur en 2000 alors que 31 bibliothèques ont un niveau d'efficience inférieur en 1999. 24 bibliothèques sont efficientes pendant les deux années.

Dans un deuxième temps, l'efficience des bibliothèques est déterminée en termes d'utilisation des services par rapport à la production de service. En 1999, le niveau moyen d'efficience est de 0,833 et 38 bibliothèques sont jugées efficientes. En 2000, alors que le niveau moyen d'efficience diminue légèrement à 0,827, le nombre de bibliothèques efficientes reste stable. La bibliothèque la moins efficiente affiche un niveau de 0,233 en 1999 et de 0,153 en 2000. Autrement dit, les écarts dans ces évaluations entre le niveau d'efficience de la meilleure bibliothèque et celui de la dernière bibliothèque sont importants. Ces écarts sont nettement supérieurs à ceux des évaluations précédentes : 28 bibliothèques ont un niveau d'efficience inférieur en 1999 à niveau moyen, tandis que ce nombre s'élève à 32 en 2000. Dans ces analyses, 32 bibliothèques sont manifestement efficientes pendant les deux années : 84 % des bibliothèques efficientes demeurent efficientes.

Si on prend en considération la modification du nombre des bibliothèques efficientes d'une année sur l'autre, sans distinguer les différentes efficiences, 20 bibliothèques le sont en 1999. En 2000 ce nombre n'est plus que de 15. 24 bibliothèques sont évaluées efficientes en termes de production des services pendant les deux années. En revanche, dans les évaluations de l'efficience en termes d'utilisation des services, 32 bibliothèques sont efficientes

au cours de la même période. En résumé, 10 bibliothèques sont estimées efficaces dans tous les cas, à savoir quatre évaluations en deux ans. Ainsi, les bibliothèques efficaces continuent à l'être dans le temps tandis que les inefficaces restent souvent inefficaces également.

Différence de niveau d'efficacité entre les bibliothèques universitaires non CADIST et les CADIST

Il est intéressant de comparer les niveaux d'efficacité entre les bibliothèques universitaires non CADIST et les CADIST, en raison de leur différence statutaire. Si une bibliothèque universitaire est chargée de mission CADIST, elle est automatiquement considérée comme bibliothèque CADIST, sinon elle demeure une bibliothèque universitaire. Partant de ce critère, le nombre des bibliothèques CADIST n'est que de 18. Les bibliothèques universitaires sont 3 fois plus nombreuses : 58.

En s'appuyant sur cette répartition basée sur la différence du statut, on compare leur niveau d'efficacité. Au vu des résultats du *tableau 1*, ces deux types de bibliothèques montrent des niveaux moyens d'efficacité comparables, respectivement 0,897 et 0,894 pour 1999 et identiques – 0,856 – pour 2000. Les résultats obtenus indiquent qu'il n'y a pas de différence significative du point de vue de production des services entre les deux groupes de bibliothèques. En revanche, les CADIST sont nettement supérieurs aux bibliothèques universitaires en termes d'efficacité relative à l'utilisation des services. Le niveau d'efficacité des CADIST est supérieur de 6 % dans l'évaluation de 1999. Cet écart atteint 8 % dans l'évaluation de 2000. La différence semble donc augmenter.

Tableau 1 - La différence du niveau d'efficacité entre les BU non CADIST et les CADIST

Niveau d'efficacité	En termes de production de services				En termes d'utilisation de services			
	1999		2000		1999		2000	
	BU-nC	CADIST	BU-nC	CADIST	BU-nC	CADIST	BU-nC	CADIST
Niveau moyen	0,897	0,894	0,856	0,856	0,819	0,877	0,807	0,891
Nombre de BU évaluées efficaces	28	8	19	9	30	8	27	11
Nombre de BU évaluées inefficaces	30	10	39	9	28	10	31	7

Ainsi, malgré leur différence de statut, les deux types de bibliothèques ont la même efficacité dans la production des services. Par contre, il y a une différence significative entre elles en ce qui concerne l'efficacité dans l'utilisation des services. Ceci peut s'interpréter par la richesse des collections des CADIST qui renforce l'utilisation des services de ces établissements. En effet, les CADIST peuvent améliorer et augmenter leurs collections, depuis une vingtaine d'années, grâce à des subventions supplémentaires. Ces résultats expliquent les effets positifs de la politique CADIST. Toute bibliothèque spécialisée est plus performante en ce qui concerne l'utilisation de ses services.

Lien entre efficacité et dépenses documentaires

On considère que les bibliothèques disposant de crédits importants pour l'achat de documents peuvent offrir de meilleurs services à leurs usagers. Les niveaux d'efficacité des bibliothèques varient-ils en fonction de ces facteurs ?

Les bibliothèques retenues ont été réparties en cinq groupes en fonction du niveau de leurs dépenses documentaires. Celui-ci varie de 173 249 à 2 004 233 euros aussi bien en 1999 qu'en 2000.

Le niveau moyen d'efficacité des bibliothèques varie sensiblement de 0,858 à 0,924 pour 1999 et de 0,734 à 0,923 pour 2000. La différence du niveau d'efficacité dans l'analyse de 1999 est relativement proche dans l'analyse de 2000. Les niveaux d'efficacité des bibliothèques se détériorent légèrement d'une année sur l'autre. Au vu de ces résultats, les bibliothèques qui sont les plus faibles en termes de dépenses documentaires présentent les meilleures performances.

De la même façon, l'efficacité en termes d'utilisation des services s'exprime et se compare par rapport aux niveaux des dépenses documentaires. Si l'on observe les variations du niveau d'efficacité des bibliothèques, ce niveau moyen varie largement en fonction des différences des dépenses documentaires (de 0,707 à 0,959 en 1999 et de 0,667 à 0,940 en 2000). En effectuant une comparaison avec l'évaluation précédente, les différences en termes de niveau d'efficacité au sein des groupes identifiés sont relativement importantes : 0,667 à 0,959 contre 0,734 à 0,924. Les bibliothèques qui ont les plus fortes dépenses documentaires ont un niveau d'efficacité plus élevé que les autres. Ainsi, la corrélation est positive entre le niveau d'efficacité et celui des dépenses documentaires. Ce paradoxe¹⁵⁷ peut être expliqué par le jeu de l'effet d'attraction, selon la logique du modèle gravitaire de Newton : une importante documentation coûteuse attire relativement un plus grand nombre d'utilisateurs que les centres à faible dotation.

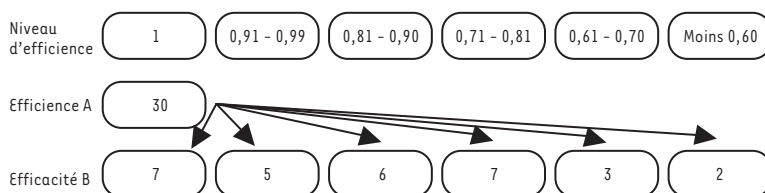
Lien entre efficacité des bibliothèques et accomplissement du travail des étudiants

Dans cette étude, on considère que la fonction essentielle de la bibliothèque universitaire est d'aider le travail des étudiants. Est-il alors possible d'établir un lien entre efficacité et efficacité ou, en d'autres termes, les étudiants qui utilisent une bibliothèque efficace réussissent-ils mieux ?

Pour répondre à cette question, il faut comparer l'efficience en termes d'utilisation des services et l'efficacité en termes de contribution au travail des étudiants. La mesure de l'efficacité de la contribution au travail des étudiants porte sur 64 bibliothèques pour l'année 2000.

La *figure 5* montre les modifications du niveau d'efficience pour 30 bibliothèques efficaces en fonction de l'utilisation des services, mais elles ne présentent pas un haut degré d'efficacité en termes de contribution au travail des étudiants. Leurs niveaux sont largement dispersés : 23 % d'entre elles obtiennent un même niveau d'efficacité acceptable. Cinq bibliothèques (17 %) montrent un niveau inférieur à 0,70 et deux bibliothèques (7 %) obtiennent un niveau de moins de 0,60, 37 % d'entre elles ont un niveau relativement élevé situé entre 0,81 et 0,99.

Figure 5 - Distribution des niveaux d'efficacité en termes de contribution au travail des étudiants pour les bibliothèques ayant un niveau efficace en termes d'utilisation des services



Efficience A : efficience en termes d'utilisation des services

Efficacité B : efficacité en termes de contribution au travail des étudiants

Dans les ellipses : le nombre des bibliothèques correspondantes au niveau d'efficience (A) ou d'efficacité (B).

Lorsqu'on observe 19 bibliothèques efficaces en termes de contribution au travail, leurs niveaux d'efficience dans l'utilisation des services sont également très variés : 37 % d'entre elles ont été efficaces en termes d'utilisation des services ; 20 % d'entre elles (4 bibliothèques) avaient un niveau inférieur à 0,60 ; seules 11 % d'entre elles ont un niveau variant entre 0,81 et 0,90.

Ainsi, les bibliothèques qui ont été efficaces dans l'utilisation des services ne sont pas forcément efficaces. Par contre, les bibliothèques qui ont été estimées inefficaces sont parfois de-

venues efficaces. Le calcul du coefficient de corrélation confirme, avec une valeur de $-0,126$, l'existence d'une corrélation négative entre l'utilisation des services des bibliothèques et la réussite universitaire.

Cette analyse ne permet pas d'affirmer de façon nette que les performances académiques des bibliothèques efficaces soient nettement supérieures. Toutefois, il est indéniable que l'activité de la bibliothèque universitaire contribue à améliorer la performance académique au sein de l'université. Comment cela peut-il s'expliquer ?

Les données permettant de montrer la réussite universitaire sont insuffisantes. Il faudrait utiliser le niveau de performance académique par université. Par ailleurs, la période d'observation est trop courte.

Analyse des sources et du niveau d'efficience

La méthode DEA est-elle à même de donner des critères opérationnels pour que les bibliothèques inefficaces accroissent leur performance ? Le niveau d'inefficience est déterminé en comparant la bibliothèque analysée à la (aux) bibliothèque(s) efficace(s) de référence sur la frontière. Celles-ci utilisent les mêmes niveaux d'*inputs* et produisent les mêmes ou des niveaux supérieurs d'*outputs*.

Le *tableau 2* présente, en moyennes, les *inputs* excédentaires et les *outputs* déficitaires pour les bibliothèques inefficaces. Au regard des résultats de ce tableau, il semble que l'inefficience des bibliothèques universitaires est surtout due aux déficits de production d'*outputs* plutôt qu'aux excès d'utilisation d'*inputs*.

Tableau 2 — Les inputs excédentaires et les outputs déficitaires pour les bibliothèques inefficaces (1999-2000)

En termes de production des services		
Niveau d'inefficacité		
Inputs / outputs	1999	2000
NOMEMP	21,0	23,7
TAULIV	24,9	28,1
TAUPER	26,2	26,0
DETPOT	13,0	16,6
Niveau moyen	21,3	23,6
DOCACQ	2,1	10,9
HEUOUV	5,4	2,0
POSINF	4,6	16,1
FORHEU	1 065,2	846,2
Niveau moyen	269,3	218,3
En termes d'utilisation des services		
Niveau d'inefficacité		
Inputs / outputs	1999	2000
DOCACQ	37,4	37,9
HEUOUV	40,8	41,8
POSINF	37,5	39,7
FORHEU	39,5	39,2
DETPOT	25,0	20,9
Niveau moyen	36,0	35,9
ETUFOR	320,2	20,7
PREDOM	8,9	15,1
COMPLA	213,3	182,2
PEBIB	55,6	129,8
Niveau moyen	149,5	87,0

NOMEMP = nombre d'employés, TAULIV = taux des livres récents dans la collection, TAUPER = taux des périodiques en cours dans les périodiques totaux conservés, DEPTOT = dépenses totales hors personnel divisées par celles moyennes des bibliothèques retenues, DOCACQ = documents totaux acquis, y compris des périodiques, documents électroniques, HEUOUV = heures annuelles d'ouverture, POSINF = nombre de postes informatiques, FORHEU = heures consacrées aux formations des utilisateurs, ETUFOR = étudiants ayant participé aux formations, PREDOM = documents prêtés à domicile, COMPLA = documents communiqués sur place, PEBIB = prêts entre bibliothèques.

En ce qui concerne l'inefficacité dans l'utilisation des services, les résultats montrent que les bibliothèques inefficaces ont non seulement une possibilité de réduction notable sur les *inputs*, mais aussi une potentialité d'augmentation importante sur les *outputs*.

Sur l'ensemble des *inputs*, elles ont un niveau d'inefficience de 36 % en moyenne sur les deux années. Alors que les heures d'ouverture constituent la plus forte diminution, respectivement de 40,8 % et 41,8 %, les dépenses totales hors personnel sont les plus faibles en termes d'économie dans les mêmes évaluations, de 25,0 % et 20,9 %.

Du côté des résultats des déficits d'*outputs*, on constate que dans les bibliothèques inefficaces tous les *outputs* utilisés contribuent à provoquer l'inefficacité : le nombre d'étudiants formés, les documents communiqués sur place et les prêts entre bibliothèques.

Dans l'évolution d'une année à l'autre, le niveau de déficit en nombre d'étudiants formés enregistre une forte baisse de 66 %. Cela indique que de plus en plus d'étudiants participent aux formations fournies par les bibliothèques. Ces formations leur permettent d'aider à résoudre des problèmes rencontrés.

Conclusion

Ce travail évalue l'efficacité des différentes activités de 76 bibliothèques universitaires dans le processus de production et d'utilisation de leurs services pour une période de deux années consécutives (1999 et 2000). Une méthode non paramétrique, dite *Data envelopment analysis* (DEA) a été utilisée pour la première fois en France pour déterminer leurs efficacités en intégrant les variables exogènes caractérisant la différence du statut et la contrainte des ressources.

Le travail analyse comment les efficacités des bibliothèques varient selon différents indicateurs : l'évolution dans le temps, la différence de statut et le niveau des dépenses documentaires. Les résultats obtenus montrent que les bibliothèques universitaires françaises sont caractérisées par un niveau d'efficacité relativement élevé ; ils indiquent également que les efficacités des bibliothèques se manifestent différemment en fonction de leur statut et selon le niveau de dépenses documentaires. Les biblio-

thèques spécialisées, comme les CADIST, sont nettement plus performantes en termes d'utilisation des services. Cela permet non seulement de justifier le succès de la politique CADIST, mais soulève la question de la nécessité de la spécialisation des bibliothèques universitaires. Les niveaux d'efficience des bibliothèques varient fortement selon ceux des dépenses documentaires.

Ces résultats font ressortir l'importance des crédits documentaires en termes d'utilisation des services produits par les bibliothèques. Par ailleurs, l'inefficience des bibliothèques est principalement due aux déficits de production des *outputs* plutôt qu'aux excès d'utilisation des *inputs*. À titre d'exemple, le temps consacré aux formations constitue la plus importante potentialité d'augmentation dans la production des services.

Références bibliographiques

Banker, R.D. et Morey, R.C., « Efficiency analysis for exogenously fixed inputs and outputs », *Operations research*, 1986, vol. 34, pp. 513-521.

Badillo, P.-Y. et Simon, S., « Les performances comparées dans le secteur de l'éducation : premiers résultats pour les universités françaises », in *La méthode DEA : analyse des performances*, **Badillo, P.-Y. et Paradi, J.-C. (dirs.)**, Paris, Hermès Sciences Publications, 1999, pp. 241-254.

Chen, T.-Y., « An evaluation of the relative performance of university libraries in Taipei », *OCLC systems & services*, 1997, vol. 13, n° 4, pp. 164-172.

Charnes, A., Cooper, W. W. et Rhodes, E., « Measuring the efficiency of Decision making unit », *European journal of operation research*, 1978, vol. 2, n° 4, pp. 429-444.

Charnes, A., Cooper, W. W., Lewin, A. Y. et Seiford, L. M., *Data envelopment analysis. Theory, methodology and application*, Boston, Kluwer Academic Publishers, 1994. p. 513.

Easun, S., *Identifying inefficiencies in resource management. An application of data envelopment analysis to selected school libraries in California*, Ph. D. Dissertation, Berkeley, University of California, 1992, p. 498.

Goudriaan, R. et Moolenaar, D., « Decentralization and public library performance », *The 8th International congress on Cultural economics*, 24-27 August, 1994, Witten, Germany, *The 51st Congress of the International institute of public finance*, 21-24 August, 1995, Lisbon, Portugal.

Gravot, P., *Économie de l'éducation*, Paris, Economica, 1993.

Mann, G. M., *Efficiency evaluations of North America university libraries: Data envelopment analysis*, Ph. D. Dissertation, Montréal, McGill University, 1997, p. 128.

McKee, Bob, *Planning library services*, London, Clive Bingley, 1989, p. 227.

Niemitalo, J., « A comparative approach to assessing the efficiency of the performance of Finnish academic libraries 1989-1993 », *Proceeding of the 1st Northumbria international conference on Performance measurement in libraries and information services*, Longhirst Hall, Northumberland, England, 31 August to 4 September 1995, pp. 293-300.

Niemitalo, J., « Data envelopment analysis (DEA) as a method of evaluating libraries: a case study of Finnish academic libraries », *Proceeding of the 2nd Northumbria international conference on Performance measurement in libraries and information services*, Longhirst Hall, Northumberland, England, 7 to 11 September 1997, pp. 173-180.

Noël, É., « Les formations à l'information en bibliothèques universitaires », *Bulletin des bibliothèques de France*, 1999, t. 44, n° 1, pp. 30-34.

Shim, W., *A novel approach to the evaluation of research libraries in the United States*, Ph. D. Dissertation, Rutgers the States University of New Jersey-New Brunswick, 1999, p. 154.

Worthington, A., « Performance indicators and efficiency measurement in public libraries », *The Australian economic review*, 1999, vol. 32, n° 1, pp. 31-42.

Vitaliano, D. F., « Assessing public library efficiency using Data envelopment analysis », *Annals of public and cooperative economics*, 1998, vol. 69, n° 1, pp. 107-122.

Chapitre 7

Jeanson avant
Jeanson –
ou comment
l'on devient
un personnage
fameux
du spectacle
et de la presse
dans le Paris des
années vingt quand
on est parti de rien

Chapitre 7

Jeanson avant Jeanson – ou comment l'on devient un personnage fameux du spectacle et de la presse dans le Paris des années vingt quand on est parti de rien

par Laurent Martin

Ceux qui se souviennent d'Henri Jeanson, mort il y a plus de trente ans, se rappellent surtout l'homme de cinéma, le dialoguiste talentueux de près de cent films dont quelques-uns figurent dans le panthéon du cinéma français (*Un carnet de bal*, *Entrée des artistes*, *Hôtel du Nord*, *Pépé le Moko...*), l'auteur de répliques restées célèbres – et que l'on attribue parfois à d'autres, comme l'inoubliable « Atmosphère, atmosphère... est-ce que j'ai une gueule d'atmosphère ? » qu'Arletty lance à Jovet, précisément dans *Hôtel du Nord*, qui passe souvent pour une trouvaille de Prévert. Ce n'est pourtant pas ce Jeanson-là que nous voudrions ressusciter, le temps d'une communication, mais celui qui le précéda, le jeune homme ambitieux et sans le sou, l'acteur débutant, l'apprenti-journaliste, le dramaturge en herbe. Oui, avant le cinéma de Jeanson (qui participa de cet « âge d'or » du cinéma français célébré par l'historiographie classique⁵⁸), il y eut ces trois activités, ces trois métiers qui étaient aussi trois passions et qui font d'Henri Jeanson un cas intéressant de « passeur culturel dans le monde des médias ».

Les débuts d'Henri Jeanson

Jeanson naît à Paris en 1900 dans un milieu de petits bourgeois tout juste sortis de la condition ouvrière. Ses grands-pères sont

l'un et l'autre ouvriers, son père est instituteur, sa mère tient la maison. Enfance sans histoire, mais qui se termine tôt: Henri Jeanson a 14 ans lorsque son père disparaît, victime de la tuberculose. Sa mère doit travailler, dans une parfumerie; son fils, bientôt renvoyé du lycée pour insubordination, est livré à lui-même. «J'ai souvent pensé à la mort de mon père et je suis persuadé – c'est affreux à dire – que cette mort me fut bénéfique et qu'elle m'évita bien des désagréments. En effet, mon père prétendait me "dresser" – c'était son expression. Je ne pense pas qu'il y serait parvenu mais il m'aurait peut-être contraint à entrer dans une administration ou à devenir employé de quelqu'un quelque part... Je suis à peu près certain que je me serais révolté et que je n'aurais pas hésité, pour en sortir, sur le choix des moyens... Oui... j'aurais volé, ou escroqué ou commis quelque délit plus grave encore. Je parle très sérieusement... Je l'ai échappé belle¹⁵⁹.»

Pour vivre, l'adolescent multiplie les petits métiers. Un rapport de la section des renseignements de la Direction des Beaux-Arts (une dénomination bien policière pour un service destiné à venir en aide aux artistes) indique à la fin des années vingt qu'Henri Jeanson a exercé, au cours des années passées, de «nombreuses professions: camelot, fabricant de cire, graveur, représentant en cartes postales, employé de commerce, clerc de notaire, secrétaire d'expert-comptable, comédien, etc.¹⁶⁰» Ses gagne-pain sont parfois plus pittoresques. Ainsi, selon son ami Nino Frank¹⁶¹, Henri Jeanson vendit des savonnettes en compagnie de Julien Duvivier, Porte de Vincennes (à une époque où André Malraux et Pascal Pia chantaient dans les cours pour quelques sous jetés des fenêtres). De façon plus avérée, il pose pour des cartes postales romantico-patriotiques durant la guerre. Et puis le spectacle, la scène. Il débute au Little Palace dans une revue où il imite Maurice Chevalier, paraît en habit au prologue et tonitrué «*Il y a le gaz qui coule dans l'escalier*». Au théâtre Cluny, il crée dans *Le petit détective* une danse nègre au nom étrange: la maboulicotte.

Le théâtre est chez lui une passion ancienne, chevillée au corps et à l'esprit. À douze ans, Henri Jeanson déclamaît déjà les stances du *Cid* à l'Odéon: Antoine cherchait un Rodrigue et le jeune garçon était venu avec un parapluie figurant Don Diègue et une rose appelée Chimène... Il avait récidivé quelque temps

plustard devant le grand Mounet-Sully, monstre sacré du théâtre de la Belle Époque qui, dit-il, l'avait écouté « sans impatience ». À 16 ans, le tragédien en culottes courtes s'est mué en second comique. Il joue avec Fernand Rivers dans un vaudeville de Kéroul et Barré, *Une nuit de noces*, puis dans *Champignol malgré lui*, monté par Rivers. C'est ce dernier qui lui fera faire ses premiers pas au cinéma, en tant qu'acteur : Jeanson apparaît dans des sketches tournés par Rivers (par exemple *Le duel de Plouf* en 1918) ou par Antoine (qui le fait aussi jouer à la Scala dans *Le coupable*). Les dix ou quinze francs qu'il touche à chaque fois qu'il se rend dans les studios Pathé, à Vincennes, sont toujours les bienvenus car les temps sont durs. Mais Jeanson joue surtout des vaudevilles et des comédies légères. Il crée *Pomarol a du cran* à la Scala, incarne le duc de Valmontet dans *La dame de chez Maxim's* (la pièce de Feydeau qu'il portera plus tard à l'écran) et joue dans *La gare régulatrice* d'Yves Mirande et Gaston Leroux où il chante l'air impérisable « *J'ai tout du limaçon / J'aime la salade, / J'ai tout du limaçon, / J'aime le cresson* »...

Premiers pas dans le journalisme

Parallèlement, Henri Jeanson a entamé une carrière de journaliste. Ses premiers papiers, non signés, semblent avoir paru dans la revue *Momus* et *Le Journal des étudiants alliés et amis de la France* que dirigeait pendant la guerre Jean Finelle, ancien répétiteur au collège Sainte-Barbe. C'est lui qui fait entrer Henri Jeanson, en 1917, au journal de la CGT *La Bataille syndicaliste* – devenu *La Bataille* tout court en raison des circonstances –, dans lequel lui-même écrit des articles sur l'actualité intellectuelle. C'est à *La Bataille* qu'Henri Jeanson donne ses premiers articles de critique dramatique. Le premier que nous ayons retrouvé date du 3 février 1918 (mais Jeanson collaborait peut-être au journal avant cette date) : dans la rubrique « La Bataille théâtrale », le jeune journaliste (rappelons qu'il n'a pas 18 ans) rend compte d'une représentation à la Scala de *La gare régulatrice*, cette pièce de Mirande

et Leroux dans laquelle lui-même tient un rôle ! « Je jouais tous les soirs avec Marcel Simon que je traînais dans la boue comme critique dans *La Bataille*, confiera-t-il en 1934 à Roger Féral¹⁶². Il le savait, naturellement, et nos scènes à deux étaient empreintes de la plus grande cordialité... » De fait, l'article n'est pas tendre pour Marcel Simon, qui « nous ressert de vieux restes de grimaces, de vieilles intonations mille fois entendues dans les précédents spectacles [et qui] est sur scène bien inférieur à ce qu'il est sur l'affiche ». Les autres comédiens, parmi lesquels Rivers, sont en revanche chaleureusement félicités, de même que les auteurs, qui ont « mis le meilleur de leur talent dans cette farce où la satire et la grivoiserie se coudoient en bonnes cousines qu'elles sont ».

De *La Bataille syndicaliste*, il passe au *Journal du peuple* et aux *Hommes du jour*, rue Grange-Batelière, tous deux dirigés par Henri Fabre, un ancien de *La Guerre sociale*, qui insuffle dans « ces journaux généreux et dont on est fier d'avoir été le collaborateur » (Jeanson *dixit*) un esprit socialisant et libertaire qui ne peut que convenir au jeune homme. La collaboration de ce dernier aux journaux de Fabre restera cependant modeste : il ne tient pas de rubrique régulière mais donne des contes, des échos... À la fin de sa première année d'existence (soit deux ans avant l'arrivée de Jeanson), *Le Journal du peuple* tirait déjà à plus de 40 000 exemplaires et s'était déclaré en faveur de la révolution bolchevique. Henri Jeanson y côtoie des journalistes célèbres, la plupart engagés très vigoureusement à gauche : Georges Claret, qui vient du *Bonnet Rouge*, Gabriel Reuillard, André Gybal, Victor Bonnans, Frédéric Lefèvre (titulaire de la rubrique littéraire et auquel Bonnans offre un jour par ironie une grammaire élémentaire), Bernard Lecache, qui tient la rubrique dramatique avec Georges Pioch, homme de gauche et pacifiste au verbe sonore ; ce sont les piliers de la rédaction. Celle-ci s'est par ailleurs assurée le concours plus ou moins régulier de Laurent Tailhade, Victor Margueritte, Victor Méric, Romain Rolland, Lucien Descaves, Jules Rivet, (Me) Henry Torrès, et de deux femmes, la grande Séverine et Fanny Clar. Si l'on ajoute à cette belle équipe d'insurgés les dessinateurs Guilac, Lucien Laforge, Gassier et Julien Blanc (les trois premiers collaborant au *Canard enchaîné*, Gassier l'ayant même fondé, en 1915, avec Maurice Maréchal), on comprendra

que, de l'avis de Jeanson, « *Le Journal du peuple* [ait] joué un très grand rôle de franc-tireur dans l'histoire de la presse. Parce qu'il a été vraiment un journal explosif⁶³ ».

Plus décisive encore pour la suite de sa carrière est la rencontre d'Henri Jeanson avec Gustave Téry, directeur de *L'Œuvre*. Téry est de cette espèce en voie de disparition des directeurs de journaux qui « écrivent, sachant écrire », selon l'expression de Jeanson. Celui-ci raconte dans *Soixante-dix ans d'adolescence* l'entrée proprement royale que ce despote éclairé offrait chaque jour à ses journalistes en franchissant le seuil de la rédaction, le large chapeau de feutre à la main, la démarche solennelle au milieu du silence brusquement tombé, jusqu'au bureau où il s'enfermait, inaccessible.

En 1919, quand Henri Jeanson découvre *L'Œuvre*, le journal tire à un peu plus de 120 000 exemplaires. Robert Dieudonné, Georges de La Fouchardière, Alfred Savoir, Victor Snell, Laurent Tailhade composent une équipe brillante, « certainement, avec celle de *L'Action française*, ce qu'il y avait de mieux à Paris en fait d'esprit et d'intelligence appliquée au journalisme », affirme André Billy – peut-être parce qu'il en fit partie⁶⁴. La rédaction en chef est d'abord confiée à Robert de Jouvenel (contribuant, aux dires de Béraud, « à maintenir rue Royale cet air de second Empire qu'on y respirait ») puis, après sa mort, survenue en 1924, à Jean Piot, qui, comme son prédécesseur et comme son directeur, est normalien. Un autre Piot participe à l'œuvre commune : Michel Piot, qui a troqué son patronyme pour un nom de plume qui rappelle ses origines lyonnaises : Pierre Scize. Du reste, les Lyonnais peuplent la rédaction de *L'Œuvre* : outre Scize, on trouve Marcel Achard, Michel Duran, Henri Béraud, qui s'est institué le chef de cette tribu de gones dès son arrivée à Paris.

Ce n'est cependant pas dans *L'Œuvre* qu'apparaît au grand jour et de manière régulière la signature d'Henri Jeanson, mais dans *Bonsoir*, à partir du mois d'octobre 1919. Téry avait décidé de fonder un journal du soir pour concurrencer *L'Intransigeant* et *La Liberté* ; il l'appelle *Bonsoir*, veut qu'il soit « le plus joli journal de Paris » et en confie les clefs à Jean Piot. Celui-ci n'a guère d'argent mais engage des jeunes ; en fait, avec ses trente ans, il est le doyen d'une troupe de galopins dont quelques-uns n'ont pas

encore atteint la majorité légale. Une bonne partie de la rédaction de *L'Œuvre* collabore à *Bonsoir*: Edmond Sée, Pierre Varenne, Béraud, Savoie, Scize, Duran, plus tard Bénard et Louis Delluc... Steve Passeur et Jean Oberlé les rejoignent rapidement; avec Achard et Jeanson, ils forment bientôt un quatuor inséparable.

Un journalisme d'irrévérence

À cette époque, Jeanson réalise beaucoup d'interviews. Comme il l'écrit dans *Bonsoir*, en avril 1920, « interviewer un contemporain, c'est le mécontenter ». Il faut dire que le jeune journaliste y met tout son talent et une certaine mauvaise foi. Il renonce à interviewer Tristan Bernard parce que celui-ci l'a fait attendre dix minutes avant de le recevoir; mal installé dans un théâtre, où il ne voit que la moitié de la scène, il ne rend compte que de la moitié de la pièce dans une moitié d'article. Les Achard, Scize, Béraud ne procèdent d'ailleurs pas autrement. « Nous ne nous prenons pas au sérieux, se défendit Jeanson au micro de Farnoux-Raynaud qui l'interviewait lui-même avec beaucoup de déférence en 1956¹⁶⁵. Mais nous avons la dignité de notre profession. Et, par exemple, quand nous interviewons un personnage important, nous tenons à bien marquer que l'interviewé, quel qu'il fût, était l'obligé de l'intervieweur. Il devait nous accueillir avec quelques égards. » Il fallait se faire respecter, et d'autant plus que l'on était un jeune journaliste appartenant à un petit journal. Du reste, cette obligation s'appliquait à l'intérieur du journal lui-même; pas question, par exemple, de laisser couper ou modifier un article.

Bonsoir consacre quotidiennement une page aux spectacles, « Les bons soirs et les mauvais »; Jeanson en est l'un des collaborateurs les plus assidus. « Page incendiaire, dit-il encore à Farnoux-Raynaud. Nous ne ménagions personne. Lorsque nous étions tentés de nous montrer indulgents, le jacobin Béraud nous rappelait à l'ordre en nous lisant d'anciennes critiques dramatiques de Barbey d'Aurevilly dont les partis pris nous remettaient en train. "Prenez exemple sur le vieux!" nous disait Béraud.» Jeanson

n'a guère besoin d'encouragement dans cette voie. « Moi, je ruais dans les brancards, écrit-il dans *Soixante-dix ans d'adolescence*. Ma politique tenait tout entière dans cette question : "Qui vais-je encore éreinter aujourd'hui ?" » Léon Daudet, adversaire pourtant détesté, trouve grâce à ses yeux pour avoir suscité « des polémiques extrêmement vivifiantes et d'une brutalité salutaire. On secouait le lecteur, on l'indignait, on le ravissait, bref, on l'obligeait à exister... »

À ce jeu, Jeanson se montre l'un des plus doués de la jeune génération. Il bâtit son succès sur sa plume acérée ; les lecteurs l'apprécient, les confrères la redoutent, les directeurs des journaux veulent se l'attacher. « L'Académie française a reçu hier M. Bordeaux. M. Bordeaux a envahi le fauteuil de Jules Lemaître. Il y a des fauteuils qui ne sont pas dégoûtés », écrit-il dans *Bonsoir* en 1920. De Maud Loty, actrice : « un mégot de femme ramassé sur le trottoir ». Yves Mirande, naguère complimenté (dans *La Bataille*), est raillé, sifflé, flagellé. « À cette époque, se souvenait Jeanson dans un article de 1937 publié par *La Flèche*, nous avions, Marcel Achard, Scize et moi, une sorte de vice : le Mirande. Nous passions notre temps à l'insulter, à le traîner dans la boue : nous le traitions d'épicier, de voleur, de plagiaire, de marchand de cartes transparentes, de pipeur de dés, de pornographe, d'ivrogne et de tout et tout⁶⁶. » Ce qui n'empêchait pas les mêmes de trinquer avec leur victime dès que l'occasion s'en présentait (Mirande sanglotant sur la jeunesse d'Achard et celui-ci sur ce qu'il appelait la vie gâchée de Mirande) et la victime d'offrir un jour à Jeanson la radiographie de ses reins avec cette dédicace : « À l'homme qui m'a le plus éreinté ».

Dans les colonnes de *Bonsoir*, Jeanson fustige également les directeurs de salles qui se font marchands de soupe et les critiques complaisants. Gustave Quinson, tout-puissant propriétaire de théâtres, est campé en empereur bouffi d'orgueil, régnant sur des troupes stipendiées et des auteurs serviles ; Félix Gandéra, critique et auteur dramatique, est accusé de « maquiller son talent » et de ne songer qu'à « séduire cet ami sérieux qu'est le cochon de payant ». Jeanson peut se permettre de poser ces banderilles parce qu'il n'est l'obligé d'aucune de ces puissances et qu'il fait partie d'un groupe, d'une bande, voire d'une meute, dont les membres

s'épaulent. Quand il répond à Lucien Farnoux-Raynaud, qui s'inquiétait du nombre de ses ennemis: « Nous étions invulnérables car notre désintéressement était total », c'est bien à cette réalité double – indépendance et solidarité – qu'il fait référence. Jeanson ajoutait, par ailleurs: « J'étais encouragé dans cette besogne par l'accueil – pas toujours désintéressé – que l'on faisait à mes articles. J'avais la dent de lait dure... Et puis aussi le goût du mot pour le mot. Aucune méchanceté mais le cabotinage de l'effet. » Il craint, parfois, d'aller trop loin. « On me dit partout que j'ai la dent trop dure! confie-t-il à Béraud. Même, il m'est arrivé de retourner à l'imprimerie, rue Louis-le-Grand, corriger un papier que je trouvais trop vache! — Tu avais tort! rétorque l'irascible Lyonnais. Ne corrige jamais rien¹⁶⁷. »

Si Béraud encourage ses amis à étriller les assis, c'est qu'il sait que c'est la seule manière de se ménager une place au soleil dans cette République du Croissant – le quartier de la presse, entre Réaumur et Opéra – où la concurrence est si rude. L'ex-Lyonnais a lui-même une plume redoutable, qu'il n'a pas mise encore au service de la presse d'extrême droite. Avec sa voix de stentor, sa faconde, son brio, il déplace beaucoup d'air (et pas seulement en raison de son impressionnant tour de taille). En fait, tous les témoignages le désignent comme le chef de cette bande de mauvais garçons dont fait partie Jeanson. Il les rassemble chez lui ou dans les cafés qui bordent la rue Royale pour de longues discussions qui tournent souvent au monologue inspiré. « Ce qui nous mettait aux prises, raconte-t-il dans ses propres Mémoires, était un amour des lettres dont la violence même attestait le désintéressement. Je revois Marcel Pagnol, si jeune et déjà triomphant, assis sur le marchepied de la bibliothèque, place qu'il disputait à Henri Jeanson, page insolent et sentimental, qui, tout ébouriffé, avait l'âge du collégien monté en graine qu'il demeurera jusque sous la neige des ans¹⁶⁸. »

Mais Jeanson ne se contente pas d'écorner des réputations: il aime aussi louer des auteurs, encourager des directeurs de salle, des metteurs en scène. Dans l'article déjà cité qui vise Félix Gandéra, il oppose « deux sortes d'auteurs: il y a ceux qui tracent eux-mêmes leur route, qui abattent pour la tracer des forêts de préjugés. Ce sont les Novateurs. Il y a ceux qui marchent sur la

route des confrères. Ce sont les Autres. Bataille, Becque, Tristan Bernard, Bouhéliier, Claudel, Courteline, de Curel, Duhamel, Feydeau, Ghéon, Gide, Sacha Guitry, Hervieu, Lenormand, Méré, Mirbeau, Renard, de Porto-Riche, Rip (mais oui!), Romains, Savoir, Sée, Vildrac sont des Novateurs. Capus, de Flers, Frondale, Hennequin, Kistemacckers, de Lorde et Gandéra sont des Autres¹⁶⁹. [...]»

À ces deux listes nettement séparées, les autres articles de Jeanson de cette époque ajoutent quelques noms, en particulier, du côté des novateurs, celui d'Eugène Brieux, auteur naturaliste qui fournit le prétexte d'une petite polémique entre Pierre Varenne et Henri Jeanson dans les colonnes de *Bonsoir* (dont ils sont tous les deux rédacteurs) en juin 1920. Brieux a vu l'une de ses pièces refusée par le comité de lecture du Théâtre-Français; Jeanson s'en indigna et réclama la suppression du comité de lecture: le directeur ou, à défaut, le public, est apte à juger de la qualité d'une pièce. Varenne prend la défense du comité, pense que le jugement de la « foule » est rarement équitable et que les directeurs sont parfois incompétents – ce que ne songe pas à nier Jeanson. Mais l'auteur écrit d'abord pour le public, rappelle le jeune homme, et seuls ses suffrages lui importent, non ceux d'acteurs toujours prompts à le trahir. L'auteur et le public: telles sont pour Jeanson les deux instances principales, les autres étant accessoires. Dans ces articles de *Bonsoir* est déjà énoncé ce qui sera le *credo* de Jeanson dans les années qui suivront, y compris pour le cinéma.

Jeanson a aussi ses préférences parmi les metteurs en scène. Dans un article de *La Bataille* du 21 mars 1918, déjà, il portait aux nues le travail de Copeau, Gémier, Antoine, ce « brelan de purs novateurs », ces « dynastes de l'art dramatique » issus du peuple et y retournant. « Connaissez-vous Antoine ? » C'est Henri Jeanson qui pose la question à Gustave Téry, dans l'article qu'il lui consacre dans *Bonsoir*, en novembre 1922 (décernant au passage à celui qui est quand même son directeur le titre de « meilleur journaliste de ce temps »!). Mais Téry, qui a dîné avec des ministres, des rois, des savants, des académiciens, confie à Jeanson: « Je ne connais pas Antoine. Je l'admire trop, il m'intimide, je n'ai jamais osé l'aborder. » Outre l'hommage révérencieux au Maître, un autre intérêt de ce papier est de préciser les ambitions et les limites de

la critique dramatique telle que la conçoit Henri Jeanson. À une question que lui pose Téry sur « l'influence » de cette critique, Jeanson répond : « Mon Dieu, je crois que la critique d'une comédie ou d'un vaudeville représentés à Déjazet, à la Renaissance, à Cluny, à la Scala ou à l'Eldorado importe peu. Par contre, je suis sûr que le public qui se rend à l'Odéon, au Vaudeville, au Vieux-Colombier ou au Gymnase lit les papiers de Pawlowski, de Gignoux, de Sée ou d'Antoine. »

En d'autres termes, le théâtre de Boulevard se passe fort bien des critiques de la « petite » presse ; en revanche, le théâtre exigeant (sans être intellectuel), créatif (sans être d'avant-garde) a besoin de la critique éclairée que pratiquent les modèles de Jeanson, et Jeanson lui-même. « Nous avons finalement bien servi la cause du spectacle, confia-t-il à Farnoux-Raynaud en 1956. Copeau, Jouvet, Lugné-Poe nous trouvèrent toujours à leurs côtés. Quand un de leurs spectacles démarrait mal, ils nous alertaient et nous fonctionions. » Il serait vain, toutefois, de chercher à dégager une « esthétique » privilégiée par Jeanson. Si Antoine passe pour le meilleur représentant du naturalisme au théâtre (non sans malentendus et équivoques qui perdurent jusqu'à nos jours), Lugné-Poe est, quant à lui, l'héritier du symbolisme ; cela ne dérange absolument pas Jeanson qui les associe dans son admiration.

Au reste, cette querelle du théâtre qui agita les esprits dans les années 1890 n'était pas inexpiable ; vingt ans plus tard, à lire les souvenirs d'un de ses principaux protagonistes, Paul Fort, elle laissait plus de cicatrices que de plaies ouvertes. Deux lettres de Paul Fort à Henri Jeanson sont particulièrement intéressantes : dans l'une, datée du 6 février 1918 et qui accompagne l'envoi de livres, l'ancien « prince des poètes » assure Jeanson de sa sympathie (on se souvient qu'ils s'étaient rencontrés, peu d'années auparavant, dans les cafés du boulevard Saint-Michel) et répond à l'enquête de *La Bataille* sur les écoles (« Romantisme ? Symbolisme ? Traditionalisme ? Unanimisme ? Cubisme ? Il faut être poète. Rien n'est bon, hors cela. »). Mais la seconde de ces lettres, surtout, est passionnante : Paul Fort revient sur l'aventure du Théâtre d'Art, ce laboratoire du symbolisme qu'il fonda en 1890 et que reprit Lugné-Poe pour en faire le théâtre de l'Œuvre. Certes, le Théâtre-Libre y est désigné comme l'adversaire mais Fort reconnaît en

Antoine un « hardi navigateur » et un « merveilleux homme » et le crédite d'avoir « réussi à redonner une simplicité vigoureuse à la parole et au jeu des acteurs¹⁷⁰ ».

Jeanson critique de music-hall

Critique dramatique, Henri Jeanson devient aussi un spécialiste réputé du music-hall, cette forme de spectacle qui, au tournant du siècle, a pris le relais du café-concert¹⁷¹. Sur la scène des grands établissements parisiens (l'Olympia, le Palace, les Folies-Bergères, le Casino de Paris, le Moulin-Rouge, la Gaité) se produisent des artistes complets qui savent danser, chanter, faire rire et émouvoir. Jeanson est un spectateur assidu ; il adore l'ambiance qui règne dans ces palais du rêve et de l'illusion. « Le music-hall est le cocktail des yeux. Quoi de plus divers, quoi de plus coloré, quoi de plus porte-à-l'âme qu'un spectacle de l'Olympia, ou qu'une revue du Casino de Paris ? Le music-hall existait en 1900 – bien sûr – mais c'est pour le plaisir de cette génération photogénique qui constitue la clientèle des bars, des cinés, des gares, des dancings et des ports qu'on l'inventa¹⁷². »

Comme pour le théâtre, le spectacle est d'abord dans la salle ou dans ses abords immédiats, les promenoirs, les bars dont toutes les salles sont équipées. En 1920, Jeanson décrivait déjà dans *Bonsoir* ces lieux accessoires où l'essentiel, peut-être, se produit : « Le promenoir et le bar du Casino de Paris sont charmants. Une odeur de maison close y règne. C'est délicieux. Perchées sur les banquettes du promenoir, les habituées alignent un peloton de mollets brillant de soie. Ces gammes de jambes conduisent au bar ; le bar est un harmonieux et select marché d'amour, une Bourse du commerce spéciale. [...] Un jazz-band infernal composé de cinq ou six anciens nègres domine les voix des buveurs. Parmi les tables, des garçons exécutent de dangereux virages, des couples de femmes esquissent un pas de tango, des bouchons de champagne escaladent l'air... Je voudrais qu'un coin du ciel ressemblât à cet enfer¹⁷³. »

Jeanson parle aussi, un peu, de ce qui se passe sur la scène. Il se moque cruellement de Mistinguett (dont l'heure de gloire, quand elle dansait la valse chaloupée avec Max Dearly pour la revue du Casino de Paris « Pa-Ri-Ki-Ri », est passée), applaudit les Dolly Sisters qu'il accompagne même en tournée, est « surpris mais nullement courroucé » par la revue nègre « Black Birds » au théâtre des Ambassadeurs où s'illustre Florence Mills ; le champagne et le jazz, que la guerre a fait découvrir à l'Europe, coulent à flots ; « on fait de la vitesse, on accélère le mouvement, les musiciens de jazz tirent de leurs instruments des plaintes, des cris, des grognements, des sanglots, des coups de sifflet, des couacs, des crisements, des clameurs infernales. On croit très sérieusement que la batterie va exploser. Et l'on est pris soi-même par ce tintamarre formidable, on subit ces accents étranges, cette dictature cacophonique à laquelle on ne saurait échapper¹⁷⁴. »

Pourtant, les artistes qui retiennent vraiment l'attention de Jeanson, ce sont les chanteuses populaires et réalistes qui triomphent à cette époque, les Damia, Andrée Turcy, Lucienne Boyer, Gaby Mombreuse, Claudine Boria, Yvonne Georges, Fréhel. Même si certaines de ces artistes se produisent dans les grandes salles parisiennes, en particulier l'Olympia de Paul Franck, nous sommes ici davantage du côté du café-concert, qui se survit à lui-même dans les années vingt et trente et que le cinéma, plus encore que le music-hall, va tuer. Jeanson est un fidèle du Balajo à la Bastille, du Zelly's à Montmartre, du cabaret Fischer, rue Dantoin. Il tutoie les patrons, connaît tout le monde. Ces endroits sont souvent minuscules et bondés ; le Fischer, par exemple, est « une cabane de lapins de luxe où s'entass(e) tout le Bottin mondain autour d'une quinzaine de tables dont on se disput(e) la possession¹⁷⁵ ». Le piano est y tenu par Georges van Parys ; il accompagne Gaby Mombreuse (« Elle l'a perdu, la pauvre chérie, elle l'a perdu dans un taxi... »), Lucienne Boyer, Claudine Boréa, Fréhel, Yvonne Georges... On y entend aussi Cora Madou chantant « les Pierreuses en femmes du monde » (« Nous, les gueuses, on n'est pas des femmes/Nous vendons nos corps et nos âmes... »), une chanson composée par Vincent Scotto, ce Marseillais de Paris avec qui Jeanson va parfois boire le dernier verre dans le dernier bistrot ouvert du Faubourg Saint-Martin.

Sociabilités parisiennes

Jeanson devient une figure connue du monde de la nuit parisienne. Il est membre de plein droit des dîners du music-hall, qui regroupent à intervalles réguliers les quelques critiques qui se sont spécialisés dans cette nouvelle forme de spectacle. Le premier est organisé par Pierre Lazareff en janvier 1926, au restaurant Ducottet; il y a là, outre Lazareff, André Warnod, Paul Gordeaux, Yvon Novy, et Henri Jeanson. Des peintres et des dessinateurs illustrent les menus: Pol Rab, André Foy, Serge, Paul Colin. C'est dans l'atelier de ce dernier, en 1928, que le groupe informel se constituera en association des critiques de music-hall¹⁷⁶. Mais le «dîner» auquel le nom de Henri Jeanson reste attaché durant cette époque est celui que lance Pol Rab avec la complicité active de Raoul, patron de la brasserie du même nom. Pol Rab est un dessinateur (le créateur de *Ric et Rac*), un caricaturiste, un costumier auquel on doit aussi des décors de revue et d'opérette à la Cigale ou au Casino de Paris. Il a l'idée de rassembler ses amis pour des dîners chez Raoul ou chez Graff, une autre brasserie très courue, à Pigalle, et, puisqu'il faut donner un nom à ces rassemblements de jeunes gens pressés, il trouve celui-ci, qui claque comme un drapeau: «Les Moins de Trente Ans».

La liste est longue de ceux qui ont animé les dîners des Moins de Trente Ans: Henri Jeanson, Robert Desnos, Pierre Bénard, Georges Auric, Marcel Achard, Joseph Kessel, Marcel Pagnol, Carlo Rim, Pierre Bost, Jean Fayard, Armand Salacrou, Edouard Bonnefous, James de Coquet, Georges Charensol, Paul Haurigot, Marcel Espiau, Louis Chéronnet, Micky Leroux, Georges Van Parys, Steve Passeur, le peintre Vertès, Jean Luchaire, Michel Duran, Pierre Fresnay, Pierre Brasseur, Pierre Ogouz, Jacques Natanson, Emmanuel Bove, Stéphane Manier, Gilbert Charles, Bertrand de Lassalle, Maurice Roget, René Sti, Jean Marèze, Roger Giron et probablement quelques autres. Ceux qui atteignent la limite d'âge se retrouvent dans le groupe des «Trente à Quarante ans» mais les dîners sont bien évidemment communs. Le principe, exposé par Pol Rab, en est simple: «Nous nous rencontrerons en amis autour d'une table, pour faire bonne chère et

bavarder de tout et de rien. Pas de femmes car la présence d'une seule de ces sirènes peut suffire à briser l'amitié la plus solide. Pas de politique, non plus, et pas de disputes confessionnelles¹⁷⁷!»

En fait, les clivages politiques, les choix esthétiques, les tensions personnelles, les rivalités professionnelles voire amoureuses divisaient profondément les Moins de Trente Ans. Mais, précisément, un dîner tel que celui-ci avait pour objet de rassembler des gens que tout opposait, sauf l'âge et l'ambition qui l'accompagne. La tradition de cette forme de sociabilité remonte loin dans le XIX^e siècle, une époque où il importait de faire nombre dans les affrontements des coterie littéraires, des chapelles artistiques et des factions politiques. Malgré les dénégations de Jeanson («Je ne suis pas du tout solidaire de ma génération. Ma génération, je m'en moque, je m'en surmoque», répète-t-il à Lucien Farnoux-Raynaud¹⁷⁸), le clivage générationnel est l'un des plus significatifs dans ce monde de la presse et du spectacle où les «vieux» sont solidement installés aux commandes et où les «jeunes» ont pour objectif principal de les en déloger. Ce n'est pas dire, comme l'affirma un journaliste d'alors, que «ces moins de trente ans représentent la fleur la plus cynique des générations»; mais reconnaître que des intérêts communs rassemblaient, au-delà de leurs différences, des jeunes gens qui, pour la plupart, allaient conquérir des positions dominantes dans les années à venir.

Qu'Henri Jeanson fût en passe, à la fin des années vingt, de conquérir une telle position, sa participation à diverses revues plus ou moins éphémères qui se créèrent alors pour rendre compte de l'actualité du spectacle le montre (*Bravo, L'Entracte, Illusions*), comme le montre le succès critique (et, dans une moindre mesure, public) obtenues par ses pièces¹⁷⁹, comme le montre enfin cet article, écrit par un confrère en 1929, peu de temps avant que Jeanson ne (re)découvre le monde du cinéma et ne s'y rende célèbre :

«Il avait organisé un jeu de massacre; et comme ce jeu le distrait, il ne songeait point à se livrer à un autre passe-temps.[...]

Jeanson écrit une revue pour un cabaret de Montmartre, pond des faits-divers à *La Volonté*, part pour Rome y faire un reportage, et se balade au pas de course dans les caf'conc' et les music-halls, ainsi qu'en pays conquis. Il est devenu une autorité,

un juge à la blague, un tueur de gloire. Il passe en revue les vedettes, les décore d'un mot ou les fait rentrer dans le rang, éteint des étoiles ou en allume. Il ne craint qu'une chose : être vaseline. [...]

Pour nous, ce qu'il y aura eu de plus intéressant et de stupéfiant chez Jeanson, c'est la réussite, l'ascension de ce gosse, qui accourt des bords de la Bièvre [Wisner le fait naître à Montluçon], prend la parole au milieu du chahut infernal des boulevards, des théâtres, des presses d'imprimerie; et qui, parce qu'il a de l'audace, du ton, le mot exact, amusant, imprévu; l'épithète qui colle et reste comme une blessure; la phrase qui griffe et gifle, est tout à coup entendu, remarqué, applaudi, devient une sorte de petit Vallès des caf'conc' et des music-halls, bouscule tout le monde, se pousse au premier plan sur les tréteaux de Cabotenville et monte, d'un tour de bras et de reins, jusqu'au sommet du mât de cocagne¹⁸⁰. »

Ce dernier texte l'indique, bien des aspects de la jeune carrière d'Henri Jeanson ont été passés sous silence dans cette communication; il ne fut pas seulement critique mais aussi reporter, fait-diversier, échetier... En fait, il a touché à tous les genres du journalisme dans un grand nombre de titres de la presse parisienne. Mais ce qui a constitué, dans les années vingt comme dans les années qui suivirent, le cœur de son activité de journaliste, c'est bien la critique des spectacles, du théâtre au café-concert, du music-hall au cinéma (dans les années trente). C'est en ce sens, d'abord, qu'il fut un « passeur culturel » dans et par les médias de grande diffusion, faisant découvrir au public les artistes qu'il avait appréciés (on pense en particulier aux « chanteuses réalistes » dont la légende lui doit beaucoup) et rejetant les autres avec une violence ironique qui est la marque de l'époque.

Mais Henri Jeanson fut un passeur en un autre sens. Il passa constamment d'un côté du miroir à l'autre : d'abord acteur, il devint critique puis, sans cesser d'être critique, écrivit à son tour des pièces, avant de composer des dialogues pour le cinéma tout en traitant de l'actualité cinématographique dans les journaux. Il représente une catégorie de gens de culture multicartes, à la fois producteurs et médiateurs culturels. Confusion des genres ? Sans

doute, puisque ses articles sont emplis de partis pris esthétiques et idéologiques (car il fut aussi un intellectuel engagé¹⁸¹) et sont imprégnés d'une vision du monde qui se retrouve dans ses pièces et ses dialogues.

En ce deuxième sens comme dans le premier, le « passeur culturel dans les médias » que fut Henri Jeanson ne correspond que de très loin au modèle de « l'homme-double » dont Christophe Charle avait naguère tracé le portrait idéal-typique¹⁸² : Henri Jeanson fut rien moins qu'un « miroir sans tain » entre les producteurs et le public ; constamment, ses divers rôles, statuts, engagements interférèrent les uns avec les autres, rendant toute tentative biographique à la fois difficile et passionnante.

Chapitre 8

Le présentateur, un « passeur » grand public

Chapitre 8

Le présentateur, un « passeur » grand public

par Jean-Pierre Esquenazi

Champ artistique et économie médiatique

«La télévision est au cœur de l'économie médiatico-publicitaire¹⁸³» qui, pour Olivier Donnat, organisateur des enquêtes sur les pratiques culturelles des Français, a remplacé la logique du champ artistique dont Pierre Bourdieu a tracé les grandes lignes dans *Les règles de l'art*. Elle constitue même la source d'une nouvelle distinction pour les personnalités de la culture mais aussi pour les publics à travers les produits culturels dérivés. «D'une certaine manière, ajoute Donnat, c'est même le système de consécration de notre époque, parce qu'il fonctionne sur une temporalité très rapide¹⁸⁴».

En outre le mécanisme des relations entre champ artistique et économie médiatico-publicitaire s'est compliqué. Les deux plans ne sont plus exclusifs l'un de l'autre, d'abord parce que certains individus sont encouragés et réussissent à passer de l'un à l'autre ; mais surtout l'on doit constater que la logique économique contamine les pratiques du champ artistique. Nathalie Heinich¹⁸⁵ a montré que la légitimité, dans le domaine de l'art contemporain, est fondée sur une grammaire de la performance et de l'excès, habituelle dans le monde de la tierce culture¹⁸⁶. Et Françoise Benhamou a brillamment exposé comment «le système du vedettariat [...] est devenu le mode de fonctionnement quasi naturel de nombre d'activités [...] Ni les industries du livre, du disque, de la télévision, ni les spectacles ni les musées et les mondes des

arts ne s'y soustraient^{t187}». L'auteur analyse d'une façon extrêmement pertinente comme la forme « star » s'est imposée comme le principe premier de constitution du produit culturel. Les règles de l'économie hollywoodienne édifiées, depuis l'invention par Carl Laemmle de la première vedette Florence Lawrence en 1913, autour de la publicisation des stars se sont généralisées et ont envahi l'ensemble du domaine culturel.

Le monde hollywoodien a vécu de ses stars, de leurs aventures et de leurs mythes; il lui doit ses plus grandes réussites mais aussi ses principales contradictions, comme j'ai pu le montrer à propos de Hitchcock et de la production de *Vertigo*^{t188}. Cependant, l'on peut se demander comment cette généralisation a été possible: car Hollywood disposait de véhicules parfaits pour ses stars, je veux évidemment parler des films. Dietrich s'est imposée grâce à *L'Ange bleu*, *Morocco* et *Shanghai Express*. Les films ont été les véritables médiateurs de ces personnalités déifiées par leurs publics. Edgar Morin, dans son analyse parue en 1957, montrait que les stars tiraient leur substance héroïque des personnages qu'ils interprétaient^{t189}. Les stars d'aujourd'hui, même les stars du cinéma, ne bénéficient plus du savoir-faire cinématographique propre à l'industrie hollywoodienne qui savait conserver et étoffer de film en film une personnalité starifiée.

Logique de la présentation

Le problème se pose: quel processus assure la médiatisation des stars aujourd'hui? On ne peut en même temps affirmer la prolifération du *star system* et passer sous silence la disparition du premier mécanisme de son fonctionnement. Notre réponse sera la suivante: c'est *le système de la présentation* qui remplit aujourd'hui la tâche d'abord dévolue à la machine hollywoodienne. Si bien que la personnalité d'une star n'est plus façonnée par le rôle joué film après film (la femme fatale pour Marlène Dietrich, la garce pour Bette Davis, le sexe coupable et innocent pour Marilyn Monroe), mais par son comportement « au naturel » sur les plateaux de

la télévision. Ajoutons que ce changement ne modifie pas l'être substantiel de la « star » : celle-ci continue d'être celui ou celle qui s'impose par les propriétés, non de son activité (de comédien, d'auteur, etc.), mais de sa personnalité : c'est l'« exceptionnalité » de l'individu qui est célébrée. C'est ce qui explique que l'on peut à la télévision interroger une star sur n'importe quel sujet, même si *a priori* elle n'a aucune compétence en la matière : son être personnel exceptionnel doit pouvoir trouver une réponse pertinente.

Revenons au système de la présentation et à sa logique particulière¹⁹⁰. Les années soixante voient la radio et la télévision concurrencer la presse écrite comme moyen principal d'information des Français. C'est tout d'abord le général de Gaulle qui fait l'information grâce à ses allocutions et conférences de presse télévisées, grâce aussi à son contrôle de l'institution télévisuelle ; mais à son départ, la classe politique doit se résoudre à abandonner ce rôle au champ journalistique. Celui-ci commence à cette époque à être également dominé par les nouveaux médias (radio, télévision) aux dépens de la presse écrite : ce moment est celui où les médias généralistes s'imposent face aux médias d'opinion. Alors que les points de vue politiques des rédacteurs des grands journaux parisiens donnaient le ton de l'opinion, celle-ci est maintenant organisée – nous sommes dans les années soixante-dix – par les rédactions d'Europe n° 1, de RTL et de la télévision publique. À une organisation de l'information en fonction des grandes idéologies disponibles dans l'espace public et diffusées par *L'Humanité* ou *le Figaro*, se substitue une logique du « grand public ». Le public de la télévision ou celui de la radio sont politiquement indifférenciés, contrairement à celui de la presse écrite : il n'est plus question pour les journalistes télévisuels d'asséner une opinion qui heurterait immédiatement une partie de l'audience ; il faut au contraire proposer une information neutralisée et impartiale, au moins dans son apparence.

Le « journaliste » cesse d'être celui qui est à l'écoute des événements et les analyse à partir d'une perspective politique explicite ; il est celui qui se tient aux côtés du public, partage ses croyances, ses partis pris et ses émotions. Cette conversion a modifié considérablement la nature de la légitimité dont pouvaient se prévaloir les journalistes. J'ai montré dans *Télévision et démocratie*¹⁹¹ com-

ment l'alliance entre les principaux journalistes politiques et les instituts de sondage a institué la légitimité spécifique de ce type de journalisme : devenu à la fois l'interrogateur du peuple et son interprète, le journaliste politologue s'appuie sur ce double statut pour devenir l'interlocuteur et le juge des politiques.

Nous touchons ici au principe constitutif de la présentation : celle-ci est une grammaire de l'information où le journaliste est défini par sa proximité avec son public. Comme on le sait, la technologie de la transmission instantanée de la télévision ou de la radio donne les moyens à ce principe d'afficher son caractère directif. Le regard-caméra du journaliste présentateur est transmis « directement » à chaque téléspectateur, faisant de ce dernier le partenaire du premier. Le succès de cette logique a été tel qu'il a été à l'origine d'une profession, celle de présentateur. On notera l'autonomisation progressive de cette catégorie vis-à-vis de celle de journaliste ; dans la mesure où la présentation s'est étendue à une très large palette d'émissions, on peut être présentateur sans posséder sa carte de presse : le présentateur et l'animateur (de variétés, de jeux) ont bientôt fusionné en une catégorie unique¹⁹². Ce qui nous intéressera dans un premier temps, c'est la catégorie du présentateur ordonnatrice de l'ensemble d'un système de médiations : elle peut être comprise dans ce cadre comme une fonction énonciative à l'intérieur d'un dispositif particulier, « une place déterminée et vide qui peut être effectivement remplie par des individus différents¹⁹³ ».

Rappelons le fonctionnement fondateur de la présentation, celui qui organise le journal télévisé¹⁹⁴. Le présentateur y apparaît comme une entité dédoublée. Sa première face, personnalisée à l'excès, se décline comme un *je* convoquant face à elle un *tu* virtuel et amical, le téléspectateur. L'échange « réel » de regards entre présentateur et téléspectateur (rappelons que nous parlons ici de fonctions énonciative et réceptrice) scelle l'alliance entre le journal télévisé et son public. La seconde face du présentateur, anonyme, tournée vers le monde, prend l'apparence d'un *on* qui capte par l'effet d'un agencement analogue à celui des caméras de surveillance mais élevé à une haute puissance, la réalité de l'actualité. Cet anonymat de la captation de l'information garantit l'impartialité ou la neutralité de sa délivrance : le présentateur est

de ce point de vue un pur transmetteur. Cependant se greffe sur l'information la valeur ajoutée constituée par la particularité de la première face : celle-ci convoie de façon amicale le contenu de l'information. De telle sorte que la face publique et impersonnelle du présentateur s'allie avec sa face quasi privée pour composer un bloc énonciatif universel, à la fois amical et omnipotent, individualisé et anonyme, parfaitement informé sans jamais sortir de son studio.

Cette structure idéale a engendré les formes dérivées de présentation qui sont apparues ensuite : depuis les formes ludiques avec présence de spectateurs sur le plateau venant confirmer la force de la relation entre le présentateur et son public, jusqu'à la forme raffinée d'*Apostrophes* où le présentateur Bernard Pivot, après quelques mots d'introduction adressés au téléspectateur, feint d'oublier ce dernier pour se consacrer à ses invités, leur permettant ainsi de tisser des liens personnels avec le public (d'où la présence récurrente sur le plateau de l'émission d'auteurs comme Jean d'Ormesson experts dans l'art de séduire le téléspectateur).

À ce processus grammatical s'est ajoutée une évolution sociale liée au mouvement analysé par Françoise Benhamou : le succès de la présentation a fait des acteurs sociaux accédant à la fonction de présentation des stars à l'égal d'acteurs, de sportifs, d'écrivains, de politiques ou d'intellectuels. Plus encore, la télévision jouant un rôle clé dans l'accès à la starité, les présentateurs sont devenus des stars déterminantes pour l'ensemble du champ puisque ce sont eux qui « reçoivent » et donc choisissent parmi les candidats ceux qui atteignent l'Olympe. Des changements dans l'économie de la production télévisuelle témoignent de ce nouveau statut : comme on le sait, les maisons de production dirigées par des présentateurs vedettes sont devenues les points nodaux du champ, au point que les institutions télévisuelles apparaissent souvent démunies dans leurs rapports aux stars du petit écran.

On peut mesurer le chemin parcouru en se rappelant comment des « animateurs » comme Jean Nohain recevaient leurs invités au début de la télévision. Le décor du théâtre paraissait alors nécessaire pour introduire la relation entre vedettes, animateurs et téléspectateurs : une scène et sa rampe séparaient les premiers des seconds et l'animateur jouait le rôle d'un Monsieur Loyal qui

donne l'occasion à l'invité de « faire son numéro ». S'imposait encore une logique du spectacle et la star demeurait un artisan du show business.

La présentation culturelle aujourd'hui

Les acteurs essentiels de la médiation assurée par le système de la présentation, telle que la télévision en assure la continuité, sont i) un produit culturel (film, livre, pièce, disque, etc.), ii) la personnalité de la star chargée de sa promotion, iii) le présentateur et iv) le public. L'ensemble n'arrive pas par hasard sur un plateau de télévision. Chalvon-Demersay et Pasquier montrent, dans leur ouvrage *Drôles de stars*, que les présentateurs vedettes n'acceptent pas de recevoir n'importe qui¹⁹⁵ : il faut que la notoriété de l'invité soit égale à celle du présentateur afin que ce dernier juge acceptable de le recevoir. On voit donc qu'une première contrainte structurelle pèse sur la médiation par la présentation. Celle-ci concerne l'appartenance au monde des stars : *un produit culturel ne devient présentable que dans la mesure où il peut être introduit par une star*. Ainsi, deux liens sont établis qui s'ajoutent à celui qui attache le présentateur avec son public selon le schéma tracé plus haut : tout d'abord le lien de fraternité entre stars qui unit le présentateur et son invité ; ensuite celui qui associe le produit à l'invité.

Ces liens font l'objet de la discussion médiatisée et je me bornerai ici à en reconstituer la thématique. Commençons par définir l'attachement de la star à son produit. Si le produit culturel est précieux, c'est parce que la star y a déposé quelque chose d'elle-même : le premier doit être littéralement imprégné par le fluide de la seconde. Si la star se prête parfois à décrire le travail qu'a nécessité la production de l'objet, elle s'y arrête rarement et préfère insister sur le caractère charnel de son engagement : elle s'est « donnée » à la production afin d'y laisser, inscrite au plus profond de l'objet, son empreinte. Tout se passe comme si le produit culturel était le résultat d'une opération chimique opérant sous la catalyse du désir : séduite par une « rencontre », la star a été

immédiatement gagnée par la volonté de participer à un projet. Sa participation naïve, intuitive, a été totale : elle s'est littéralement offerte à sa réalisation. La star invitée peut ainsi faire valoir son engagement absolu, physique, dans la fabrication de l'objet : s'il est acteur, il racontera comment il a pris certains risques corporels ou psychologiques ; s'il est écrivain, il montrera combien il est personnellement impliqué dans son récit¹⁹⁶. Cet engagement est évidemment parfaitement désintéressé : seul l'intérêt pour le projet a conduit la star à accepter de participer à la production. Notons que cette générosité de la vedette n'est pas contradictoire avec la vie luxueuse qu'elle est supposée mener : celle-ci ne résulte que de son état de star et il est naturel de ce point de vue que sa fortune soit assurée.

L'invité est également amené à définir le produit comme un produit collectif : il a partagé le travail avec des « gens formidables », d'autres stars, des stars en devenir ou des individus qui mériteraient de l'être. Car le produit ne peut pas être le produit d'un individu isolé, il doit reposer sur la solidarité du monde des stars. On pourrait y voir un paradoxe : une star étant par définition un individu hors norme, elle devrait pouvoir se passer de la référence à une quelconque communauté. Mais c'est justement son caractère unique qui nécessite son ancrage à l'intérieur d'un monde humain¹⁹⁷ : il est rassurant que la star et ses succédanés soient aussi « comme tout le monde ». En outre, il s'agit d'une forme de garantie : l'estampille « monde des stars » est apposée sur le produit qui ne peut donc qu'être attachant.

Dernier caractère décisif de la relation à l'objet, l'investissement qu'il représente. Hollywood avait montré l'exemple en se servant de ses propres mises de fonds pour faire la publicité des films : si on y a mis tant d'argent, ce n'est quand même pas pour rien, pouvait-on entendre dans les bandes-annonces de *Ben Hur* ou d'*Autant en emporte le vent*. Le libéralisme ambiant et l'idéologie de la transparence¹⁹⁸ ont sans nul doute renforcé cette tendance, qui prend souvent la forme d'une glorification de la technologie, grande dévoreuse de fonds. Ainsi l'invité n'hésitera pas, s'il en a la possibilité, à insister, en même temps que sur son désintéressement, sur le fait que le monde de la production n'a pas lésiné pour réussir à mettre sur le marché un produit exemplaire.

L'ensemble de ces thèmes forme le contenu principal délivré au téléspectateur. S'y ajoute un message secondaire, cependant fort important, du moins pour l'institution télévisuelle : il s'agit, non pas de dire, mais de montrer la participation du présentateur au monde de l'invité, celui des stars. Des formules, des questions, des remarques, plus encore des attitudes de complicité, sourires, clins d'œil, etc. sont faits pour exhiber la connivence, réelle ou fictive, du présentateur avec son invité et donc avec le monde des stars. Des indications concernant une vie antécédente constituent l'atout maître dans le domaine : « L'autre jour, vous m'avez dit... », ou bien : « Lors du festival de Cannes, vous m'avez glissé à l'oreille... » Il s'agit dans tous les cas d'évoquer des confidences, des aveux, une intimité qui révèlent une participation commune à la vie intime des stars. Quand le présentateur ne dispose pas du statut qui lui permette de suggérer cette familiarité, il montrera une très grande connaissance des objets produits par la star et surtout il indiquera son attachement à certains d'entre eux, ce qui constitue le meilleur moyen de toucher à la fois le téléspectateur et l'invité.

De façon générale, nous dirons que le système de la présentation implique une prolifération d'actes de parole rituels destinés à étayer la familiarité du présentateur avec le monde des stars. Ces actes concernent « la façon dont chacun doit se conduire vis-à-vis de chacun des autres, afin de ne pas discréditer sa propre prétention tacite à la respectabilité, ni celle des autres à être des personnes dotées de valeur sociale¹⁹⁹ ». La formule de Goffman trouve ici une application exemplaire dans sa simplicité : dans la présentation culturelle, les enjeux touchent beaucoup plus à la place des personnes qu'à celles des objets puisque ceux-ci dépendent de la valeur marchande de celles-là.

Aussi n'est-il guère étonnant d'assister à la multiplication récente d'émissions dont le principe repose sur un ensemble d'actes rituels éclatants (on peut préférer « tapageurs »). Citons le *Vrai journal* où chaque interview commence par la demande traditionnelle de Karl Zéro à son interlocuteur de pouvoir le tutoyer ; sa question a le mérite d'explicitier le principe de connivence que la présentation requiert. Les émissions de Marc-Olivier Fogiel ont au contraire tendance à dissimuler la prégnance des actes ri-

tuels au bénéfice d'une prétention au sérieux, mais ils demeurent extrêmement présents au moins dans la conduite de l'interview par Fogiel, son art des interruptions calculées, des mimiques expressives, etc. Mais c'est sans nul doute Thierry Ardisson qui gagne la palme en la matière. Il a enserré son émission *Tout le monde en parle* dans un tissu serré de sonneries, jingles, lumières, formules, gestuelles, etc., qui imposent à ses invités un encadrement cérémoniel étroit et précis. Le ton ludique de l'émission lui permet de jouer explicitement au maître d'œuvre : le médiatique ne cache plus son rôle de metteur en scène du monde des stars.

Bien sûr ces actes rituels sont accomplis au bénéfice du quatrième joueur, le téléspectateur : sa complicité est activement recherchée, qui permet d'entériner, à travers les médiascores, la valeur représentative des différentes émissions. L'écoute de l'émission semble signifier l'accord du téléspectateur au présentateur afin que celui-ci le représente au sein du monde des stars. De telle sorte que, dans le système de la présentation, le rapport à l'objet culturel est pour le spectateur une image de la relation du présentateur à son invité : l'appropriation par le spectateur de ce qu'a laissé d'elle-même la star dans l'objet constitue la réplique symbolique de la participation du présentateur au monde des stars.

Pour fonctionner correctement, le système de la présentation nécessite une participation complice des téléspectateurs. Celle-ci est donnée de moins en moins facilement, d'où l'utilisation de dispositifs paroxystiques ou paradoxaux. La présentation de soi à travers des dispositifs de confession cède la place aujourd'hui à la transparence fictive de la télé réalité. Il me semble difficile de prétendre que la présentation culturelle perdurera uniformément ; cependant, rien ne semble devoir entamer la capacité de l'économie du *star system* à se maintenir. Je ne me risquerai donc pas à prévoir l'avenir...

Chapitre 9

Le miroir culturel : Les « passeurs »

Chapitre 9

Le miroir culturel : Les « passeurs »

par Bernard Lamizet

Le souvenir d'un mot pour commencer. C'était il y a longtemps, maintenant, le procès Guy Georges. Son avocate, M^e Frédérique Pons, avait déjà trouvé ce mot : *passeurs*. « Nous sommes des passeurs », disait-elle à propos de son métier d'avocate et, sans doute, de façon générale, à propos des institutions de la médiation. Les passeurs, ce sont les acteurs sociaux qui établissent la médiation en instituant la relation entre le singulier et le collectif. Les passeurs fondent la médiation : ils l'inscrivent au cœur de l'espace public, en instituant le tissu de relations, de conflits, d'échanges, de représentations aussi, qui structure la relation entre chacun de nous, chaque sujet de la sociabilité, et le collectif qui fait de nous des êtres sociaux : des *zôa politika*. Que sont ces passeurs, passeurs de culture, passeurs d'identité, passeurs de parole et de langage ? Ce sont les acteurs qui mettent en œuvre les dimensions proprement symboliques de la médiation. Autrement dit, ce sont les acteurs qui représentent la sociabilité pour nous tous autant que nous sommes, sujets singuliers en proie à toutes les incertitudes et à tous les manques de notre subjectivité. Mais ils sont aussi les acteurs qui représentent la subjectivité en lui donnant du sens pour toutes les foules que l'on désigne par le nom de *public*, et qui viennent chercher dans les figures de l'art et de la culture le sens de leur appartenance et de leurs logiques collectives.

Les passeurs, finalement, ce sont les acteurs qui donnent du sens à la médiation, qui viennent redonner du sens à notre sociabilité quand elle a tendance à le perdre, ceux, aussi, qui viennent donner du sens au désir dont nous sommes porteurs et que nous

ne savons pas toujours lire ni reconnaître. C'était, dans l'Antiquité, telle que nous la connaissons par les tragédies grecques, le rôle du devin. Le devin fut, avec les artistes, le premier passeur culturel, puisque sans doute fut-il le premier à chercher à donner du sens à notre existence et à nous le donner, parfois – mais pas toujours – en nous interprétant les paroles obscures qui donnaient une matière symbolique au désir qui fondait notre identité. C'est que le devin incarne la figure du médiateur : médiateur à la fois entre les temps, entre le présent et l'avenir, entre les hommes et les dieux, le devin est surtout là pour donner à notre existence le sens que nous sommes incapables de lui voir, et pour nous faire assumer ce sens en interprétant nous-mêmes les paroles obscures par lesquelles il l'exprime en lui donnant des formes significatives.

Les passeurs, pour le dire d'un mot, ce sont les tiers. La fonction des pratiques culturelles par lesquelles nous exprimons notre appartenance et notre sociabilité est, d'abord, là : il s'agit d'inventer les formes et les matières – visuelles, sonores, tactiles – par lesquelles notre sociabilité va prendre corps. Les passeurs donnent son corps à notre sociabilité en inscrivant ce corps dans l'espace public : par leur travail et par leur désir, ils élaborent les formes qui, pourvu qu'on ait le savoir et le désir de les lire et de les comprendre, porteront le sens du lien social. C'est bien aussi, par exemple, le rôle de l'avocat, qui tente de faire revenir son client de l'horreur vers *le monde des vivants*, comme disait aussi Frédérique Pons. Le passeur nous ramène de l'oubli vers la mémoire, de l'ignorance vers le savoir, de l'abandon à la sociabilité.

Peut-être les acteurs de la culture ne sont-ils rien d'autre pour nous-mêmes que les médiateurs de notre propre sociabilité, à condition que nous sachions les entendre et que nous ayons le désir de mettre en œuvre les pratiques qu'ils nous proposent. Les acteurs de la culture travaillent les langages et les formes par lesquelles notre sociabilité se met en représentation, par lesquelles elle se donne en spectacle, et grâce auxquelles par conséquent nous sommes en mesure de faire l'expérience de notre sociabilité. On n'est jamais seul à lire un livre, à toucher ou à regarder une œuvre d'art. Par ce geste même, nous prenons conscience de la dimension singulière de notre identité, en assumant pleinement le désir qui nous fait agir, mais en même temps nous prenons

conscience de sa dimension collective en mesurant ce qu'il faut de savoir et de mémoire pour donner sa place à ce livre ou à cette œuvre d'art. Ce sont les passeurs de culture qui construisent ces deux dimensions de notre être et de notre pensée.

La médiation culturelle : une représentation de l'identité

Les activités culturelles, c'est-à-dire la mise en œuvre de pratiques esthétiques et symboliques de représentation, consistent dans la formation d'un système de représentation de l'identité. Les identités politiques, professionnelles, artistiques, ethniques, religieuses, font l'objet de représentations qui les donnent à voir, à entendre et à comprendre les unes aux autres. Elles acquièrent leur consistance symbolique au cours de la mise en œuvre d'activités de représentation et de mises en scène dans l'espace public, c'est-à-dire dans l'espace où se jouent et se confrontent les unes aux autres ces manifestations esthétiques et symboliques de nos identités.

Mais, dans le même temps, la mise en œuvre de cette fonction de représentation des identités par les acteurs de la culture constitue un processus de reformulation et de recomposition de ces identités. Les médias, en particulier, ont, en ce sens, un rôle essentiel dans ce processus que l'on peut désigner par le concept de *complexe de la médiation culturelle*. D'une part, ils produisent de l'information sur la médiation culturelle, la mettant, ainsi, à la disposition de tous, d'autre part, en inscrivant dans l'espace public les formes de la médiation culturelle, ils font d'elles des objets de critique en leur donnant de cette manière une dimension politique.

La médiation culturelle n'est pas seulement une représentation de l'identité : en produisant cette représentation des identités dont nous sommes porteurs, elle leur confère une signification politique, et elle donne aux formes de la médiation culturelle une fonction majeure dans l'espace public : celle d'articuler nos dé-

sirs et nos engagements, la représentation de notre subjectivité et celle de notre dimension politique. L'identité *médiatée* se trouve inscrite dans le processus de formation d'un regard spéculaire à la fois sur nous-mêmes et sur la société, qui donne du sens à notre engagement et à notre sociabilité.

La représentation de l'identité conçue et mise en œuvre par la médiation culturelle se trouve ainsi porteuse d'une double consistance, à la fois collective et singulière, ce qui l'inscrit dans les logiques de la médiation, et ce qui la renvoie à la double dimension de l'identité même, à la fois subjective et politique. Pas de représentation de l'identité dans l'espace public qui n'ait, dans le même temps, une signification politique quant à l'organisation de la société et une signification singulière quant aux structures de la subjectivité.

La double médiation : présentation et représentation

La question des passeurs culturels fait apparaître la complexité du concept de médiation, que l'on peut structurer, comme une double médiation, autour de deux relations dialectiques. La *présentation* désigne la dialectique entre le singulier et le collectif, tandis que la *représentation* désigne l'autre dialectique, entre le réel et le symbolique. Le propre de la médiation culturelle – et c'est, justement, le rôle des passeurs de la culture – est d'assurer la mise en œuvre, dans l'espace de la société, de ces deux dialectiques, sans qu'aucune d'elles ne vienne empêcher l'organisation et l'institutionnalisation de l'autre.

La représentation désigne l'ensemble des processus par lesquels quelque chose qui est de l'ordre du réel fait l'objet d'une inscription dans le champ symbolique. En d'autres termes, quelque chose dont l'existence relève de la causalité se met à relever de l'arbitraire du signe et, par conséquent, de la nécessité d'une interprétation. Ce concept d'interprétation peut d'ailleurs désigner aussi bien deux processus. Il s'agit d'abord, en effet, du processus

grâce auquel un acteur fait entrer une pratique réelle dans l'ordre du symbolique (l'interprétation d'un personnage par un acteur) ou une forme symbolique dans une pratique réelle (l'interprétation de la *Cinquième symphonie* de Beethoven). Mais il peut aussi bien s'agir du processus grâce auquel un sujet de communication fait entrer un fait réel, relevant de la causalité, dans l'ordre du symbolique, relevant, lui, de l'arbitraire du signe. Il s'agit alors de l'interprétation d'un discours ou d'un message, par laquelle un sujet de communication et de sociabilité assigne une signification à un discours ou à un message qu'il a lu ou entendu. Ce message, ou ce signe, a une consistance réelle (il se voit, il s'entend) et l'interprétation consiste à le renvoyer à une signification et, ainsi, à faire de lui une forme symbolique, au nom du savoir dont on dispose sur un code.

La présentation, en revanche, désigne l'autre aspect de la médiation. Il s'agit de l'ensemble des pratiques par lesquelles s'établit une dialectique entre le singulier et le collectif. Présenter un objet singulier – un livre, un film, une collection d'œuvres d'art, une collection de mode – consiste à faire en sorte que cet objet, ou cet ensemble d'objets, grâce à sa mise en scène dans un espace public, fasse l'objet d'une appropriation collective. Présenté dans un salon, un tableau de Léonard de Vinci, pièce unique, fait l'objet d'une découverte, d'une reconnaissance, bref, d'une pratique culturelle, de la part de tout un ensemble collectif de visiteurs. Présenté dans un journal, un événement qui s'est déroulé et qui concernait seulement le petit nombre de sujets singuliers qui en étaient les acteurs ou les témoins immédiats fait l'objet d'une reconnaissance et d'une appropriation dans l'espace public tout entier, par l'ensemble des lecteurs de ce journal. La représentation de l'événement sous la forme d'un texte ou d'une image rend possible sa présentation au collectif des citoyens. Dans le même temps, la présentation d'une œuvre d'art consiste à articuler la dimension collective de la signification de cette œuvre et les logiques politiques et institutionnelles de son exposition à la subjectivité et à la singularité de chacun de ses visiteurs. La présentation de l'œuvre articule sa signification plastique et culturelle à ce qu'elle peut susciter chez chacun de ses visiteurs dans son inconscient, dans

son expérience propre, dans la singularité de son expérience et de sa subjectivité.

Le propre de la culture, comme activité, comme ensemble d'institutions, comme mission du politique, est de mettre en œuvre *conjointement* les deux instances de cette double médiation, de produire, dans l'espace public, aussi bien la présentation que la représentation. La médiation culturelle ne saurait se réduire ni à l'une, ni à l'autre de ces deux médiations. Les passeurs culturels, de leur côté, mettent en œuvre la double médiation. Les passeurs culturels nous font prendre conscience de la double exigence et de la double signification des pratiques culturelles.

L'espace public de la culture : la confrontation des identités et des formes de la sociabilité

La mise en œuvre de la double médiation, entre présentation et représentation, a lieu dans l'espace. C'est même le sens de l'espace public, son statut dans la société, de servir de lieu de mise en scène de la double médiation. En effet, c'est dans l'espace public qu'en rencontrant les autres, et en les reconnaissant comme semblables à moi, je prends conscience de la dialectique entre le singulier et le collectif (entre ma singularité et le partage de mon appartenance avec les autres). Mais c'est aussi dans l'espace public que je fais pleinement l'expérience du signe et de la représentation, puisque c'est pour mettre mon réel en commun avec les autres que je suis obligé d'en passer par une représentation. L'espace public est le lieu dans lequel nous faisons l'expérience du signe et de la médiation, en faisant l'expérience de la confrontation entre nos représentations et celles des autres. À cet égard, l'espace public particulier de la médiation culturelle est le lieu dans lequel nous confrontons nos désirs et nos pratiques esthétiques à ceux dont les autres peuvent être porteurs. L'espace public de la culture est un espace dans lequel sont confrontées les unes aux autres les représentations qui donnent du sens aux identités dont

nous sommes porteurs. C'est le sens plein de l'idée de *porteur*. Les passeurs culturels sont les acteurs sociaux qui donnent leur consistance esthétique et symbolique aux représentations de nos identités dans la mise en œuvre de la confrontation spéculaire qui les fait pleinement exister les uns pour les autres.

Les passeurs culturels sont ceux qui, par exemple, organisent la confrontation entre l'art d'un peintre ou d'une école particulière de peinture avec le public qui va investir les œuvres des désirs, des significations et des formes imaginaires dont il est porteur. En ce sens, ils rendent possible l'appropriation des formes artistiques et culturelles par les publics. Plus encore : les passeurs culturels font prendre conscience aux publics de la médiation culturelle de leur propre existence et de la signification de leurs usages de la culture et de la représentation. À l'occasion d'une exposition consacrée à l'art surréaliste, les passeurs culturels vont organiser l'événement esthétique et institutionnel que constitue la rencontre entre les œuvres et le public de l'époque contemporaine, en provoquant, par exemple, la confrontation entre les logiques idéologiques et culturelles dominantes à l'époque du surréalisme et celles qui prévalent de nos jours. L'espace public de la médiation culturelle représente alors l'espace social dans lequel peut avoir lieu la confrontation entre les publics et les expériences artistiques, qui est nécessaire à l'intelligibilité des œuvres et à la reconnaissance de leur signification.

De la même manière qu'il existe un espace public dans lequel circulent et s'échangent les informations politiques dont les citoyens sont porteurs et dont les médias sont les relais, il existe un espace public de la culture qui est l'espace dans lequel se mettent en œuvre les représentations des identités en vue d'une confrontation, d'une interprétation et d'un échange constitutifs d'un véritable *miroir culturel*. L'espace public de la culture est l'ensemble des lieux dans lesquels se matérialise effectivement ce miroir culturel : lieux de spectacle, médias, lieux d'exposition, espaces musicaux. C'est qu'au-delà même de la confrontation entre les publics et les œuvres, c'est l'expérience fondatrice de l'identité qui est instituée par l'intervention publique des passeurs culturels. En effet, les formes esthétiques et artistiques de la médiation culturelle font aussi l'objet d'une reconnaissance par les publics qui leur sont

confrontés, qui retrouvent dans ces œuvres quelque chose de leur identité et du sens de leur sociabilité.

Les passeurs culturels : les interprètes de l'identité

Les passeurs culturels mettent en œuvre le miroir de l'identité et de la culture : ils assurent la réalisation des formes et des systèmes d'interprétation et de représentation de l'identité, en assurant la diffusion de ces représentations dans les espaces publics qu'ils entendent irriguer de ces formes de l'identité. Mais, comme à propos de toute *interprétation*, il s'agit à la fois de la construction des scènes et des formes par lesquelles les identités acquièrent la consistance esthétique d'une représentation, et de l'élucidation de leurs significations, qui les rendent intelligibles pour les publics auxquels sont communiquées les représentations des identités culturelles. Commençons par analyser le concept même d'*interprétation* dans le champ de la médiation culturelle. L'interprétation de l'identité consiste, en fait, dans un processus triple.

D'abord, il s'agit de l'interprétation au sens où un acteur interprète un rôle : les acteurs culturels font exister l'identité dont ils sont porteurs, ils la manifestent pour leurs auditeurs ou leurs spectateurs. Par exemple un roman, comme *À la recherche du temps perdu*, donne une consistance perceptible, reconnaissable, à des personnages, à des paroles, à des lieux, qui constituent la réalité historique d'une époque, d'un certain nombre d'événements et de personnes. De cette façon, il nous les rend perceptibles et intelligibles, de la même façon qu'un acteur de théâtre, en interprétant le personnage d'Hamlet, nous le rend perceptible et intelligible. Les passeurs culturels donnent une réalité tangible à une identité culturelle, ils nous permettent de la comprendre, de nous la représenter, de la penser. Les passeurs culturels inscrivent la culture dans un autre espace et dans un autre temps que ceux dans lesquels elle a été instituée et la rendent intelligible dans cet autre espace et dans cet autre temps.

Ensuite, il s'agit de la dimension sémiotique de l'interprétation : les *passseurs culturels* élucident la signification de l'identité, font apparaître les réalités qu'elle représente, les conditions historiques et culturelles de son existence, font comprendre ses implications et les références des scènes et des personnages dont elle est faite. Les passeurs culturels rendent aux représentations dont est faite la médiation culturelle sa dimension proprement symbolique. Ils lui rendent son statut de *langage*, en faisant apparaître son sens et, surtout, en faisant apparaître la différence et la spécificité du langage dans lequel elle s'exprime par rapport à d'autres langages et à d'autres systèmes symboliques. En rendant intelligible la culture qu'ils transmettent, les passeurs de culture nous font mesurer sa singularité et sa différence par rapport à la nôtre. Il y a, en ce sens, dans le rôle des passeurs culturels, quelque chose de la construction d'une identité qu'ils transmettent.

Enfin, en interprétant l'identité qu'ils transmettent, les passeurs culturels lui donnent la consistance d'un système de signes et de communication. Les passeurs culturels rendent à la culture, comme système d'expression et de représentation, son statut de langage. Ils nous rappellent qu'une culture est un système de représentation du monde, c'est-à-dire un langage, un mode d'expression et de communication. Le passeur, c'est ainsi le médiateur : c'est celui qui, entre un système d'expression et de représentation et un autre, institue une relation de communication et une relation politique d'échange. Les passeurs culturels, ce sont ceux qui viennent nous rappeler qu'une culture est, avant tout, un langage, c'est-à-dire un champ de mots, d'images, de formes par lesquels s'exprime une identité.

Diffuser les cultures pour donner aux identités leur forme et leur espace

Ainsi pensé dans le champ de la diffusion culturelle, le rôle des passeurs acquiert une consistance et une signification complexes. Au-delà de la seule diffusion dans l'espace public de produits,

d'œuvres et de manifestations esthétiques et symboliques de l'identité, il s'agit véritablement de *donner un langage* à l'identité. Il s'agit de concevoir les systèmes esthétiques et symboliques de formes et de représentations par lesquels les identités acquièrent une consistance symbolique, se voyant ainsi reconnaître à la fois une signification et une histoire, en même temps que la consistance esthétique de figures et de mises en scène. La diffusion des formes, des langages et des pratiques de la médiation culturelle ne consiste pas seulement à les propager dans l'espace public et à faire en sorte qu'ils fassent l'objet d'une reconnaissance et d'une appropriation par le public : il s'agit aussi de leur donner une consistance symbolique, de les inscrire dans des formes de langage et de communication. Les passeurs culturels sont des metteurs en forme, ils inventent le langage de la médiation culturelle des identités. La diffusion des formes de la culture représente, pour les passeurs, une intervention complexe dans la société.

D'abord, la diffusion des formes de la culture est un apprentissage de ces formes et de ces langages. La médiation culturelle revêt un caractère didactique fondamental, en ce qu'elle apprend à la fois à lire les formes de la culture, à les reconnaître et à les pratiquer. En ce sens, elle représente, pour les cultures, une forme d'apprentissage. C'est la nécessité de les diffuser pour qu'elles acquièrent une forme et pour qu'elles habitent l'espace, qui nous amène à mieux présenter nos cultures, à mieux les représenter, à mieux les exprimer : à mieux les *parler*. Les passeurs culturels apprennent aux cultures à s'exprimer dans l'espace public et à acquérir, de cette façon, le langage qui leur donnera une identité, une histoire et une mémoire.

Par ailleurs, la diffusion des cultures articule l'espace et les pratiques culturelles. Elle inscrit les pratiques et les formes de la médiation dans l'espace. C'est ainsi qu'en inscrivant les représentations dans la rue et dans l'espace public, les représentations comme celles du théâtre ou du cinéma donnent à l'espace de la sociabilité le sens des identités qui se confrontent dans les spectacles. Sous l'effet des passeurs culturels, la ville entière de Lyon consacre ses formes et ses paysages à la médiation culturelle lors de la Biennale de la danse et, en particulier, lors du défilé qui habite littéralement la ville pendant toute une journée, procurant

une forme nouvelle aux lieux d'habitation et de rencontre. Les passeurs culturels sont également ceux qui transforment les lieux en lieux de culture et de médiation.

Enfin, la diffusion des cultures met en œuvre une dialectique entre le langage spécifique dans lequel elles s'expriment et qui leur donne leurs formes originaires et le langage qui se parle dans les lieux qu'elles investissent, et qui construit leur identité. La médiation culturelle est une dialectique complexe entre le langage de la création et de la culture et le langage de la sociabilité et de l'appartenance, et il revient aux passeurs de mettre en œuvre la complexité de cette médiation, en faisant en sorte qu'aucun des langages mis en présence les uns des autres ne perde sa signification et sa spécificité. Les passeurs culturels sont, en ce sens, des *interprètes*, puisqu'ils ont la charge de faire dialoguer ensemble des langages et des systèmes différents de communication et de représentation, mais aussi, d'ailleurs, de faire prendre conscience aux uns et aux autres, dans cette confrontation même, de la spécificité et de la singularité des langages dont ils sont porteurs. C'est ainsi que l'évolution des formes musicales, par exemple, a connu, durant tout le xx^e siècle, de véritables mutations esthétiques qui ont transformé les esthétiques et les pratiques musicales, en introduisant de nouveaux instruments et des formes esthétiques issues de cultures musicales encore peu connues.

Identité et politique : les enjeux de la médiation culturelle

Les enjeux de la médiation culturelle, au-delà de la production de spectacles, d'éditions et d'œuvres d'art, bref, de formes esthétiques et symboliques, acquièrent ainsi toute leur complexité. Ce qui est en cause, en effet, dans les entreprises et les parcours des passeurs culturels, c'est la reconnaissance d'une signification aux formes de la culture et de la sociabilité. Mais cette signification, dans la mesure où elle reconnaît le sens de la sociabilité, de l'appartenance et du fait collectif, est, finalement, politique. La médiation politique

représente la référence réelle dont se soutiennent les activités de la médiation culturelle. La politique est bien l'enjeu de la culture et de ses passeurs. C'est parce que la médiation culturelle a des enjeux importants qu'elle représente à la fois une forme d'exercice du pouvoir et une forme de discours politique sur la sociabilité.

La culture, d'abord, *exprime les identités politiques*. C'est par les formes de la médiation culturelle, par les pratiques esthétiques de la représentation, que nous donnons à nos engagements politiques les signes et les symboles qui les rendent visibles et intelligibles pour les autres, mais, d'abord, pour nous-mêmes. Les fêtes des partis politiques sont des passeurs culturels, car elles confèrent aux engagements et aux institutions qu'elles mettent en scène dans l'espace public les formes, les langages, les interprètes qui, faisant d'elles des modes de représentation, leur donnent les langages, les mots et les images par lesquels nous sommes en mesure de les reconnaître et de les comprendre. Les « passeurs culturels » deviennent ainsi des « passeurs de politique ». C'est pourquoi la médiation culturelle est devenue une activité majeure des partis et des acteurs politiques, sous la forme de leurs stratégies de communication et de représentation, mais aussi sous la forme d'activités culturelles par lesquelles ils expriment leur présence et leur identité dans l'espace public.

Ensuite, la médiation culturelle est un système où s'expriment les « passeurs d'engagements ». En donnant une forme intelligible aux identités politiques, les acteurs culturels rendent possible l'engagement des spectateurs et des auditeurs. Parmi les enjeux de la médiation culturelle et les fonctions des passeurs, sans doute y a-t-il ce que l'on peut appeler un enjeu rhétorique : il s'agit de convaincre, de séduire, de *faire adhérer*. Les « passeurs de politique » sont également ceux qui transmettent les projets, les idéaux, les images par lesquels nous nous représentons les acteurs et les luttes qui habitent l'espace politique.

Par ailleurs, la médiation culturelle a d'autres enjeux politiques : l'unification de l'espace pour qu'il devienne un territoire. À sa manière, l'ordonnance de Villers-Cotterêts, en 1539, a rempli le rôle d'un « passeur culturel ». En effet, elle a unifié la langue de l'administration, c'est-à-dire du pouvoir. Elle créait institutionnellement un véritable territoire – *médiation politique de l'espace*

– unifié par l’usage d’une seule langue. Cette initiative politique de François I^{er} a donné à la langue et, par conséquent, en même temps, à la culture, le rôle majeur de l’institution d’une identité dans l’espace de la France, qui devenait ainsi un espace national.

Bref, la médiation culturelle fait exister les engagements, les appartenances et les identités, en leur donnant une visibilité et une présence dans l’espace public. Les passeurs culturels sont ceux qui, véritablement, rendent possible l’expérience du miroir politique, en installant dans l’espace les formes et les acteurs qui rendent identifiables les choix politiques et institutionnels, et qui, par conséquent, rendent possibles nos choix et nos adhésions. Pas de miroir politique, pas d’identités, mais, par conséquent, pas d’acteurs ni de stratégies politiques, sans une médiation culturelle qui leur confère une identité.

La médiation culturelle, formation de territoires

En mettant en œuvre les réseaux de sa représentation et les parcours de sa diffusion, les passeurs culturels instituent la médiation culturelle comme entreprise de formation symbolique des territoires de nos appartenances et de notre sociabilité. Représentée, donnée à voir et à entendre par ceux qui la diffusent et l’inscrivent dans ses formes, la médiation culturelle consiste, finalement, dans une entreprise de formation esthétique et symbolique des territoires dans lesquels nous assumons nos appartenances et notre sociabilité, et où nous nous rencontrons les uns les autres, dans une médiation spéculaire constitutive de notre identité. En ce sens, en les irriguant de leurs pratiques esthétiques, les passeurs culturels construisent nos territoires, médiations politiques de l’espace de notre identité.

D’abord, les passeurs culturels mettent en œuvre des *parcours*. Les parcours de la médiation culturelle ont été, dans l’Antiquité et jusqu’au commencement de la modernité, les parcours des nomades (cirques, théâtres ambulants), pour prendre, à partir du XIX^e siècle, une autre forme : les parcours de la diffusion des

œuvres éditées, livres, journaux, mais aussi émissions audiovisuelles et, aujourd'hui, sites Internet. Les parcours de la culture présentent cette caractéristique qu'ils sont accomplis *à la fois* par les acteurs, qui irriguent l'espace, et par les spectateurs, qui donnent leur matérialité aux itinéraires symboliques en les parcourant. On peut suivre, par exemple, les routes des théâtres ambulants, les routes des influences et des modèles culturels, les routes, enfin, du commerce des livres et de la diffusion des écoles, des penseurs et des traductions. On peut aussi suivre le parcours des modes et des influences.

Ensuite, les passeurs culturels instituent des *réseaux*, justement à partir de ces routes et de ces parcours, une fois qu'ils sont institués et qu'ils acquièrent une certaine permanence. Mais les réseaux de la culture sont nés avec la technique. *Médiation technologique de l'espace*, le réseau est une organisation destinée à mettre en œuvre une technologie dans les meilleures conditions possibles et avec le meilleur succès possible. Les réseaux de la culture sont véritablement nés avec l'industrialisation des pratiques technologiques de la reproduction et de la diffusion. Les premiers réseaux de diffusion de radio, puis de télévision, ont constitué des réseaux culturels majeurs, en associant les pratiques culturelles, les pratiques ludiques et les pratiques d'information. Sans doute le réseau Internet constitue-t-il, aujourd'hui, le réseau le plus étendu de passeurs culturels. Ceux-ci peuvent y exprimer leurs représentations ou y initier les pratiques culturelles d'aujourd'hui. Ils peuvent aussi y mettre en scène de nouvelles activités culturelles et de nouvelles pratiques esthétiques.

Enfin, les passeurs culturels mettent en scène ce que l'on peut appeler des *présences*, qui habitent l'espace en faisant de lui un espace culturel. Ils organisent l'usage de l'espace public par des constructions, par des activités, par des aménagements, qui l'habitent esthétiquement et symboliquement. Les passeurs culturels sont des institutions et des acteurs sociaux qui établissent les pratiques culturelles dans des lieux et dans des structures qui leur donnent une consistance dans l'espace public. En ce sens, les institutions de la médiation culturelle ne sont pas seulement des « passeurs » : elles instituent les territoires en y instaurant des

pratiques qui leur donnent une activité, une configuration, une forme : une identité.

On peut s'interroger sur ce que sont les espaces publics quand ils ne sont pas habités par les formes, les institutions et les pratiques de la culture : sans doute deviennent-ils alors ce que l'on appelle des *déserts*. Un désert est un espace que les pratiques de la culture n'ont pas institué en territoire, en ne lui donnant pas les formes, les activités et les acteurs qui y inscrivent les formes d'une identité. Le problème majeur du développement social urbain, aujourd'hui, est sans doute là. Sans passeurs culturels pour les habiter et leur donner du sens, les « quartiers sensibles » demeurent des banlieues et des lieux sans identité : des déserts et des terrains vagues.

Le miroir culturel et la critique des identités

Mais les passeurs ne sont pas seulement des médiateurs qui structurent notre identité culturelle en instituant la confrontation avec d'autres. Les passeurs sont aussi des penseurs, ils façonnent les formes et les objets qu'ils transmettent et qu'ils diffusent. Ils ne se contentent pas de les diffuser, ils portent sur eux un regard, faisant d'eux des objets de savoir et des objets de culture. La médiation culturelle devient un objet de science à partir du moment où les passeurs s'institutionnalisent, en acquérant l'identité d'une fonction sociale, d'un métier, d'un ensemble de savoirs. En devenant ainsi un objet de savoir et d'interrogation critique, la médiation des identités acquiert aussi une dimension critique, mais ce sont les identités mêmes qui deviennent des objets dans le champ des sciences sociales. Peut-être, d'ailleurs, mais c'est une autre histoire, pourrait-on même définir les sciences sociales comme les sciences des passeurs culturels, c'est-à-dire, en fin de compte, comme les sciences des identités.

C'est qu'être un « passeur culturel » ne consiste pas seulement à transmettre ou à établir des représentations et des relations qui permettent à chacun de se reconnaître comme un sujet social. Il

s'agit aussi d'amener chacun d'entre nous à *repenser sa propre identité*, à refonder la dimension proprement symbolique du contrat social, en soumettant sa propre identité à l'examen critique que comporte toute entreprise de médiation, de communication, de représentation. En communiquant, par la médiation culturelle, l'identité dont nous sommes porteurs, les passeurs culturels la soumettent au jugement critique de l'espace public.

Qu'est-ce donc, d'abord, qu'une science de la médiation culturelle ? On peut observer qu'il faut, pour que soit reconnue une telle scientificité, la convergence de trois faits sociaux majeurs, qui se produit au xx^e siècle.

Il s'agit d'abord de la maîtrise des technologies d'information et de communication qui ne rend pas seulement possibles l'élaboration, la reproduction et la diffusion de l'écriture, mais aussi celles de l'image et du son. Les passeurs culturels font l'objet d'une science à partir du moment où, pour remplir leur mission, ils doivent maîtriser des technologies et, par conséquent, disposer d'une formation qui, elle-même, nécessite savoir et pensée.

Il s'agit, ensuite, de la reconnaissance de la nécessité institutionnelle de la médiation culturelle dans la formation des identités politiques. Si une telle reconnaissance est ancienne, sans doute faut-il attendre le xx^e siècle pour que soit reconnue la nécessité, pour les acteurs politiques et institutionnels, d'inscrire leur existence symbolique dans des médias et dans des formes de communication et d'information largement diffusées.

Il s'agit, enfin, de l'achèvement du processus de la globalisation culturelle. Les passeurs culturels auront consacré leur existence et leur statut social à unifier le monde de la culture, en instituant, par étapes, le processus auquel on donne, aujourd'hui, le nom de globalisation. C'est ce processus qui rend possible, de nos jours, la mise en œuvre d'échanges culturels et de diffusion d'informations dans un espace public désormais à l'échelle du monde.

Sachons, cependant, nous rappeler que l'action des passeurs culturels n'est pas sans danger. Le risque de la globalisation est celui de l'uniformisation, mais il est aussi celui de l'exclusion, voire de la disparition, des cultures différentes, étrangères au modèle imposé par la globalisation. C'est dire la nécessité, pour une telle

science des passeurs culturels, de tenir un discours critique distancié par rapport aux faits sociaux auxquels la médiation culturelle donne leur signification. C'est dire que les passeurs de la culture en sont aussi les penseurs à condition de toujours être inquiets, et de toujours poser la seule question qui vaille : *Qui vive ?*

Partie 2

Les supports de la médiation culturelle

Chapitre 10

L'édition aux XIX^e et XX^e siècles : une médiation culturelle menacée

Chapitre 10

L'édition aux XIX^e et XX^e siècles : une médiation culturelle menacée

par Jean-Yves Mollier

À entendre les critiques actuels du système, effrayés à l'annonce du rachat de Vivendi Universal Publishing (VUP) par Hachette Livre et par le fonds de Wendel Investissement²⁰⁰, l'édition française risquerait d'exploser, peut-être même de disparaître ou de perdre sa finalité principale²⁰¹. Comme en 1999, André Schiffrin, l'un des meilleurs connaisseurs du milieu aux États-Unis, avait signé l'acte de décès de l'édition américaine²⁰², on peut se contenter de ces deux constats pour affirmer que le XXI^e siècle semble marquer un tournant pour l'édition et qu'elle paraît soumise à des forces qui en modifient profondément ou risquent même d'en altérer la nature. Ce *terminus ad quem* étant fixé, il reste à préciser l'époque où apparut l'éditeur, ce qui est relativement simple puisque tous les observateurs des années 1830 ont salué l'émergence d'un nouveau type social, l'éditeur, cette « puissance redoutable » dont parlait un chapitre du volume *Les Français peints par eux-mêmes* en 1839 et que Balzac immortalisa sous la figure du Dauriat des *Illusions perdues*. Même si on repousse un peu vers l'amont, dans les années 1780, à l'époque de Charles Joseph Panckoucke, le second diffuseur de l'*Encyclopédie*, la date à laquelle se produit le changement, la rupture avec l'ancien monde de la librairie, il est relativement aisé de repérer le cycle de l'édition, de la décennie 1780-1790 à la fin des années 1990.

La relecture de l'article d'Elias Regnault dans le portrait de groupe des Français sous la monarchie de Juillet offre l'avantage de faire mieux comprendre pourquoi tous les acteurs des métiers du livre se rassemblaient chaque matin dans la boutique de Dauriat

en attendant ses ordres. Les fabricants de papier, les imprimeurs, étaient dépendants de son bon vouloir parce que leurs lourds investissements industriels exigeaient une rentabilisation optimale, donc des commandes permettant de faire tourner les machines. Les libraires commissionnaires – les diffuseurs d'aujourd'hui – et les détaillants étaient, eux, tributaires de l'éditeur en vogue, du marchand de nouveauté, comme on l'appelait, c'est-à-dire celui qui avait dans son écurie les romanciers les plus appréciés du public²⁰³. Quant aux écrivains, autrefois méprisants à l'égard du négociant de l'Ancien Régime à qui, comme Voltaire, ils faisaient l'aumône de leur manuscrit, ils étaient désormais obligés de passer sous les fourches caudines du nouveau « baron de la féodalité industrielle²⁰⁴ ». Dans le tableau d'Elias Regnault, à peine exagéré pour les besoins de la petite « physiologie » qui était dans l'air du temps, l'auteur s'adresse à l'éditeur comme à un dieu transcendant et le supplie en ces termes : « Éditeur ! Puissance redoutable qui sers au talent d'introducteur et de soutien ! Talisman magique qui ouvres les portes de l'immortalité, chaîne aimantée qui sers de conducteur à la pensée et la fais jaillir au loin en étincelles brillantes, lien mystérieux du monde et des intelligences ; éditeur, d'où vient que je ne sais de quelle épithète te nommer ? ²⁰⁵ »

Soulignant la modernité du personnage, ce témoignage éclaire d'un jour singulier l'essence de l'éditeur. Ici défini comme l'introducteur et le soutien du talent, il sort de sa condition de négociant ou d'artisan et même de commerçant pour entrer de plain-pied dans la sphère des professions intellectuelles. Également décrit comme celui qui accueille l'écrivain et le conduit à l'immortalité, il devient ce lien mystérieux, cette « chaîne aimantée », ce « talisman » sans lesquels l'auteur serait incapable de se transformer en génie reconnu. Passeur aussi redoutable que le Charon de l'Antiquité, il est vécu comme le chaînon indispensable entre l'écrivain et son public, le médiateur par excellence, la puissance tutélaire sans laquelle l'écriture demeurerait exercice solitaire, ce qui est évidemment une consécration pour le type social qu'il représente et une mutation dans l'histoire de la République des lettres. Alors que depuis le XVII^e siècle, l'habitude avait été prise par les penseurs, les philosophes puis les poètes de se considérer comme les seuls guides de l'opinion²⁰⁶, un intermédiaire appartenant à la fois

au ciel et à l'enfer, aux idées et à la marchandise, venait les rejoindre pour partager leur sacre²⁰⁷ et bientôt leur ravir leur couronne. Dès les années 1860, on entendra un autre son de cloche et les frères Goncourt laisseront éclater leur colère contre « ces Michel Lévy, les plus grands égorgeurs, les plus féroces usuriers de la littérature²⁰⁸ ». Le transfert de sacralité²⁰⁹ sera alors achevé et on ne sera pas loin d'entendre les fulminations de Céline contre Gaston Gallimard et ses semblables²¹⁰.

La naissance de l'éditeur

Avant d'en venir là et de prêter l'oreille aux récriminations de ceux qui auront à se plaindre de leurs marchands ou de leurs auxiliaires, les tout-puissants directeurs de collection de la fin du XIX^e siècle ou du XX^e dont l'archétype est Jean Paulhan, il convient de s'arrêter sur la naissance de l'éditeur. Sans revenir sur la personnalité de Charles Joseph Panckoucke, « le ministre officieux de l'information » à la veille de l'écroulement de l'Ancien Régime²¹¹ et le prototype du genre, on insistera sur le commentaire dressé par les observateurs des années 1830-1840. Alors qu'en Grande-Bretagne, les Longman, Smith, Murray et autres Routledge et Bentley avaient déjà profondément transformé l'édition, désormais très concentrée autour de la cathédrale Saint-Paul, et qu'ils allaient, en 1841, ajouter à la librairie et au colportage le troisième réseau de diffusion que constitue le kiosque de gare²¹², les Français s'interrogeaient sur les changements qu'ils étaient en train de vivre. Dès 1835, Frédéric Soulié, dans un article non signé de la *Revue de Paris*, avait décrit « les éditeurs²¹³ » comme les médiateurs indispensables à la transformation du manuscrit, du texte, en livre, et, en 1839, le grand éditeur romantique Léon Curmer devait proposer une véritable définition de sa profession. À l'occasion de l'Exposition des produits de l'industrie nationale, il rédigea une brochure dans laquelle il écrivait : « En résumé, l'éditeur, intermédiaire intelligent entre le public et tous les travailleurs qui concourent à la confection d'un livre, ne doit être étranger à aucun des

détails du travail de chacune de ces personnes ; maître d'un goût sûr, attentif aux préférences du public, il doit sacrifier quelquefois son propre sentiment à celui du plus grand nombre, pour arriver insensiblement et par des concessions graduées à faire accepter ce que les vrais artistes d'un goût plus éprouvé approuvent et désirent. Cette profession est plus qu'un métier, elle est devenue un art difficile à exercer, mais qui compense largement ses ennuis par des jouissances intellectuelles de chaque instant²¹⁴ ».

Spécialiste du beau livre illustré, souvent richement relié, « à la cathédrale » ou « à la gothique », donc habitué à discuter avec les artistes et les écrivains pour faire passer le manuscrit à l'état d'une perle dans un écrin, Curmer avait également l'expérience de la commande éditoriale. Devant le succès des physiologies et des ouvrages illustrés vendus en livraisons – *Paul et Virginie* en 1838, par exemple –, il avait pris l'initiative de la collection des *Français peints par eux-mêmes*, huit volumes découpés en de multiples chapitres, et recruté lui-même les écrivains dont il souhaitait la collaboration. Véritable maître d'œuvre de l'ouvrage, comme Panckoucke l'avait été pour *L'encyclopédie méthodique* qu'il avait lui-même dessinée et bâtie en 1782²¹⁵, Léon Curmer mettait ainsi l'accent sur la médiation entre le public et les divers agents qui concourent à la confection d'un livre. Loin de considérer que l'auteur est le seul acteur de l'écriture ou que le texte se suffit à lui-même, à la différence de Roland Barthes et des théoriciens des années soixante-dix²¹⁶, il se refusait à voir dans l'éditeur le simple libraire que l'Ancien Régime avait connu.

Dans le chapitre qu'il lui confia pour sa série de types sociaux, Elias Regnault devait écrire, avec davantage de cruauté : « Aussi l'éditeur d'aujourd'hui, déguisant avec soin tout ce qui rappelle la patente, affecte-t-il les dehors brillants d'un protecteur des arts. Il n'a pas de comptoir, mais un cabinet. Ses magasins sont des salons ; ses commis sont des employés ; ses acheteurs sont des clients ; bientôt sans doute son caissier s'appellera un receveur²¹⁷. » Sous l'ironie de la charge qui vise les Dauriat encore mal dégrossis, ces éditeurs *self made men* qui ne sont pas des héritiers, qui n'ont reçu qu'une médiocre éducation, souvent celle de la rue comme ce fut le cas de Michel Lévy et de ses frères ou, plus tard, d'Ernest Flammarion, se devine l'analyse lucide du journaliste écrivain qui

assiste à l'émergence d'une profession. Avec la précision du clinicien ou de l'entomologiste, il décrit l'éditeur comme l'homme de la boutique et du salon. Partagé entre son attirance pour le dieu du commerce, Mercure, et la muse de la poésie, Polymnie, il est ainsi l'annonceur de ces hommes doubles en qui la modernité verra le signe de l'apparition des intellectuels dans la cité²¹⁸. Inventeur de la formule selon laquelle les éditeurs du XIX^e siècle firent partie des « hauts barons de la féodalité industrielle²¹⁹ », il était parfaitement conscient de l'ambiguïté de la fonction qui semblait partagée entre le « temple des Muses » et celui du « Dieu du commerce²²⁰ », ce qui était précisément l'objet du débat.

Contrairement à Victor Hugo qui considéra jusqu'à sa mort que son œuvre n'appartenait qu'à lui, et non à ses éditeurs, et qui résumait sa pensée en écrivant : « Parler, écrire, imprimer, publier, ce sont là des identités, ce sont là des cercles concentriques de l'intelligence s'élargissant sans cesse et ce qu'on pourrait appeler les ondes sonores de la pensée, du droit de penser²²¹ », la plupart de ses coreligionnaires en écriture allaient abandonner leurs prérogatives aux nouveaux seigneurs du temps. Alors que Diderot avait voulu tenir les rênes de l'*Encyclopédie* parce qu'il ne faisait plus confiance à son premier libraire, Le Breton, qui n'hésitait pas à modifier ses textes après qu'il eut signé le bon à tirer²²², et que son disciple du siècle suivant, Pierre Larousse, se fera imprimeur pour être certain que nul ne touchera à son manuscrit²²³, la tendance majeure de l'époque était à l'inversion du rapport auteur-éditeur. La perte de pouvoir du premier au bénéfice du second pouvait être lourde de conséquences si elle se traduisait par la consécration du financier, du faux « protecteur des arts » pour parler comme Elias Regnault ou, au contraire, contribuer à la responsabilisation de l'éditeur si celui-ci, disciple de Léon Curmer, inscrivait au cœur de son activité et de son identité l'obligation d'être un passeur de culture.

L'ancrage de l'éditeur dans la sphère culturelle

Retrouvant en quelque sorte les *habitus* ou les réflexes des premiers imprimeurs qui, tel Alde Manuce, ne cherchaient pas tant à fabriquer des livres qu'à offrir aux auteurs de l'Antiquité, redécouverts à la Renaissance, le support le plus approprié à leur lecture²²⁴, les grands éditeurs du XIX^e siècle allaient se vouer à une véritable mission en se mettant, pour beaucoup, au service de la lecture pour tous. Ce fut le cas de Louis Hachette dont la devise, *sic quoque docebo*, dit la volonté de continuer à enseigner malgré l'interdiction du pouvoir réactionnaire de Charles X²²⁵ et celui de la plupart des éditeurs scolaires du siècle, de Delagrave à Nathan en passant par Armand Colin, républicain convaincu, et Alexandre Hatier²²⁶. S'ils gagnèrent de l'argent et furent des capitaines d'industrie de tempérament schumpetérien parce qu'ils ne cessaient d'être à l'affût des grappes d'innovation technologique qui les propulseraient à la tête de leur groupe²²⁷, ils firent tout pour que la France achève sa révolution culturelle silencieuse qui la ferait entrer dans l'ère de la modernité²²⁸. Les éditeurs de littérature générale eux-mêmes ne restèrent pas à l'écart de ce mouvement et tant Camille Ladvoat, qui mit en gage, selon Rémusat, le magnifique châle en soie de sa femme pour l'éditer²²⁹, que Charles Gosselin, qui fut le premier médiateur de Tocqueville, furent conscients du rôle qui leur était dévolu. Michel Lévy, détesté par Flaubert au plus fort de sa crise d'antisémitisme²³⁰, et par les Goncourt qui ne supportaient pas le transfert de sacralité de l'auteur à l'éditeur auquel ils assistaient impuissants, s'acharna à bâtir une fortune colossale mais, dans le même temps, il fut un défenseur résolu du droit des plus démunis à participer à la découverte de la littérature de leur temps.

Dans sa discussion avec George Sand qui se montrait sceptique quant à la capacité de ses romans à pénétrer en profondeur dans la population, l'éditeur lui faisait part de sa certitude que l'abaissement du prix des volumes et l'augmentation concomitante des tirages ne pouvaient que lui être favorables. Il balayait ses craintes de voir le public préférer les livres faciles aux œuvres plus littéraires en lui déclarant : « Possible et même probable qu'il en soit ainsi au début, c'est dans l'ordre des choses humaines, mais

songez à ceci, que les mauvaises lectures ont un bon résultat inévitable : elles rendent l'homme curieux de lire, elles lui en donnent l'habitude, et l'habitude devient un besoin. Je veux qu'avant dix ans on attende un livre avec une impatience aussi impérieuse que s'il s'agissait de dîner quand on a faim. Manger et lire, il faut créer l'union de ces deux besoins, et vous direz alors, vous autres, les artistes, que nous avons résolu votre problème : « L'homme ne vit pas seulement de pain²³¹. » Positiviste par ce trait de caractère et peut-être même matérialiste ou mécaniste, l'éditeur parisien utilisait son sens pratique pour développer l'argumentation qu'utiliseront plus tard les spécialistes de l'apprentissage de la lecture qui se rallieront à la théorie des paliers²³². Refusant de stigmatiser la lectrice de romans sentimentaux ou le lecteur de « polars », ces chercheurs feront remarquer que, dans une vie de dévoreur de livres, il est rare que l'on demeure spécialisé très longtemps dans le même genre d'ouvrages et que, par conséquent, de Delly à Françoise Mallet-Joris ou de S.A. Stemann à Albert Camus, le chemin n'est pas nécessairement abrupt. En affichant une vision résolument optimiste de la condition humaine, Michel Lévy avait certes défendu sa stratégie et ses politiques éditoriales de créateur de collections bon marché – telle la fameuse Collection Michel Lévy à un franc lancée fin 1855 –, mais il avait aussi défendu sa corporation contre les visions restrictives, négatives et unilatérales de ceux qui, avec les Goncourt, ne voudront plus retenir que le mercantilisme des éditeurs et qui ouvriront ainsi la voie à la légende noire qui entoure ces professionnels.

Vivant dans une époque où gagner de l'argent et même étaler sa fortune en faisant construire hôtels particuliers à Paris et châteaux en province n'était pas encore considéré comme une marque indélébile de mauvais goût²³³ – par ce trait, Michel Lévy, l'enfant de la rue, et Louis Hachette, l'intellectuel reçu troisième à l'École normale supérieure se ressemblent –, les éditeurs avaient la volonté de faire lire la totalité de la population. À la fin de sa vie, Louis Hachette avait engagé la bataille des bibliothèques populaires et il aidait les Amis de l'Instruction publique à poursuivre leur combat²³⁴. Dans son dernier écrit publié, *L'Instruction publique et le suffrage universel*, il se disait persuadé que l'ignorance conduit à la misère et au crime et que le savoir, au contraire, éloigne du

vice. 78,6 % des condamnés de l'année 1857 ne savaient ni lire ni écrire, constatait le grand éditeur qui plaidait pour l'accélération des réformes que son ami Victor Duruy en 1867 et Jules Ferry en 1881-1882 décréteront²³⁵. Partisan convaincu du bienfait de la lecture publique sur la santé morale des Français, il encouragea de ses deniers la fondation de bibliothèques et aurait jugé indécente la position du Syndicat national de l'édition qui, en 1999, plaidait pour le prêt payant en bibliothèque. Ayant œuvré, avec la plupart des éditeurs de son temps, pour la création de ces établissements en leur donnant argent et livres, il avait démontré concrètement l'ancrage de sa profession dans la sphère culturelle.

Ainsi, bien avant que ne brillent tous les feux de *La NRF* et que la librairie Gallimard ne soit considérée par Otto Abetz, à l'instar du communisme et de la grande banque, comme l'une des trois forces qui comptent en France²³⁶, le refus des éditeurs de se considérer comme de simples marchands ou même des négociants avait installé leur activité au cœur de la vie intellectuelle. S'il est vrai que l'édition populaire, à la fin du XIX^e siècle, avec les Havard, Rouff, Ferenczi, Tallandier, Fayard ou Flammarion, sera vertement dénoncée par certains pour son penchant à faire de l'argent à tout prix, il n'en reste pas moins que l'édition de littérature générale avait bonne presse dans les milieux cultivés et que les intellectuels et les écrivains traitaient sur un pied d'égalité leurs éditeurs. L'amitié profonde que vouèrent des hommes aussi divers qu'Ernest Renan et Anatole France à Calmann Lévy est une réalité²³⁷, comme celle qui unissait Alphonse Daudet à Ernest Flammarion, pourtant surnommé « le Boucicaud du livre » par ses détracteurs²³⁸. Arthème II Fayard, repreneur de la librairie en 1895, initiateur en 1905 du Livre populaire à 13 sous, dont le titre phare fut *Chaste et flétrie* de Charles Mérouvel, fut aussi le fervent soutien – accepté – de Charles Maurras à l'Académie française et le parrain de l'école des historiens capétiens qui le traitaient avec la plus grande déférence, même et surtout quand il fondait *Candida* et *Je suis partout* dans les années trente²³⁹. Sans allonger inutilement la liste, on peut citer Ambroise Firmin Didot, membre de l'Académie des inscriptions et Belles lettres²⁴⁰ ou Honoré Champion dont « la librairie à chaises » attirait les professeurs les plus réputés du Collège de France ou de l'École pratique

des hautes études²⁴¹, et, plus près de nous, José Corti, Adrienne Monnier ou Jérôme Lindon dont tous ceux qui les côtoyèrent reconnurent l'excellence du jugement en matière de littérature et d'esthétique.

La fin des éditeurs ?

D'une certaine manière, le pamphlet d'André Schiffrin a permis de rappeler que si l'édition oublie son dimorphisme structurel, elle perd sa spécificité et se délite. De même que l'éditeur ne peut oublier qu'il exerce son activité dans la sphère marchande, sauf à courir le risque de disparaître emporté par la faillite, de même ne saurait-il durablement se considérer comme un pur agent économique. Parce que le livre est à la fois objet culturel et matériel, il ne peut être envisagé sous une seule de ses dimensions. Certains professionnels ont cru utile d'abandonner toute velléité intellectuelle et l'on a même vu *La Pensée universelle*, voici quelques années, tenter de faire vibrer la corde sensible des refusés de l'édition pour enrichir les caisses d'Alain Moreau²⁴², mais ils n'ont guère laissé de traces. C'est pourquoi la substitution, d'abord aux États-Unis puis en Europe, de financiers pour qui la politique souhaitée par les fonds de pension est le seul horizon, aux anciennes équipes qui dirigeaient les entreprises d'édition, fait craindre le pire, voire la disparition pure et simple de cette profession. On retrouve ici la hantise exprimée dans certains milieux par le démantèlement de l'empire Vivendi Universal. En se lançant dans *l'éducaînement*, la recherche acharnée de profits découlant de l'exploitation des deux industries de l'éducation et du loisir²⁴³, les géants de la communication, AOL-Time Warner, Vivendi Universal, News Corporation, Walt Disney, Viacom, Comcast et Bertelsmann risquent d'entraîner l'édition vers une zone de turbulences où elle perdra son identité. Si la France doit posséder l'entreprise la plus concentrée du monde en matière de fabrication et de diffusion de livres, la logique commerciale peut détruire les équilibres anciens qui perduraient dans ce secteur.

C'est donc à une véritable croisée des chemins que se situe l'édition dans les pays les plus industrialisés et pas seulement, comme on l'a cru un peu vite, à cause de l'évolution des techniques et de l'apparition sur le marché des livres électroniques. Que le support de la pensée soit un papyrus, un parchemin, une peau de phoque ou un *codex*, ces cahiers qui ont commencé à remplacer le *volumen*, le rouleau, au 1^{er} siècle de l'ère chrétienne, ou encore un *e-book*, voire un *real-book*²⁴⁴, ne change rien à la nature de l'édition. Ou bien le médiateur entre le public et le créateur intervient pour aider à préparer le produit final et on assiste à une forme d'édition, même rudimentaire, ou bien l'intermédiaire n'en est pas vraiment un et il se contente de vendre le texte sans lui ajouter quoi que ce soit, et l'acte d'édition disparaît, laissant la place à une simple opération marchande qui dénature profondément le livre. Là est sans doute le danger principal qui guette cette profession apparue au moment où l'écrit se généralisait en Europe et où la culture orale cédait peu à peu la place à la culture imprimée.

Chapitre 11

Les passeurs culturels au risque des revues (France, XIX^e et XX^e siècles)

Chapitre 11

Les passeurs culturels au risque des revues (France, XIX^e et XX^e siècles)

par Thomas Loué

Remarques préliminaires

La notion de « passeur culturel » recouvre une très grande diversité d'objets : en premier lieu des individus comme l'enseignant, l'universitaire, l'hispaniste, le curé, le notaire, la prostituée, la femme indigène brésilienne, le père ou la mère et plus généralement l'adulte, mais aussi l'enfant ; en second lieu des institutions sociales comme les bibliothèques et plus généralement les médiathèques, les associations musicales mais aussi la – ou les – religion(s) ; en troisième lieu des catégories comme la littérature de jeunesse, la littérature glagolitique ; enfin, d'autres éléments difficilement classables comme des groupes ethniques (par exemple les Juifs dans l'Espagne musulmane), des villes, Istanbul (entre Orient et Occident), etc. En bref, le concept de « passeur culturel » est très largement employé pour circonscrire des objets dont l'hétérogénéité paraît problématique ; d'autant plus problématique qu'un concept anthropologique comme celui de *cultural brokerage* (qui est sans doute un équivalent jusqu'à un certain point discutable), montre clairement cette fois qu'il est possible de circonscrire plus strictement cette notion dès lors qu'elle appartient à un langage forgé en dehors de la pratique des acteurs qui en constituent souvent la source.

La notion de « passeur culturel » ne va pas de soi en dehors d'une tradition anthropologique – essentiellement anglo-saxonne, ou africaniste en France – qui a ses logiques d'analyse

et ses champs d'expérimentation propres. Et il faut souligner le risque, trop souvent sous-estimé, des transferts conceptuels mal maîtrisés, transferts en soi légitimes, et dont il faut savoir user sans réticence, mais trop souvent pratiqués sans réflexion préalable.

Il faut d'autant plus insister que, pour en revenir à la littérature française, lorsque l'on cherche dans le champ des sciences humaines, et plus précisément en histoire – mais le constat pourrait sans doute être étendu vers d'autres disciplines –, l'utilisation du concept de « passeur culturel », un grand désert bibliographique se fait jour : à côté des notions de « diffusion culturelle », de « médiation » et/ou d'« intermédiation culturelle » qui, par exemple, sont largement employées, celle de « passeurs culturels » demeure largement en retrait. Du reste, deux colloques seulement ont été menés sur ce thème : le premier, ancien, mais qui fit date alors, à l'Université de Provence, en 1978, sous la direction de Michel Vovelle²⁴⁵, et le second récemment à l'Université de Marne-la-Vallée, sous la direction de Louise Bénat-Tachot et Serge Gruzinski²⁴⁶. Dans ce dernier cas, soulignons que Serge Gruzinski, parce qu'il en est un spécialiste²⁴⁷, avoue d'emblée la difficulté à cerner la notion, qui reste ainsi d'une médiocre efficacité heuristique²⁴⁸. Le terme de « métisses culturels » était employé déjà par Michel Vovelle dans l'introduction du colloque d'Aix-en-Provence et se situait alors plus précisément au carrefour d'une problématique marxiste confrontée au couple déculturation-acculturation, notamment à propos des rapports entre « culture populaire » et « culture d'élite », contribuant ainsi à en affaiblir la distinction²⁴⁹. Ce qui ressort en tout état de cause de ces travaux, c'est l'idée du passeur culturel comme agent de liaison, « agent de diffusion », « relais » entre deux univers culturels *a priori* éloignés, se rejoignant justement dans l'idée que les frontières étanches et les distinctions claires de l'un à l'autre sont en fait largement artificielles, voire reconstruites²⁵⁰.

En fait, de l'analyse de Michel Vovelle, on peut retenir ici essentiellement deux éléments. D'abord, l'idée de l'intermédiaire culturel comme un « agent de circulation », comme « courroie de transmission » ; en bref, une perspective d'analyse de type fonctionnaliste reposant toujours sur une base dynamique, ou plutôt sur la nécessité d'étudier des structures dynamiques. En second lieu, comme le note Vovelle, que la dimension historique – et

on ajoutera volontiers sociale – est une condition *sine qua non* de l'étude. De ce point de vue, prolonge Michel Vovelle, « à partir du XIX^e siècle, ce tableau relativement stable [...] se brouille, devient moins limpide, sous la pression d'une évolution sociale plus encore que culturelle qui modifie profondément les données. On assiste, à un rythme accéléré, à un développement considérable du livre, puis, grâce à la pression des médias, des moyens de diffusion (et/ou) de domestication idéologique, en même temps peut-être qu'à une relative dépersonnalisation du contact, moins direct²⁵¹ [...] » C'est, comme l'écrit Christophe Charle, le temps des « hommes doubles » marquant, à la fin du siècle, « l'achèvement du système de production culturelle fondé sur la multiplication des intermédiaires entre auteurs et publics²⁵² ».

Partant de ce dernier constat, c'est bien ici dans une ère du papier qui s'inscrit dans un schéma production-diffusion-réception, et dont les revues participent largement, que les « passeurs culturels » trouvent naturellement leur place. On verra dans un premier temps comment on peut articuler la notion de « passeurs culturels » avec l'étude des revues, en partant de l'élément le plus simple et le plus immédiatement repérable, à savoir l'importation des cultures étrangères au sein de l'espace culturel français. En second lieu, on se placera au sein de l'espace médiatique lui-même pour interroger la notion de « passeur culturel » en se demandant dans quelle mesure elle peut aider à en éclairer les structures et les modalités de fonctionnement. Mais avant d'en venir à ces deux points, quelques remarques préalables s'imposent pour déterminer, au moins grossièrement, ce que l'on entend par revue.

Bref passage en revue

Chronologiquement, on peut distinguer trois grandes périodes dans l'histoire des revues en France : la première, 1825-1880, durant laquelle se structure progressivement une forme imprimée nouvelle autour de ce que l'on peut appeler « un modèle matriciel » représenté *grosso modo* par la *Revue des Deux Mondes*²⁵³, revue à

destination d'élites économiquement et socialement dominantes, à une époque où se maintient l'idée (de plus en plus fantasmatique) d'une adéquation entre espace public et élites lettrées²⁵⁴. Dans un second temps, 1880-1930, que l'on définit désormais comme la « belle époque des revues », celles-ci sont désormais des structures essentielles dans le paysage socioculturel : dans le paysage culturel des élites traditionnelles (prolongement du demi-siècle précédent), mais aussi dans celui des avant-gardes dont elles constituent l'une des modalités principales de fonctionnement²⁵⁵, ainsi que dans le monde des sciences et de leur vulgarisation auprès d'un public beaucoup plus vaste. Enfin, dans l'entre-deux-guerres, si la *Nouvelle Revue Française* s'impose comme une nouvelle *Revue des Deux Mondes* pendant que celle-ci draine un nombre d'abonnés jusqu'alors jamais atteint²⁵⁶, à partir des années trente, les magazines hebdomadaires littéraires et généralistes de grande diffusion prennent progressivement le relais et l'on peut dire qu'après 1945, les grandes revues littéraires et politiques ont quasiment disparu, tandis que la forme éditoriale des revues se concentre désormais dans le champ scientifique et dans une certaine mesure dans le champ intellectuel proprement dit²⁵⁷.

Ces quelques repères pour dire seulement qu'il est difficile de parler d'une revue comme d'un objet en soi, sans prendre en compte en permanence la dimension socio-historique qui, au total, en fait un objet d'étude heuristiquement pertinent mais en même temps diachroniquement polymorphe, voire polysémique. Car, comme on l'entrevoit implicitement, mais sans peine, dans ce bref aperçu chronologique, il n'existe pas un mais bien plusieurs types de revues très différents entre eux et que le temps configure différemment ; de nombreuses distinctions, en effet, opposent les revues généralistes et les revues thématiques, les revues parisiennes et les revues provinciales, les grandes et les petites revues... Mais aussi les revues savantes, politiques et littéraires, professionnelles ou syndicales, coloniales, sportives, artistiques, musicales, féministes, etc. – et la typologie est sans fin. Les modalités de fonctionnement des revues connaissent d'importantes variations en fonction des catégories dans lesquelles elles se rangent, ou plus exactement, ce sont ces modalités de fonctionnement spécifiques

qui permettent d'établir une typologie autre que totalement impressionniste.

Les revues entre les cultures

Les revues jouent un rôle important dans l'importation des cultures étrangères en France. C'est vrai en premier lieu des grandes revues littéraires et politiques qui, sur un mode encyclopédiste et au nom d'une « culture générale », celle de « l'honnête homme », fournissent aux abonnés un aperçu de la production intellectuelle étrangère. Le modèle de ces anciennes et prestigieuses revues est particulièrement important pour étudier et comprendre la médiation interculturelle des élites au XIX^e siècle. À cet égard, la *Revue britannique*, fondée en 1825, reprise par le traducteur Amédée Pichot²⁵⁸ en 1839, est particulièrement remarquable²⁵⁹, mais d'autres revues sur un modèle similaire comme la *Revue germanique* fondée en 1858 jouent aussi un rôle de « passeur » important. Au sein des grandes revues encyclopédiques, la critique littéraire joue un rôle spécifique : dans la *Revue des Deux Mondes* par exemple²⁶⁰, Philarète Chasles²⁶¹, Emile Montégut²⁶² ou Thérèse Blanc, alias Théodore Bentzon, traduisent ou commentent largement la littérature anglo-saxonne, Saint-René Taillandier la littérature allemande, tandis qu'Alfred Fouillée, au-delà de ses travaux personnels sur les idées-forces, dresse de vastes panoramas de la production philosophique européenne, pour ne citer que ces quelques noms²⁶³. La notoriété dont jouit par exemple Herbert Spencer à la fin du XIX^e siècle est en grande partie due aux discussions qui, dans ces revues, puis dans les revues à vocation plus proprement philosophique, portent sur son œuvre, à tel point que Laurent Mucchielli a pu parler, à juste titre semble-t-il, d'un « moment anglais de la pensée française²⁶⁴. » Les vogues du nietzschéisme, du wagnérisme, de la littérature scandinave puis latine voient un certain nombre de revues se créer en référence explicite à ces vagues culturelles étrangères : la *Revue wagnérienne* ou la *Revue latine*, par exemple.

Certaines créations sont de véritables tentatives pour fonder des revues internationales. C'est le cas de la bien nommée *Revue internationale* fondée par Angelo de Gubernatis en 1883 sur le modèle de la *Revue des Deux Mondes*²⁶⁵. Signalons aussi la revue *Cosmopolis*, basée à Londres mais dont Armand Colin prend en charge la partie française et à laquelle sont associés Paul Bourget, Jules Lemaître ou Emile Faguet, qui est fondée en janvier 1896 et apparaît comme une véritable tentative de revue internationale, y compris dans la publication de textes en version originale, même si elle est de courte durée puisqu'elle s'éteint en 1898. En 1924, la revue *Commerce* est aussi une tentative pour mettre sur pied une revue internationale, autour de personnalités comme Paul Valéry, Léon-Paul Fargue ou Valéry Larbaud²⁶⁶.

Il n'est sans doute guère nécessaire de s'attarder davantage sur le rôle que les revues jouent dans les transferts culturels internationaux. C'est tout autant le cas des revues scientifiques qui contribuent largement à dessiner les contours d'une « internationale scientifique²⁶⁷ » qui connaît, dans les dernières décennies du XIX^e siècle, un essor remarquable. Selon Anne Rasmussen et Vincent Duclert, le nombre de revues annuellement publiées dans le monde passe de 750 en 1800 à 5 000 en 1885, 8 000 en 1895 et 25 000 en 1920²⁶⁸. Élément essentiel de la structuration du monde scientifique moderne, les revues scientifiques contribuent aussi aux échanges interculturels, grâce à leur attention à la production internationale mais aussi à leur fonction de vulgarisation auprès de publics nouveaux. Parmi les revues pionnières de la vulgarisation scientifique en France, la revue *Cosmos* de l'abbé François Moigno, fondée en 1852, est suivie, à partir de 1856, par *L'Année scientifique et industrielle* de Louis Figuier, en attendant *La nature* en 1873. Jusqu'à un certain point, on peut voir dans ces revues de vulgarisation des intermédiaires, des passeurs entre une production intellectuelle qui, en théorie, trouve sa réception légitime dans le cercle restreint du monde scientifique mais par dérivation s'étend vers des milieux qui, normalement, ne sont pas directement concernés par ce type de production, et constitue un bon exemple d'acculturation, caractéristique des passages culturels. Du reste, outre les revues de vulgarisation, les grandes revues encyclopédiques occupent elles aussi cette fonction à destination

d'un public plus élitiste. Rappelons que c'est pour remplir cette fonction d'intermédiaire qu'est fondée en 1863 la *Revue des cours et conférences*, ou *Revue bleue*, par Eugène Yung, ancien secrétaire de rédaction de la *Revue des Deux Mondes*, et qui sera suivie par la *Revue rose*, dirigée par Charles Richet, plus exclusivement tournée vers les sciences²⁶⁹. Par ailleurs, dans les grandes revues parisiennes et généralistes, les chroniqueurs scientifiques occupent une place importante et assurent, là comme d'autres dans des genres différents, la continuité du discours : Adolphe Radau et Albert Dastre puis Charles Nordmann assurent cette fonction au sein de la rédaction de la *Revue des Deux Mondes*, par exemple.

Dernier élément de cette fonction de passage entre deux cultures : il s'agit des revues régionales, provinciales ou locales qui assurent une fonction-relais, cette fois-ci entre le national et le local. On connaît bien le « réveil des provinces » étudié par Anne-Marie Thiesse et dans lequel fleurissent nombre de revues qui sont les lieux d'expression de cette littérature²⁷⁰. Mais, si l'épisode est connu, il ne doit pas occulter une première vague régionaliste qui se développe dans les années 1830-1840 et qui voit apparaître là aussi un grand nombre de revues provinciales. La recension (très incomplète) d'un peu plus de 80 revues que l'on a constituée pour échantillon dans ces années de la monarchie de Juillet tente de donner une idée d'un phénomène qui demeure encore largement méconnu²⁷¹. Certes, pour la plupart, ces revues résistent mal au temps. Néanmoins, certaines offrent des tentatives de constructions spectaculaires. Ainsi, en 1836, autour de six revues, se crée l'*Association intellectuelle des provinces* qui propose aux abonnés de chacune des revues, moyennant un léger supplément²⁷², un abonnement à l'ensemble des cinq autres revues : la *Revue de Montpellier*, la *Revue de Lyon*, la *Revue de Bordeaux*²⁷³, la *Revue de Toulouse* et la *Bibliothèque méridionale*²⁷⁴ se trouvent ainsi associées sous l'égide d'un Congrès, expression nouvelle de la province intellectuelle. Si l'expérience semble avoir moyennement fonctionné et la coordination des abonnements avoir été difficile à réaliser, par le simple fait d'avoir été tentée, elle mérite que l'on s'y arrête quelques instants. S'inscrivant dans le second temps du romantisme français qui, à la suite des *Confessions d'un enfant du siècle*, fait de l'ennui le cadre de cette école du désenchantement,

ces revues apparaissent d'abord comme une réaction de la jeunesse désenchantée. Mais, peut-être et surtout, s'inscrivent-elles en cette période qui suit la stabilisation du régime bourgeois de la monarchie de Juillet et voit le triomphe des notables de province et se traduit, notamment sous l'égide du ministère de l'Instruction publique et de François Guizot, dans le vaste mouvement de réappropriation de la diversité du local au sein du national. Dans l'éloge de cette diversité, à côté des *Français peints par eux-mêmes* de Léon Curmer (1840-1842), l'on songe évidemment aux *Voyages pittoresques et romantiques dans l'ancienne France* du baron Taylor à partir de 1820, ou bien encore à la floraison de sociétés savantes qui apparaît à la même époque²⁷⁵. Ces revues caractérisent ainsi cette France des notables, appuyant un vaste mouvement de construction patrimoniale en même temps qu'une première tentative de faire vivre en dehors de Paris une littérature qui ne soit plus uniquement l'expression du local. Ces revues peuvent donc être considérées comme des passeurs culturels en ce qu'elles assurent une continuité entre culture locale et culture nationale et contribuent à reproduire le modèle de la revue parisienne en province en même temps qu'à dessiner l'identité culturelle des provinces²⁷⁶.

En résumé, que ce soit au niveau géographique des échanges culturels de nation à nation ou de nation à région, ou bien sur le plan de la construction disciplinaire des sciences ou plus largement sur un plan social de la diffusion disciplinaire de milieux restreints vers des configurations sociales élargies, il est donc possible de faire des revues des « passeurs culturels ». Toutefois, il faut relativiser ou en tout cas préciser ce que l'on entend par là.

Quelques remarques sur l'autonomie du passeur

L'expression de « passeur culturel » renvoie à un processus qui induit implicitement le déplacement d'un lieu à l'autre – ce qui serait le cas dans les problématiques des transferts culturels développées autour de Michel Espagne et Michael Werner –, ou d'un

avant et d'un après – ce que l'on verrait à l'œuvre dans la transformation du manuscrit en article par exemple, et plus globalement autour du schéma classique de l'économie générale de l'imprimé qui pose la diffusion entre la production et la réception. Mais dans un cas comme dans l'autre, la distinction des aires culturelles ou des étapes reste problématique. Dans la première perspective, les travaux dirigés par Michel Espagne et Michael Werner et consacrés à la construction des littératures nationales ont montré que c'est surtout à usage interne, et pour la définition d'une littérature nationale, que fonctionne l'importation littéraire²⁷⁷. C'est aussi ce qui ressort des conclusions de la thèse de Blaise Wilfert sur la traduction en France en 1880 et 1930, dans son étude de deux temps forts dans la nationalisation idéologique de la littérature, autour de 1886 avec la question du roman russe et 1895 avec celle de la renaissance latine²⁷⁸. L'introduction d'une littérature étrangère, par la traduction ou la critique, relève en fait de la fonction « nationalitaire » du passage. Plus qu'un passeur culturel entre deux cultures, le processus opère surtout dans la construction d'une identité culturelle à usage interne, d'un nationalisme littéraire, si l'on préfère. Du reste, pour reprendre la couverture du premier numéro de *Cosmopolis* en 1896, les noms de Paul Bourget, Maurice Barrès ou Emile Faguet, trois grandes figures du nationalisme littéraire, montrent cet usage interne de la fonction de passeur²⁷⁹. C'est aussi ce que conclut Anne-Marie Thiesse de son étude du nouveau littéraire régionaliste, montrant qu'il n'y a pas contradiction entre affirmation locale et nationalisme et, là encore, le seul nom de Charles Maurras suffirait à le démontrer²⁸⁰.

Aussi, ce statut de passeur entre deux cultures que l'on peut assigner aux revues est-il problématique. Pour s'en tenir encore à une analyse fonctionnaliste de la revue, on peut dire que plus que dans la fonction de médiation interculturelle, c'est dans la construction d'une culture identitaire que son rôle s'affirme le plus nettement. Anne Rasmussen l'a montré à propos des milieux scientifiques, que ce soit dans les congrès ou à propos des revues, où l'internationalisation correspond aussi à l'affirmation du national dans les nouvelles conditions de la concurrence internationale²⁸¹. En conséquence de quoi, on peut dire que la notion de « passeur culturel » n'a ici de sens que par une définition stricte

du contexte idéologico-littéraire dans laquelle on peut en faire usage. Contexte idéologico-littéraire mais aussi contexte social, serait-on tenté de dire, dans la mesure où, et notamment à propos des revues, un rigoureux positionnement de chacune dans le champ intellectuel est indispensable pour essayer de comprendre les mécanismes de passage.

À cet égard, on peut dire que l'économie générale du monde des revues s'organise, toujours au point de vue des processus de passages ou d'échanges, autour d'une triple logique : marchande et financière renvoyant au modèle culturel capitaliste ; domestique et quasi anthropologique des sociabilités ; enfin, une logique de la circulation des biens symboliques²⁸².

L'entrecroisement de ces trois logiques dessine des modalités de fonctionnement extrêmement diverses. On ne s'en tiendra ici qu'à quelques grandes lignes : revues parisiennes et revues provinciales, revues encyclopédiques et savantes, grandes et petites revues, revues académiques et revues d'avant-garde, sont autant de distinctions qui impliquent des modes de fonctionnement différenciés. Ainsi, la logique marchande des revues de grande diffusion les distingue de la logique symbolique des revues savantes, qui du reste dépendent fréquemment, pour leur fonctionnement économique, d'une maison d'édition²⁸³. Quant aux revues provinciales, elles sont souvent le fruit de l'initiative d'un notable érudit, un René Vallette par exemple qui, à Fontenay-le-Comte, lance en 1888 la *Revue du Bas-Poitou*, ou d'un imprimeur qui a réussi : c'est le cas de Camille Mellinet qui crée puis fusionne en 1830 le *Lycée armoricain et la Revue de l'Ouest*²⁸⁴. De même, la *Revue de l'Agenais* n'aurait sans doute pas pu voir le jour en 1874 sans l'ancienneté et la solidité de l'imprimerie Noubel à Agen. Les grandes revues parisiennes, de ce point de vue, sont plus autonomes : elles sont, pour les plus grandes d'entre elles du moins, comme la *Revue des Deux Mondes*, de véritables entreprises dont le directeur-gérant se doit d'offrir de substantiels bénéfices à ses actionnaires²⁸⁵. Mais là encore, il n'y a pas de modèle systématique et plusieurs de ces grandes revues littéraires et politiques s'adossent à de puissantes maisons d'édition comme la *Revue du monde catholique* fondée en 1862 par Victor Palmé ou la *Revue de Paris* fondée en 1894 par Paul Calmann Lévy avec un budget global avoisinant les 500 000 francs

de l'époque, et qui toutes deux tentent de concurrencer la *Revue des Deux Mondes*. Elles sont alors parties intégrantes de stratégies éditoriales plus globales, même si, comme c'est le cas pour la *Revue de Paris*, elles peuvent conserver une réelle autonomie.

Ces configurations très différentes les unes des autres impliquent ainsi des logiques de fonctionnement mais aussi des degrés d'autonomie qui le sont tout autant. En ce sens, la *Revue des Deux Mondes*, institution culturelle en elle-même, ne peut guère être étudiée comme un passeur culturel : elle est une puissante matrice de la production symbolique – il existe une véritable culture *Revue des Deux Mondes* –, dans laquelle l'offre crée sa propre demande, car elle fait vivre des auteurs en même temps qu'elle leur assure une légitimité institutionnelle. Elle n'est pas un intermédiaire entre les milieux de la production académique et un public lettré ; elle est une institution qui produit des biens symboliques en même temps qu'elle dessine la configuration sociale de son public. Elle est tout autant partie prenante de la construction de ce public que des producteurs qu'elle légitime en les publiant. Les catégories production-diffusion-réception se trouvent ainsi largement brouillées dans un processus dynamique, dont, rappelons-le, Michel Vovelle faisait un impératif pour l'analyse des intermédiaires culturels.

Soulignons enfin brièvement que la question des relations auteurs-«reviewers», au-delà des liens juridiques qui formalisent ces relations contractuelles, relèverait tout autant d'une analyse ethno-économique que d'une sociologie des acteurs²⁸⁶. Le passage du manuscrit au texte, que l'on voit particulièrement bien à l'œuvre dans les rédactions des revues – puisqu'il s'agit souvent d'un processus récurrent –, ressort d'une nature complexe entre-croisant une logique mercatique du capitalisme – elle-même en contradiction avec le paradigme du génie créateur – et une nature domestique, quasi clanique des relations d'interconnaissance qui structurent, à des degrés divers, les relations entre centre du pouvoir (dans les revues) et milieu de la production proprement dit. Du reste, la diversité des structures rédactionnelles des revues – que l'on songe à la concentration qui caractérise la rédaction de la *Revue des Deux Mondes*, à l'éclatement qui, au contraire, singularise celle de la *Revue de Paris* ou, dans un autre domaine, à

la juxtaposition des cercles de sociabilité qui caractérise la rédaction de *L'année sociologique*²⁸⁷ ou au contraire, au noyau strasbourgeois plus compact qui fonde les *Annales d'histoire économique et sociale* –, cette diversité incite à la prudence quant à toute tentative d'analyse globalisante. En effet, cette diversité et cette complexité plaident aussi pour une autonomie des revues qui, là encore, dépassent largement le statut de passeur culturel, et ne sont réellement compréhensibles qu'à la lumière d'une analyse les restituant dans la diversité de leurs logiques de fonctionnement.

On pourrait conclure comme on a commencé en redisant que la notion de « passeur culturel » est un concept mou à portée heuristique faible. Du curé au notaire, de l'enseignant aux parents, des églises aux médiathèques, des langues aux villes, tout est « passeur culturel ». *A fortiori* dans l'univers médiatique où, des revues aux livres en passant par les journaux, la notion devient tellement englobante qu'elle ne permet plus *in fine* de décrire ou d'expliquer efficacement des configurations socio-historiques singulières. Car il convient que le passage comme processus et le passeur comme acteur demeurent toujours circonscrits au plus près du contexte historique, social, économique, politique ou idéologique qui les spécifie.

Annexe 1 :

Revue provinciales sous la monarchie de Juillet

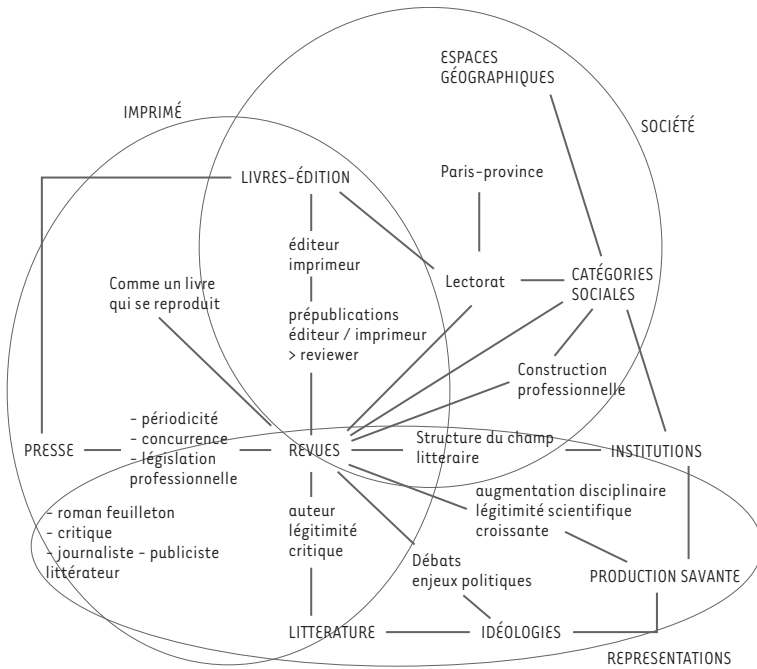
(source : *Bibliographie de la France, sondage aléatoire et incomplet*)

Écho de la Baïse	Condom, 1833
Nouvelle revue de Bretagne	Rennes, 1838
Rendez-vous des muses	Bordeaux, 1833
Revue anglo-française	Poitiers, 1833
Revue cambrésienne	Cambrais, 1835
Revue champenoise	Reims, 1842
Revue charentaise	Angoulême, 1825
Revue d'Alsace	Strasbourg, 1834
Revue d'Amiens	Amiens, 1833
Revue d'Auvergne	Paris, 1840
Revue de Basse-Normandie	? 1835
Revue de Barbezieux	[Charente], 1842
Revue de Bordeaux	Bordeaux, 1836
Revue de Bretagne	Rennes, 1835
Revue de Bretagne	Guingamp, 1842
Revue de Cherbourg	? 1840

Revue de Franche-Comté	Lons-le-Saulnier, 1839
Revue de Honfleur	? 1839
Revue de l'Ain	Nantua, 1839
Revue de l'Armorique	? 1844
Revue de l'Aude	Carcassonne, 1845
Revue de l'Indre	1839
Revue de l'Oise, de l'Aisne et de la Somme	Beauvais, 1843
Revue de l'Orne	? 1841
Revue de l'Ouest	Nantes, 1829
Revue de l'Ouest	[Deux-Sèvres], 1835
Revue de la Corse	Bastia, 1839
Revue de la Côte d'Or	1847
Revue de la Garonne et des Landes	? 1843
Revue de la Nièvre	Nevers, 1842
Revue de Libourne	? 1835
Revue de Loriant	? 1842
Revue de Lorraine	Nancy, 1835
Revue de Lyon	? 1831
Revue de Lyon	? 1834
Revue du Centre	[Cher], 1843
Revue du Centre	Limoges, 1837
Revue du Cher	? 1829/1831
Revue du Comtat	Avignon, 1838
Revue du Dauphiné	Valence, 1837
Revue du Finistère	Brest, 1837
Revue du Havre	? 1833
Revue du Lot	? 1834
Revue du Lyonnais	? 1835
Revue du Midi	[Toulouse], 1833
Revue du Nord	[Lille], 1833
Revue du Quercy	[Cahors], 1834
Revue du Quercy	[Paris], 1835/1838/1854
Revue franc-comtoise	[Besançon], 1842
Revue languedocienne	[Toulouse], 1846
Revue littéraire de l'Ouest	[Niort], 1836
Revue marmandaise	? 1847
Revue mensuelle	[Indre], 1836
Revue de Marseille	? 1838
Revue de Metz	? 1844
Revue de Nîmes	? 1836
Revue de Provence	[Marseille], 1830
Revue de Provence	[Toulon], 1835
Revue de Reims	? 1845
Revue de Rioms	[Moulins], 1841
Revue de Rouen	? 1833
Revue de Toulouse	? 1836
Revue d'Austrie	[Metz], 1837
Revue de Vienne	? 1837
Revue de Vitry	[Marne], 1837
Revue des départements de France	[Paris], 1829
Revue des deux Charentes	[Paris], 1836
Revue des Deux-Sèvres,	[Niort], 1826
Revue des Pyrénées Orientales	? 1842

Revue du Breton	[Nantes], 1836
Revue du Calvados	? 1840
Revue du Cantal	? 1835
Revue mensuelle de l'Ain ?	[Bourg-en-Bresse], 1830
Revue mensuelle du département du Cher	[Bourges], 1829
Revue méridionale	? 1843
Revue normande	[Caen], 1836
Revue organique des départements de l'Ouest	[Charente], 1845
Revue orléanaise	? 1846
Revue provinciale	[Lyon], 1831
Revue universelle d'Artois, de Flandres et de Picardie	[Arras], 1838
Revue vendéenne	? 1830
La Vigie	Dunkerque, 1833
La Vouivre	Nantes, 1833.

Annexe 2 :
Espace et modalités de fonctionnement des revues



Le système des revues en France au XIX^e siècle

Chapitre 12

Passeurs culturels en Espagne (1875-1914)

Chapitre 12

Passeurs culturels en Espagne (1875-1914)

par Jean-François Botrel

Dans l'Europe culturelle de l'époque, l'Espagne présente au XIX^e siècle la situation d'une nation en voie de laborieuse construction où les transferts culturels de l'étranger – du Nord de l'Europe et de la France essentiellement – sont souvent rejetés, la plupart du temps subis et, plus rarement, maîtrisés.

Du rejet et de la méfiance sont révélateurs le cordon sanitaire jadis instauré et la législation protectrice, ainsi que le discours dominant identitaire et nationaliste, autarcique, de repliement sur soi, qui l'accompagne – sauf lorsqu'il s'agit de bonnes lectures importées de Rome ou de chez Mame, pour prendre un exemple – et qui, hors convention de *lies et passeries*, a offert aux passeurs clandestins de livres et objets culturels – parfois les libraires eux-mêmes (cf. Marrast, 1989, Villar, 1993, 1994) – de quoi alimenter une activité sinon un commerce quasi continu, observable jusqu'à la fin du franquisme.

Des transferts subis – de loin les plus importants – rend compte le volume des importations « officielles » de biens culturels matériels et immatériels quantifiés²⁸⁸, qui impliquent de nombreux intermédiaires et qui ont longtemps donné l'impression à l'Espagne d'être une « nation traduite », dépendante de la France²⁸⁹ qui était la source et un lieu de passage quasi obligés. La conséquence fut la recherche d'une hispanisation accrue et la diversification des emprunts (Botrel, 1997a), parfois dans le cadre d'un affrontement entre des intérêts extérieurs (ceux de la France et de l'Allemagne, par exemple), et au total peu de mouvements de transferts de biens dans l'autre sens jusqu'à des dates récentes

(Thion, 2003), mais, en revanche, une préoccupation ancienne pour le marché hispano-américain.

Quant à la dernière attitude, qui suppose une démarche de transfert actif et conscient de la part d'un appareil collectif de médiation ou d'individus attentifs à une circonstance non circonscrite à l'espace national, elle est incarnée en Espagne par quelques institutions comme l'Ateneo de Madrid²⁹⁰, certaines revues, des maisons d'édition ou quelques êtres d'exception, journalistes ou éditeurs, médiateurs ou passeurs, qui, par intérêt économique, vocation professionnelle ou conviction idéologique plus ou moins militante, ont plus que d'autres voulu et su chercher dans la pensée européenne – quitte à passer par la France – des éléments de progrès et d'euro péisation de leur patrie mais aussi les moyens adaptés à leur transmission, avec la conception de produits et/ou de discours adéquats.

L'examen de la fonction jouée par trois de ces derniers entre 1875 et 1914, qui renvoient à trois modèles éditoriaux (l'initiative individuelle, le mécénat, le capital industriel), à trois moments cruciaux ou névralgiques (la Restauration, la crise fin-de-siècle, le *sursum corda* qui s'ensuit), et trois lieux d'exercice (Oviedo, Madrid et Barcelone), nous permettra d'en mieux saisir les enjeux et les modalités.

Clarín ou le passeur solitaire (1875 à 1901)

Grâce à son œuvre journalistique²⁹¹, l'œuvre d'intermédiaire culturel ou de passeur de Leopoldo Alas, alias « Clarín » (1852-1901), peut pratiquement être observée au fil des semaines, entre 1875 et 1901.

Ce qui frappe d'emblée, c'est la précocité de son projet politico-culturel qui lui vient en partie de sa formation krausiste, en rupture avec une vision et une conception autarciques ou isolationnistes de l'Espagne²⁹². Clarín pense que ce qui vient de l'extérieur – ce qui est classique et le meilleur du moderne – contribue à ce qu'il appelle la « prospérité intellectuelle » de l'Espagne, ce qui

l'amène à pratiquer assidûment mais aussi à théoriser l'échange intellectuel avec l'étranger, pour démolir «la muraille de Chine que notre ignorance, notre paresse, notre vanité ont dressée aux frontières de l'esprit national», dit-il. Il s'applique donc à «digérer cette partie de l'esprit européen susceptible de devenir un esprit propre à l'Espagne». Pour le réformateur Clarín, «nous avons moins besoin d'être entendus et considérés par ceux de dehors que de faire cas des autres, de lire les autres, ce qui vient de certains peuples plus avancés plus particulièrement». Sans céder à la tentation, fréquente chez les nations qui sont restées à la queue en matière de culture, de l'emprunt futile et automatique de ce qu'il y a de plus superficiel, l'imitation – «l'indigestion de la tête» – : « Chez nous, rappelle-t-il, on ingurgite beaucoup mais on n'assimile presque rien », alors que sur le chemin du progrès, ce qui importe, c'est cette capacité, ce grand esprit d'assimilation qui caractérise aussi bien le Portugal que l'Italie ou l'Allemagne.

Être attentif au mouvement intellectuel à l'étranger, réagir en écho intelligent à toutes les voix de la vie intellectuelle moderne, assimiler pour favoriser l'assimilation, voilà donc à quoi va s'attacher Clarín au fil de ses articles, à partir d'une conscience très claire de l'efficacité de la presse (et de la littérature) moderne. Pour lui, en effet, la presse n'est pas un simple médium mais possède sa propre logique et une force due à l'impact de sa diffusion et à sa périodicité qui permet une expression récurrente, insistante et finalement cohérente, pour une sorte de traitement homéopathe d'un public plus captif et surtout plus nombreux que celui du roman ; c'est une «grande tribune d'enseignement populaire», permettant un magistère modeste de la part d'une sorte de prédicateur laïque qui sait mettre en œuvre les moyens d'expression adéquats, légers s'il le faut. Ceci selon une conception éthique et un ensemble de fermes convictions, avec le souci de disposer des meilleures tribunes en nombre suffisant, sans toutefois risquer de perdre son indépendance.

Dans ce travail de transfert d'idées, de valeurs, de modèles et non de recettes, de modes ou d'objets, il faut enfin que le passeur puisse s'appuyer sur une information authentique qui contribue d'ailleurs à sa formation initiale et continue, et lui donne sa force dans un milieu hostile et plutôt futile : on ne trouvera

donc chez Clarín que très peu d'informations de seconde main, à partir d'articles de presse ou par ouï-dire, mais un accès direct aux textes eux-mêmes par la lecture²⁹³ : l'étendue des connaissances de Clarín sur presque tout ce qui s'écrit et se pense en Europe, cette imprégnation et l'esprit d'assimilation qui l'anime et caractérise mériteraient en soi une étude²⁹⁴.

L'exemple de ses rapports avec le naturalisme français permet de mieux comprendre la démarche de ce passeur solitaire. Clarín, qui sera le principal théoricien du naturalisme en Espagne, n'est pas parmi les premiers en Espagne à découvrir ou à parler de Zola, dont les œuvres ne commencent à être véritablement lues et traduites qu'après 1874. Il faut apparemment attendre 1879 pour qu'après la lecture de *L'assommoir*, en février 1879, il fasse une première allusion à Zola, le 10 septembre 1879, à propos du roman-histoire. Il écrira ensuite un prologue anonyme à la première traduction de *Nana* (Saillard, 1995). En 1881, viendront, à propos du roman d'Armando Palacio Valdés, *El señorito Octavio*, et du théâtre, jusqu'à sept références explicites à Zola, mais ce n'est qu'au début de 1882, à la faveur du débat sur le naturalisme organisé à l'Ateneo, qu'il finira par apparaître comme « le plus grand défenseur du naturalisme », avec le discours qu'il prononce, mais surtout la série de cinq articles intitulés « Del naturalismo », publiés dans *La Diana* entre février et juin, puis « Del estilo en la novela » (5 livraisons de juillet à décembre 1882) qui constituent, bien que restés éparés, une véritable somme doctrinale faisant encore référence en Espagne. Il peut alors, en même temps, se permettre, en écho à ce qu'il lit dans la presse française, d'intervenir à propos de l'affaire Duverdy, le 2 février dans *Gil Blas*, puis défendre et critiquer à la fois *Pot-Bouille*, dans *El progreso* du 19 mai, en remarquant que tant que le roman n'est pas disponible il est trop tôt pour en parler au « grand public ». Une leçon de déontologie journalistique et critique. Mais l'acte quasiment final et certainement le plus exemplaire de « passage » par assimilation du naturalisme consistera à écrire et publier *La Regenta* (1884-1885), roman « naturaliste » à la façon de Clarín, c'est-à-dire totalement original et révolutionnaire, qui, partant, devra attendre longtemps pour accéder au canon littéraire espagnol et universel.

On trouvera dans les deux fondamentales études d'Yvan Lissorgues (1983, 1989) d'autres exemples aussi illustratifs d'une conception du transfert culturel particulièrement exigeante et sans doute originale on le voit, en tout cas pour l'Espagne²⁹⁵. Car si Clarín n'est évidemment pas le seul à jouer le rôle de passeur – on pourrait s'intéresser à Juan Valera ou Emilia Pardo Bazán, ou encore, au début du xx^e siècle, à Unamuno –, il est sans doute un des rares à s'être mis au service d'une mission sans se laisser instrumentaliser ni céder à la facilité de l'actualité, en appliquant son intelligence au jour le jour. Bref, en assimilant, pour pouvoir transférer et transmettre l'essentiel de façon maîtrisée et utile, y compris par l'exemple.

José Lázaro ou le passeur mécène (1889 à 1914)

Richissime banquier, fondateur, propriétaire et directeur de la revue et maison d'édition «*La España moderna*», José Lázaro Galdiano (1862-1947) peut être considéré comme un exemple de passeur mécène. Ce capitaliste particulièrement cultivé (il a reçu une solide formation juridique et littéraire), applique, en effet, une partie de ses revenus, sans préoccupation de rentabilité apparente²⁹⁶, au rapprochement sélectif entre les élites espagnoles et hispano-américaines et la culture, européenne principalement – œuvre «*quichottesque*» d'un homme qu'Unamuno, pourtant peu enclin au compliment, n'hésitera pas à qualifier de «*forger de culture*» (Asún, 1991, p. 170).

À travers une revue au titre programmatique, *La España moderna*, *Revista ibero-americana*, créée en 1889 sur le modèle de la *Revue des Deux Mondes*²⁹⁷, puis la maison d'édition du même nom qui lui permet de prolonger son entreprise en lançant et en alimentant jusqu'en 1914 quatre collections²⁹⁸, Lázaro Galdiano témoigne de son projet «*encyclopédique, européen, expression en Espagne d'une culture universelle*» (Asún, 1991, p. 172) ; une culture qui se trouve ainsi introduite, mise à disposition et diffusée, avec des résultats qui du point de vue quantitatif et commercial

peuvent sembler médiocres mais dont la portée se mesure à long terme.

Car c'est bien dans un temps long que se situe le passeur mécène dont la conception et la mise en œuvre de la fonction de passeur méritent d'être étudiées. C'est ainsi qu'on observera, par exemple, que les choix éditoriaux concernant la revue et les collections sont très dépendants de la qualité des collaborateurs qu'il a su s'attacher, par l'entremise au départ de son aimante égérie Emilia Pardo Bazán, son informatrice et intermédiaire auprès des intellectuels de l'époque, aussi bien pour des articles originaux que des traductions, présentations de livres, etc.

Dans cette politique de recrutement, l'argent a certainement joué un grand rôle²⁹⁹, mais tout autant, nous semble-t-il, la qualité réformiste et progressiste du projet global puisque, parmi les collaborateurs sur lesquels Lázaro s'appuie et auxquels il donne d'une certaine façon un rayonnement national et international, on trouve beaucoup de krauso-positivistes qui partagent avec lui « un sens révérenciel de la culture, l'engagement face à une Espagne appauvrie et un désir de modernisation » (Asún, 1991, p. 175). Lázaro s'attache, en tout cas, à trouver plutôt que des traducteurs mercenaires des spécialistes du domaine visé, capables de comprendre le code scientifique et de participer avec toute leur autorité à l'acclimatation par l'hispanisation des auteurs introduits³⁰⁰ : c'est tout le sens de la traduction par A. Posada des *Cuestiones jurídicas* de Ihering en 1894³⁰¹, ou du prologue à l'*Historia de la literatura española* de Fitzmaurice-Kelly par Menéndez Pelayo en 1901.

Lázaro passe donc des commandes, mais il sait aussi recueillir des propositions et étudier des suggestions dans les domaines pédagogique, juridique, sociologique, philosophique et économique. Son choix fait, il trouvera les moyens d'acquérir les droits de traduction des œuvres, en n'hésitant pas à payer le prix fort, comme pour *Le docteur Pascal* de Zola ou l'*Histoire de la littérature espagnole* de Fitzmaurice Kelly (Asún, 1991, pp. 172-173).

Tout cela se traduit par un éclectisme éclairé dont témoigne sa production éditoriale, où l'on remarquera une tendance à privilégier les manuels et les usuels dont le marché est potentiellement plus grand, même si la réponse des universités n'est manifeste-

ment pas à la hauteur de ses espérances, Lázaro se livrant ainsi à un véritable équipement intellectuel de l'Espagne.

Une autre caractéristique de ce passeur mécène est son souci d'originalité : traduire les textes pris dans leur langue originale et non dans une traduction française comme c'était l'usage – publier pour la première fois en Espagne et si possible avant la France étant pour lui un objectif³⁰² ; il y aura trouvé une rémunération symbolique en quelque sorte. C'est ainsi que la mention « primera edición en España » figure, chaque fois que cela est pertinent, comme argument publicitaire. Un examen plus attentif de la liste des œuvres publiées permettra de constater que le travail opéré consiste à rattraper un retard évident (comme dans le cas de Schopenhauer), mais aussi à s'inscrire dans l'actualité, l'Espagne pouvant en l'occurrence, de ce point de vue, se trouver quelquefois en avance sur la France, par exemple lorsqu'il s'agit de traductions d'auteurs nord-américains, très représentés dans son catalogue.

D'un point de vue strictement éditorial, nous intéressera l'étroite interrelation entre la revue et la politique d'édition : la plupart des titres qui paraissent ont au préalable fait l'objet d'une publication au moins partielle dans l'une des revues pour un effet d'appel ; c'est le cas, par exemple, des criminalistes italiens (Asún, 1991, p. 173)³⁰³.

L'exemple des relations que Lázaro Galdiano entretient avec Miguel de Unamuno peut servir à comprendre la stratégie du passeur mécène et éclectique : comme beaucoup d'universitaires à l'époque, Unamuno, qui devait entretenir une nombreuse famille, a besoin d'argent et demande à Lázaro des œuvres d'histoire ou d'économie à traduire (Serrano, 1986, p. 586). Celui-ci lui demande de proposer également des titres de droit, domaine où il y a quelque vente, en choisit deux dans sa liste et le *Manual de derecho romano* de Hunter sera effectivement traduit. Unamuno traduira ainsi plusieurs manuels, mais on sait aussi que c'est pour le satisfaire que Lázaro accepte de publier certains titres de Spencer comme *Resumen de filosofía* (Serrano, 1986, p. 587), ce qui ne l'empêchera pas de refuser de publier en livre les essais qui constitueront, en 1902, *En torno al casticismo* (*L'essence de l'Espagne*) ou de se priver des services de Clarín, peu enclin à suivre les recommandations du mécène directeur.

Comme tout mécène, José Lázaro – particulièrement constant et même obstiné puisqu’il poursuivra son effort jusqu’en 1914 – a pu évidemment abriter des arrière-pensées : être un éditeur d’avant-garde, obtenir la reconnaissance des milieux culturels, acquérir des droits de traduction susceptibles de lui conférer du prestige auprès des élites espagnoles et européennes qu’il fréquentait de plus en plus en tant que financier et mécène (Asún, 1991, p. 182), tout cela pouvait donner des satisfactions personnelles à quelqu’un dont la situation économique n’était pas liée à ses aventures éditoriales.

De cette entreprise de passage, on retiendra néanmoins, plus que les résultats commerciaux³⁰⁴, la précocité pour l’Espagne d’une visée depuis la « conscience des besoins imposés par la réalité intellectuelle du pays et le désir affirmé d’actualiser l’art et la pensée de la communauté hispanique » (Asún, 1991, p. 173), la capacité à mobiliser autour d’un projet réformiste et finalement altruiste les intellectuels de l’époque, en s’efforçant d’équiper intellectuellement et scientifiquement les élites espagnoles et hispano-américaines.

D’autres entreprises, comme celle de « La Lectura » (Marco García, 1997) viendront, en rencontrant peut-être plus d’échos, au début du siècle, contribuer à ce *sursum corda* national initié en avance par ce passeur mécène.

Santiago Valentí Camp ou le passeur appointé (1902 à 1914)

Un autre modèle de passeur, prenant appui sur la puissante industrie éditoriale catalane, peut être trouvé avec Santiago Valentí Camp (1875-1934)³⁰⁵, éditeur salarié de la maison Henrich y Cía³⁰⁶, qui est à l’origine de cinq collections, dont trois au moins sont concernées par la problématique du passage³⁰⁷, et, à partir de 1905, d’une revue, *Labor nueva*, pour un projet culturel global de « renaissance » littéraire et autre, s’adressant à un plus large public. Plus que les résultats obtenus, nous intéresseront d’abord la vision

qu'a Valentí Camp de sa fonction de passeur et ses relations avec l'ingénieur Henrich, directeur d'une entreprise d'édition ayant bien d'autres activités à finalité plus commerciales.

Les confidences des éditeurs et des passeurs sur leurs états d'âme étant plutôt rares, attardons-nous un instant sur la définition que Valentí Camp donne en 1902 à un de ses correspondants d'exception, Miguel de Unamuno, sur un mode amer ou désabusé, de sa condition d'éditeur : « Au lieu d'être le producteur de ma propre œuvre – ce qui avait toujours été mon aspiration –, je me suis converti en diffuseur de la production d'autrui. Je ne sais si je pourrai résister longtemps à une tâche si rude et si obscure et méprisée de tous ceux qui ne connaissent pas de l'intérieur le métier de l'édition. » (Vauthier, 2002, p. 485.) C'est « l'impératif catégorique du devoir » qui l'oblige « à réaliser une tâche éducative évidemment supérieure à (ses) forces ». Mais, ajoute-t-il, « vu que personne parmi la jeune génération ne se sentait la hardiesse, la résolution, l'enthousiasme, l'allant ni l'esprit de sacrifice suffisant pour mener à bien une telle entreprise, moi qui suis sans doute celui qui a le moins de personnalité, en lisant et compulsant des livres, je me suis fait une culture ou du moins une érudition bibliographique qui me permet d'aborder les problèmes religieux, juridiques et sociaux comme il est donné à peu de le faire », mais aussi de connaître les besoins et les aspirations de l'époque présente.

Il affiche par ailleurs un remarquable éclectisme : il « sait et lit un peu de tout, sans parti pris » : « J'ai la même estime, dit-il, pour tous les auteurs, sans que leur filiation m'importe vraiment. Je lis sans prévention tous les livres qui m'intéressent, sans me soucier de savoir s'il s'agit d'auteurs spiritualistes, idéalistes, dynamiques, métaphysiques ou déterministes [...]. Je prends ce qui me semble bon avec plaisir et rejette et oublie ce que je juge médiocre. Vous aussi vous travaillez pour la galerie, plus ou moins délibérément, et on ne vous en estime pas moins », lance-t-il à Unamuno, spécialiste du dogmatisme de l'anti-dogmatisme, selon lui, et qui lui a reproché d'inclure des auteurs « alcanesques » (Vauthier, 2001, pp. 516-517)³⁰⁸. De ces confidences, on retiendra le mode de préparation autodidacte, l'esprit de sacrifice – l'altruisme – et la fausse modestie de cet éclectique et progressiste

éditeur qui ressent une évidente satisfaction à se considérer, avec Dorado, comme le meilleur connaisseur du mouvement européen en Espagne et à fréquenter les grands esprits du moment, avec un sentiment de pouvoir (sur les auteurs) au service d'un projet de renaissance.

Voilà pour le profil intellectuel et professionnel de l'éditeur passeur qui a su, par ailleurs, entendre des suggestions mais aussi résister avec une personnalité et une autorité indéniables d'éditeur à Unamuno lui-même³⁰⁹.

Examinons à présent le mode de réalisation du projet régénérationniste, qui se dessine dans les années qui suivent immédiatement la crise et le traumatisme quasi national de 1898 en Espagne et en Catalogne, d'abord à travers le discours éditorial à l'œuvre dans la présentation de la « *Biblioteca sociológica internacional* », « où l'on donnera à connaître les livres les plus réputés des sociologues contemporains ». Si le prospectus publié n'échappe pas aux lois du genre publicitaire, il est intéressant de remarquer qu'au-delà des généralités de référence, avec l'éloge de la sociologie et de son opportunité comme science rédemptrice en des termes quasiment messianiques, c'est « une vaste orientation vers le meilleur de la pensée contemporaine » qui est visée : en Espagne, comme le dit A. Calderón, « nous avons besoin avant tout de cueillir et d'assimiler les fruits de la pensée des autres, non pour la convertir en axiomes indiscutables, mais pour nous servir d'eux comme d'un point de départ et aussi comme d'encouragement et d'aiguillon susceptibles de réveiller une pensée nationale assoupie », « avec le projet d'apporter quelque lumière dans ce chaos ».

Pour ce qui est des critères de choix des œuvres, c'est l'éclectisme qui est mis en avant : l'éditeur, qui se dit « totalement étranger à tout esprit d'école », affiche un « sens large de la tolérance et de l'impartialité » et se contente de retenir « les auteurs qui ont connu le plus grand succès par l'originalité de leur doctrine et leurs tendances rénovatrices ». Avec le souci de « s'adresser au grand public », « aux masses populaires avides de savoir et désireuses de se libérer de l'ignorance qui les asservit et les avilit », en faisant en sorte que « la diffusion des connaissances modernes soit réellement efficace auprès d'un public dont la préparation intellectuelle est si limitée et qui jusqu'à aujourd'hui a vécu d'une façon

particulièrement insouciant, sans réaliser que l'existence sociale doit être consciente, réflexive, intentionnelle». Selon l'éditeur, un des moyens pour faire passer auprès de ce public des textes de « penseurs » sans doute *a priori* peu à sa portée sera de choisir des livres attirants par leur contenu (des « livres essentiellement scientifiques et philosophiques, mais aussi d'un évident intérêt littéraire et d'une palpitante actualité, mais toujours sous l'aspect sociologique et sans jamais nous écarter de la voie pédagogique »), ainsi que par leur format (de poche) et par leur prix économique, dans un domaine où les livres étaient plutôt rares et chers, en essayant, sur le modèle des collections allemandes et anglaises similaires, de fidéliser les lecteurs par la publication périodique de titres³¹⁰.

La « Biblioteca sociológica internacional » publiera au moins 33 titres avant 1906, vendus 0,75 peseta le volume de 150/250 pages³¹¹, qui portent en fait sur les sciences sociales et humaines (la pédagogie, l'esthétique, la criminologie, l'histoire, l'économie, l'éthique, la philosophie³¹²).

D'un point de vue qualitatif, l'ouverture *internationale* est réelle : selon le Catálogo colectivo del patrimonio bibliográfico español, outre Carlyle, on trouve des auteurs nord-américains (Baldwin, Emerson, Patten, James), belges (De Greef), allemands (Kautsky, Harnack), autrichiens (Reich), danois (Höf-fding), une Suédoise (Ellen Key), un Suisse (Thury), un certain nombre d'Espagnols comme Pedro Dorado ou Edmundo González Blanco, auteur d'un livre sur l'hylozoïsme, pratiquement pas de Français, et surtout des Italiens de l'école criminaliste : un tiers de l'échantillon³¹³.

Faute de pouvoir juger de la nature et de la qualité des traductions – dimension importante dans l'opération de passage et trop peu étudiée (Saillard, 1997) –, contentons-nous d'observer que la plupart des traducteurs n'ont pas la notoriété de ceux de « La España moderna » – ils devaient être moins bien payés –, mais que certains sont connus, comme Félix Limendoux et Miguel Domenge, pour leur sympathie avec l'esprit des livres qu'ils traduisent et l'un d'eux pour son expérience de traducteur³¹⁴.

Que Valentí Camp ait conçu une collection adaptée au public et à l'Espagne d'alors, même Unamuno, malgré toutes ses acerbes

réserves³¹⁵, le reconnaît : il s'agit d'une « œuvre méritoire et bien comprise ». Peu importe, finalement, qu'elle comporte des auteurs comme Sergi, « parce que notre public se trouve à un niveau bien inférieur à eux et trouve en eux de quoi apprendre. Aussi triste que ce soit, peuvent être des maîtres en Espagne les Max Nordau, Haeckel, Ferri... et autres coryphées du nationalisme de pacotille et archisuperficiel. Ce serait folie que de leur proposer les autres, ceux qui sont subtils en même temps que profonds. » (Vauthier, 2001, p. 504)

Son projet et son œuvre d'éditeur et de passeur salarié par l'entreprise qui le laisse choisir et agir³¹⁶ s'inscrivent dans la tradition catalane d'ouverture à l'étranger, avec la volonté d'être utile à l'Espagne, mais aussi aux pays hispano-américains et, partant, d'être présent sur le marché national et international, en regardant au-delà de l'horizon habituel de la France et en s'efforçant – non sans quelque ingénuité – de populariser une science rédemptrice importée et adaptée, hispanisée.

L'œuvre du passeur

D'autres passeurs et d'autres entreprises de passage pourraient évidemment être évoqués pour l'Espagne, ce qui ferait apparaître, jusqu'à la 11^e République, une préoccupation constante pour l'organisation et la maîtrise des transferts culturels de la part d'intellectuels en mesure d'inspirer des revues et des maisons d'édition : Sempere et Blasco Ibáñez à Valence ou « La Lectura » et J. Ortega y Gasset, pour un projet globalement progressiste et patriotique, et plutôt réformiste³¹⁷.

S'agissant de l'Espagne, la figure du passeur, plus que toute autre composante du champ culturel, rappelle en tout cas aux historiens de la culture, encore trop souvent enfermés dans un cadre national, qu'au-delà des relais existants ou inexistantes et des médiations, les mouvements organisés qui s'opèrent à travers la circulation de la pensée ne tiennent guère compte des frontières.

Retenons de cette première approche qu'il est évidemment plus facile d'apprécier les modalités du passage que ses effets et résultats. Sauf exception, le passeur à l'œuvre semble un être minoritaire et isolé, voué, pour ainsi dire, à prêcher ou éditer dans le désert. Au mieux, il sera suspecté de suivre l'air du temps depuis un éclectisme opportuniste avant d'être sans doute opportun. Il lui faut pourtant puiser dans la très grande bibliothèque des textes disponibles, opérer une sélection qui tienne compte des besoins du pays récepteur, des contraintes économiques, de l'état culturel du public potentiel : de ce point de vue des comparaisons entre les différents systèmes de passage suivant les différentes nations pourraient être utiles.

Pour quelle rémunération symbolique d'une tâche ancillaire et obscure ? La satisfaction toute intérieure d'être altruiste et visionnaire et, plus rarement, de fréquenter les sommets de l'esprit, de se sentir d'une certaine façon supérieur, comme une autorité ? Remarquons, en effet, que si Clarín est aujourd'hui connu, c'est plutôt pour son roman *La Régente*, que c'est la collection de peintures de Lázaro Galdiano qui fait référence et que, sans ses relations avec Unamuno, Valentí Camp serait encore plus oublié qu'il ne l'est...

Pourtant tous ces passeurs ont bien une œuvre, au même titre que les architectes, même s'il s'agit de constructions de paroles ou de monuments d'encre et de papier et, autant que leur rôle, c'est donc l'ensemble de leur *œuvre* qu'il convient de considérer.

Références bibliographiques

Alas, L. (Clarín), *Obras completas. V. Artículos (1875-1878)*, Edición de J.-F. Botrel e Y. Lissorgues, Oviedo, Ediciones Nobel, 2002, 1 235 p.

Alas, L. (Clarín), *Obras completas VI. Artículos (1879-1882)*, Edición de J.-F. Botrel e Y. Lissorgues, Oviedo, Ediciones Nobel, 2003, 1 107 p.

Alaoui, S., *Les éditions espagnoles de l'œuvre d'Emile Zola (1878-1902)*, Université Lumière-Lyon 2. Thèse de doctorat de 3^e cycle, 1991.

Asún Escartín, R., « La editorial *La España moderna* », in *Estudios y ensayos*, Universidad de Alcalá de Henares, 1991, pp. 167-217.

Blanquat, J., Botrel, J.-F. (ed.), *Clarín y sus editores (65 cartas inéditas de Leopoldo Alas a Fernando Fe y Manuel Fernández Lasanta (1884-1893))*, Université de Haute-Bretagne, 1981.

Botrel, J.-F., *La Sociedad de ediciones literarias Ollendorff (Contribution à l'étude de l'édition en langue espagnole, à Paris, au début du XX^e siècle)*, Talence, Institut d'études ibériques et ibéro-américaines, 1970. Version espagnole in *Libros, prensa y lectura en la España del siglo XIX*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1993, pp. 578-662.

Botrel, J.-F., « Les libraires français en Espagne (1840-1920) », in *Histoire du livre et de l'édition dans les pays ibériques. La dépendance*, Presses universitaires de Bordeaux, 1986, pp. 61-90 (version espagnole in *Libros, prensa y lectura, op. cit.*, pp. 543-579).

Botrel, J.-F., « L'œuvre espagnole de Paul Féval. Éditions de Paul Féval en espagnol. Douze images févaliennes de l'Espagne », in *Paul Féval (1816-1887)*, Rennes, Bibliothèque municipale, 1987, pp. 89-101 et 127-131.

Botrel, J.-F., *La diffusion du livre en Espagne (1868-1914). Les libraires*, Madrid, Casa de Velázquez, 1988.

Botrel, J.-F., « Le commerce des livres et imprimés entre l'Espagne et la France (1850-1920) », in *L'Espagne, la France et la Communauté européenne*, Madrid, Casa de Velázquez, C.S.I.C. 1989, pp. 115-133 (version espagnole in *Libros, prensa y lectura*, *op. cit.*, pp. 578-601).

Botrel, J.-F., « El Cosmos Editorial (1883-1900) », in *Homenaje al Profesor Antonio Vilanova*, Barcelona, PPU, 1989, t. II., pp. 89-99 (reproduit in *Libros, prensa y lectura*, *op. cit.*, pp. 522-537).

Botrel, J.-F., « Le roman en Espagne au temps de *La Regenta* : tendances et statistiques », *Co-textes*, n° 18, 1989, pp. 5-22

Botrel, J.-F., « Paul Féval, romancier espagnol », in *Paul Féval romancier populaire*, Rennes, Presses universitaires de Rennes/Interférences, 1992, pp. 31-57.

Botrel, J.-F., *Libros, prensa y lectura en la España del siglo XIX*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Ed. Pirámide, 1993, 692 p. (Biblioteca del libro, 53).

Botrel, J.-F., « La librairie "espagnole" en France au XIX^e siècle », in **J.-Y. Mollier (dir.)**, *Le commerce de la librairie en France au XIX^e siècle (1789-1914)*, Paris, IMEC: Maison des sciences de l'Homme, 1997, pp. 287-297.

Botrel, J.-F., « L'Espagne et les modèles éditoriaux français (1830-1850) », in **Aymes, J.-R. et Fernández Sebastián, J. (eds.)**, *La imagen de Francia en España (1808-1850)*, Bilbao, Univ. del País Vasco : Presses de la Sorbonne Nouvelle, 1997, pp. 227-242.

Botrel, J.-F., « L'exportation des livres et des modèles éditoriaux français en Espagne et en Amérique latine (1814-1914) », in **J. Michon, J.-Y. Mollier (dir.)**, *Les mutations du livre et de l'édition dans le monde du XVIII^e siècle à l'an 2000*, Sainte-Foye, Presses de l'Université Laval : Paris, L'Harmattan, 2001, pp. 219-240.

Botrel, J.-F., « Los libreros y las librerías. Tipología y estrategias comerciales », in J.-A. Martínez Martín (ed.), *Historia de la edición en España (1836-1936)*, Madrid, Marcial Pons, 2001, pp. 135-164.

« El movimiento bibliográfico », in **V. Infantes, F. Lopez, J.-F. Botrel (dirs.)**, *Historia de la edición y de la lectura en España (1472-1914)*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2003, pp. 619-632.

Charle, Ch., « Clarín, en el horizonte cultural de los intelectuales europeos de su época », in **A. Iruveda Valea, E. de Lorenzo Alvarez, A. Ruiz de la Peña (eds.)**, *Leopoldo Alas. Un clásico contemporáneo (1901-2001)*, Actas del congreso celebrado en Oviedo (12-16 de noviembre de 2001), Universidad de Oviedo, 2002, pp. 233-250.

Lissorgues, Y., *La pensée philosophique et religieuse de Leopoldo Alas (Clarín) (1875-1901)*, Paris, Éditions du CNRS, 1983.

Lissorgues, Y., *Clarín político*, Barcelona, Lumen, 1989.

Marco García, A., *El proyecto cultural de La Lectura (Madrid, 1901-1930). Análisis de la revista y de la editorial*, Universidad de Barcelona, 1997.

Marrast, R., « Imprimés castillans et catalans à Perpignan : état des recherches et travaux en cours », in *Livres et libraires en Espagne et au Portugal (XVI^e-XX^e siècles)*, Paris, 1989, pp. 99-110.

Martin, J, Chartier, R. (dir.), *Histoire de l'édition française. Tome 3. Le temps des éditeurs. Du romantisme à la Belle Époque*, Paris, Promodis, 1985.

Niño, A., *Cultura y diplomacia. Los hispanistas franceses y España (1875-1931)*, Madrid, CSIC : Casa de Velázquez, SHF, 1988.

Saillard, S., « Les textes traduits de Zola : bilan et perspectives de recherches », in **S. Saillard, A. Sotelo Vázquez (ed.),** *Zola y España*, Actas del coloquio internacional. Lyon (Septiembre, 1996), Barcelona, Universidad de Barcelona, 1997, pp. 99-126.

Serrano, C., « Sobre Unamuno traductor », in A. David Kossof et al. (ed.), *Actas del VIII Congreso de la Asociación internacional de Hispanistas. Brown University, 22-27 agosto 1983*, Madrid, Itsmo, 1986, 581-590.

Thion Soriano-Mollá, D., « Cuando las letras españolas se hacen europeas... », in **P. Martínez-Vasseur, M. P. Díaz Barrado (coords.),** *La imagen de España y Francia en los medios de comunicación*, Cáceres, Universidad de Extremadura, 2003, pp. 92-138.

Trenc Ballester, E., « L'omnipresència alemanya a la impremta catalana de la segona meitat del segle XIX », in *Actes del desè Colloqui internacional de llengua i literatura catalanas. Frankfurt. 18-25 de setembre de 1994*, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, pp. 231-241.

Turi, G. (dir.), *Storia dell'editoria nell'Italia contemporanea*, Firenze, Giunti, 1997.

Vauthier, B., « Epistolario Miguel de Unamuno/Valentí Camp », in **Unamuno, Amor y pedagogía**, Madrid, Biblioteca Nueva, 2002, pp. 423-520.

Vélez i Vicent, P., *El llibre com a obra d'art a la Catalunya vuitcentista (1850-1910)*, Barcelona, Biblioteca de Catalunya, 1989.

Villapadierna, M., « José Lázaro Galdiano (1862-1947) et *La España moderna* (1889-1914) ou Une entreprise culturelle et ses implications économiques et commerciales », in *Culture et société en Espagne et en Amérique latine au XIX^e siècle*, textes réunis par C. Dumas, Université de Lille III, 1980, pp. 93-102.

Villar, J.-B., « La ciudad de San Sebastián, centro editor y difusor clandestino de libros protestantes a mediados del siglo XIX », *Historia contemporánea*, 13-14, 1993, pp. 413-427.

Villar, J.-B., « La formación de una biblioteca de libros prohibidos en la España isabelina. Luis Usoz y Río, importador clandestino de libros protestantes (1841-1850) », *Bulletin hispanique*, 1994, 96/2, pp. 397-416.

Waquet, F., *Parler comme un livre. L'oralité et le savoir (XVI^e-XX^e siècle)*, Paris, Albin Michel, 2003.

Chapitre 13

La place
de la culture
dans la presse
quotidienne
L'exemple d'un
quotidien bulgare

Chapitre 13

La place de la culture dans la presse quotidienne L'exemple d'un quotidien bulgare

par Roumiana Konstantinova

Introduction

La thèse de la fonction d'agenda des médias est élaborée en 1972 par deux chercheurs américains, Maxwell McCombs et Donald Shaw, à la suite d'observations de campagnes électorales. Les résultats de leur étude ont montré qu'il existe une corrélation forte entre l'ordre d'importance donné par les médias à certaines informations et celui attribué à ces mêmes informations par le public. Les médias définissent, en fin de compte, le calendrier des événements, voire la hiérarchie des sujets dont on parle. Ils nous disent non pas ce qu'il faut penser, mais ce à quoi il faut penser : ils monopolisent en quelque sorte notre attention sur certains problèmes à l'ordre du jour. Le même mécanisme, appliqué à l'envers – par omission ou négligence – nous fait aussi ignorer à certains sujets. Deux décennies avant ces chercheurs, Berelson a formulé l'hypothèse que lors d'une campagne électorale, le contenu des informations diffusées importerait moins, au final, que cette « mise en relief » de certains thèmes aux dépens des autres. À partir des années quatre-vingt, les chercheurs reprennent cette hypothèse et prêtent plus d'attention aux fonctions inattendues, perverses ou latentes assumées par les médias. Bien qu'élaborée à l'issue des campagnes électorales, cette hypothèse peut aussi s'appliquer à l'analyse d'autres aspects du contenu de la presse.

Le fait que les médias font la liaison entre les trois pouvoirs d'un pays et la population leur attribue un « quatrième pouvoir »,

très souvent plus puissant que les autres. Il s'agit d'emblée d'un pouvoir de l'esprit, mais c'est le pragmatisme politique qui domine. L'alliance entre le journalisme et le politique est constituée, à la base, par un accord tacite, et la fonction de la presse n'est plus dès lors d'informer, mais de constituer un instrument d'influence en vue d'imposer des interprétations portant sur des événements donnés. Elle doit prédéterminer l'opinion publique avant tout débat.

Nous allons essayer d'appliquer cette logique à l'analyse du contenu culturel de la presse et de révéler les facteurs conjoncturels qui le déterminent. Pour démontrer le mécanisme d'influence sur la presse et celle de la presse sur l'opinion publique, nous avons pris l'exemple du quotidien bulgare *Troud*. Ce choix s'impose du fait que c'est le seul journal national qui existe depuis assez longtemps pour nous fournir suffisamment d'informations et de bases de comparaison pour mener à bien cette étude.

L'analyse du contenu culturel de la presse quotidienne bulgare lors des périodes différentes de son histoire nous permettra de définir les principaux facteurs économiques susceptibles d'influencer le choix éditorial des messages à transmettre.

La transmission de la culture

La transmission de la culture est l'une des fonctions génériques des médias. Ils transmettent d'une génération à l'autre l'héritage culturel du groupe ou de la nation, son « idéologie » : une certaine vision du passé, du présent ou de l'avenir du monde. C'est un amalgame de mythes, de traditions, de valeurs, de principes qui donne à l'individu une identité ethnique et nationale.

Pour cadrer notre étude, nous avons formulé trois variantes d'apparition des thèmes culturels correspondant aux trois voies principales de la transmission de la culture dans la presse non spécialisée – plus particulièrement dans la presse nationale quotidienne. En premier lieu, il s'agit de l'annonce des événements, des faits ou des créations culturelles pour lesquels la presse joue le rôle

d'un support publicitaire. Ensuite, la presse peut destiner certaines pages spécialisées à la publication d'œuvres écrites. Enfin, elle peut aussi servir aux pouvoirs publics en exerçant un rôle que nous appelons ici un rôle de « passeur de la politique culturelle ».

Étant donné le prix relativement bas de la publicité dans la presse par rapport aux autres médias, la presse est un support privilégié pour les annonces culturelles. Les programmes résumés de la télévision et de la radio figurent chaque jour sans être perçus comme des messages culturels. Chaque semaine sont publiés les programmes hebdomadaires de la télévision et des salles de cinéma, chaque mois le programme mensuel des théâtres. Outre ces publications régulières apparaissent des annonces pour des expositions, de nouveaux livres, des articles sur des personnalités du monde de la culture.

Le deuxième rôle est celui d'un support technique pour la publication d'œuvres écrites – poésie, feuilletons, critiques –, ainsi que d'images, sous certaines conditions. Des pages spécialisées – régulières, périodiques ou sporadiques – sont attribuées à la publication de créations culturelles. En tant que support papier, la presse présente certaines limites évidentes puisqu'elle n'accueille que des textes.

La presse peut aussi servir à transmettre des messages à vocation culturelle émis par les pouvoirs publics. Sous certaines conditions et dans certaines limites, le gouvernement utilise la presse comme une tribune de sa politique. Cette voie est la moins indépendante : pour que la presse puisse accorder de la place à la politique culturelle, cette dernière doit obligatoirement faire partie des priorités gouvernementales.

Analyse comparative du contenu culturel dans le quotidien bulgare *Troud* en 1983, 1993 et 2003

La standardisation découle naturellement des contraintes d'une production et d'une diffusion de masse. La grande presse est devenue une industrie et tente de concilier l'élaboration des mes-

sages culturels avec les conditions d'une production en série. Soumise à la loi du marché, l'industrie des médias est acculée à rechercher la consommation et la communication maximales. Les plus pessimistes estiment que la compétition entre les différentes entreprises de presse mène droit à la démagogie, à la facilité ou à la médiocrité (Balle, 2001, p. 791).

La nouvelle presse bulgare voit croître son pouvoir dans le modelage de l'opinion, dans la construction d'images positives, ce qui lui donne la possibilité d'entrer en contact, directement ou indirectement, avec le public. Ainsi la presse peut contribuer à la construction de l'image de la société citoyenne.

Pendant quarante-cinq ans, la Bulgarie a fait partie de ce qu'on appelle «le camp soviétique». Un régime socialiste totalitaire régnait sur le pays et prédéterminait tous les aspects de la vie de la société – la politique intérieure et extérieure d'abord, l'économie soumise aux règles de la planification impérative globale, et la culture qui devait répondre aux normes de ce qui était considéré comme acceptable. En 1989, comme dans la plupart des pays de l'Europe centrale et orientale, ce régime a été détrôné. Des réformes profondes, visant à implanter la logique et les lois de l'économie du marché, ont été entreprises. Quinze ans plus tard, nous vivons toujours une «période de la transition».

Afin de prendre en compte l'effet de la transition, nous avons choisi de comparer le contenu culturel du quotidien *Troud* du 12 au 18 mai pour trois années représentatives de trois situations particulières : 1983, 1993 et 2003. La première année (1983) représente la période de la stabilité socialiste, la deuxième (1993) est celle de la désorientation au début des réformes transitionnelles, et la troisième (2003) celle pour laquelle les tendances semblent clarifiées et la voie démocratique acceptée par l'ensemble de la société.

L'histoire politique de *Troud* ne diffère pas de celle de l'ensemble de la presse quotidienne bulgare : c'est l'histoire des fluctuations et des hésitations, face au rapport au pouvoir, dans la recherche de l'indépendance. *Troud* est le seul journal qui a survécu sans changement de nom après la chute du régime socialiste. Son pari gagnant combine le pragmatisme de la privatisation des actifs de l'ancien journal syndical et le professionnalisme de l'équipe, qui a réussi à conserver la tradition de la presse d'information

bulgare en la combinant avec l'expérience du journalisme européen moderne.

L'analyse de *Troud* en 1983

Le premier numéro du *Troud* est paru le 1^{er} mars 1936. Alors hebdomadaire, c'était l'organe de l'Union ouvrière bulgare. Son nom signifie « Travail ». Sa parution a cessé après le 9 septembre 1944, date de la libération bulgare du régime fasciste. L'Union ouvrière professionnelle commune, fondée le 20 octobre 1944, fait paraître le premier numéro de son organe « Le drapeau du travail », qui prend le 15 septembre 1946 le titre *Troud* en se transformant en quotidien. De 1946 à 1989, il est le deuxième quotidien du pays par le tirage (réglementé durant cette période) après le *Rabotnicheskodelo*. 90 % des exemplaires sont diffusés par abonnement, les ventes au numéro étant d'environ 15 000, principalement à Sofia et dans les grandes villes.

En 1983, *Troud* paraissait six jours par semaine sur 4 pages en noir et blanc, au format A2. Il coûtait 0,03 lev. Au-dessous de l'en-tête apparaissait la mention : « Prolétaires de tous les pays, unissez-vous », à gauche : « Organe du Comité central des unions professionnelles bulgares » et à droite : « Le journal est l'héritier de *Troud*, fondé par Georgi Dimitrov ». Son image, son contenu, sa présentation et sa distribution suivaient strictement les règles de la discipline socialiste – présentant essentiellement les réussites de la population travailleuse dans la construction du communisme réel ainsi qu'une forte critique du monde occidental.

La synthèse du contenu culturel lors de la semaine du 12 au 18 mai 1983 est présentée sur le *tableau 1*.

Tableau 1 - Distribution thématique dans Troud en mai 1983

Jour de la semaine	Date	Part de la surface	Politique culturelle	Publicité	Publications
Jeudi	12 mai 1983	16,15 %	13,54 %	2,60 %	
Vendredi	13 mai 1983	13,54 %		11,20 %	2,34 %
Samedi	14 mai 1983	28,54 %	7,29 %	18,75 %	2,50 %
Dimanche	15 mai 1983				
Lundi	16 mai 1983	16,77 %	7,03 %	9,74 %	
Mardi	17 mai 1983	10,47 %	2,34 %	6,04 %	2,08 %
Mercredi	18 mai 1983	9,04 %	4,35 %	4,69 %	
<i>Moyenne</i>		<i>15,75 %</i>	<i>5,76 %</i>	<i>8,84 %</i>	<i>1,15 %</i>

Ces données montrent que la culture occupe environ 15 % de la surface du journal ou 63 % (presque les deux tiers) d'une page de format A2. Dans ce contenu, la publicité domine, sauf le 12 mai, jour où il y a une information sur le congrès de la culture bulgare. La plupart des informations culturelles figuraient sur la troisième page qui, sans être strictement thématique, était traditionnellement consacrée aux articles de détente. Le programme de la télévision était toujours en dernière page. La une était principalement consacrée aux articles sur la politique culturelle de l'État et aux événements exceptionnels tels que la visite du théâtre Gorki de Moscou – 1/6 de page le 16 mai.

La répartition des publications sur la semaine suit une logique économique. La part de la culture (28,5 %) est plus importante le samedi – jour où le journal est lu à la maison et où plus de temps lui est accordé. Nous observons aussi une quantité relativement faible au milieu de la semaine – du mardi au jeudi. Cela peut s'expliquer par le fait que, traditionnellement, ce sont les jours les plus chargés de la semaine et les gens qui lisent le journal dans leurs bureaux cherchent plus de nouvelles économiques et politiques

que culturelles. Le vendredi est le moment de la préparation des loisirs du week-end et suppose plus de place à ce type d'annonces, ce qui se traduit par le niveau plus élevé de la publicité culturelle. Nous observons aussi une place moins importante accordée à la publication des textes de création. Pour cette période, ce fait peut être expliqué par les subventions importantes des journaux spécialisés qui offraient une tribune aux jeunes talents, à côté des classiques de la littérature bulgare de cette époque.

L'analyse de *Troud* en 1993

Bien qu'avant 1989 *Troud* ait appartenu à la presse officielle, il demeure néanmoins un journal populaire. Au début des réformes, son lectorat le reconnaît comme un journal de qualité, orienté vers les questions de société. À l'heure où la presse politique se trouve confrontée aux premiers signes de la crise, et où la nouvelle presse devient populaire, *Troud* entreprend de rapides changements.

De 1989 à 1991, les subventions provenant des syndicats cessent. À partir du 1^{er} septembre 1991, le journal devient indépendant, propriété de Media Holding, mais jusqu'en 1993, il reverse 10 % de ses bénéfices aux syndicats.

En 1993, *Troud* paraît du mardi au vendredi sur 12 pages, le samedi sur 8 et le lundi sur 16 pages noir et blanc, au même format A2 et au prix de 2,98 *leva*. Nous observons (*tableau 2*) une diminution de la part du contenu culturel par rapport à 1983. Compte tenu de l'augmentation du volume, il s'agit d'un élargissement net de la surface, consacrée à la culture, d'environ une page. Ce qui est remarquable, c'est l'absence totale de créations littéraires : la presse n'exerce plus sa fonction de support de la culture. Ce phénomène peut s'expliquer par les premières tentatives d'indépendance économique de la presse, qui choisit d'introduire un contenu plus rentable. Une page thématique intitulée « Écran » est attribuée à la culture, dans laquelle domine la publicité. La place la plus grande est réservée aux annonces et à la présentation de films étrangers et à des articles sur des vedettes internationales de cinéma. Il faut souligner que la nouvelle production nationale est fortement réduite et ne peut pas susciter des publications spé-

cifiques. Une autre tendance apparaît, la naissance du mécénat, exprimée par des articles sur des personnalités de l'élite qui parraient des événements culturels.

Tableau 2 - Distribution thématique dans *Troud* en mai 1993

Jour de la semaine	Date	Part de la surface	Politique culturelle	Publicité	Publications
Mercredi	12 mai 1993	8,68 %	2,08 %	6,60 %	
Jeudi	13 mai 1993	8,51 %	0,52 %	7,99 %	
Vendredi	14 mai 1993	8,42 %	0,61 %	7,81 %	
Samedi	15 mai 1993	11,59 %	0,78 %	10,81 %	
Dimanche	16 mai 1993				
Lundi	17 mai 1993	19,26 %	1,11 %	18,15 %	
Mardi	18 mai 1993	10,55 %	1,17 %	9,38 %	
<i>Moyenne</i>		<i>11,17 %</i>	<i>1,05 %</i>	<i>10,12 %</i>	

L'analyse de *Troud* en 2003

À partir de 1994-1995, *Troud* se tourne vers les annonceurs en les prospectant et en les fidélisant. Le journal a un lectorat vaste qu'il est parvenu à conserver et même à élargir, constitué de salariés, qui ont subi la plupart des changements structurels et des privatisations.

En août 1996, le groupe de presse WAZ rachète l'éditeur de *24 heures*, principal concurrent de *Troud*. Il procède à une baisse de son prix, obligeant les autres journaux à suivre ce mouvement et finalement à vendre à perte. *Troud* diminue alors le nombre de ses pages; son tirage et sa diffusion baissent. Il relève son prix, mais pour une qualité inférieure à celle de *24 heures*, qui paraît déjà

en couleur. Les annonceurs sont de moins en moins nombreux et leurs annonces ont une plus faible fréquence, ce qui aggrave la situation financière du *Troud*. L'inflation des prix est un facteur supplémentaire qui ne peut pas être compensé par la hausse du prix du journal, compte tenu de la diminution des ressources publicitaires. Tous ces problèmes conduisent à la vente à WAZ de 70 % du capital du *Troud*.

Bien qu'ayant le même propriétaire, la concurrence est réelle entre les deux quotidiens. Leur argument principal est la possibilité offerte de diffuser les annonces sur deux titres à la fois, pour une plus grande efficacité, la répartition des recettes publicitaires communes étant effectuée proportionnellement à la diffusion de chaque titre.

Le *Troud* d'aujourd'hui diffère considérablement de celui d'hier. Le changement de titre : *Dneven Troud* (« Travail de jour » ou « Travail quotidien »), reflète la diversification du produit. *Troud* comporte aussi des produits dérivés : l'un est une édition du soir, *Noshten Troud* (« Travail de nuit »), et trois autres sont des publications hebdomadaires avec *Jult Troud* (« Travail jaune »), *Lud Troud* (« Travail fou ») et *Auto Troud*. L'éditeur Media Holding détient également d'autres éditions spécialisées. Il est l'un des exemples de l'industrialisation de la presse bulgare.

À partir du 1^{er} septembre 1994, le journal paraît en format tabloïde A3, sur 40 pages en couleur, le lundi sur 56, le dimanche sur 32, et il coûte 0,70 lev (le prix diffère pour le samedi – 0,90 – et pour le lundi – 0,50). En raison de son besoin d'autofinancement, la place des publicités a augmenté, les petites annonces occupent entre 1 page le dimanche et 12 le lundi.

Le nouveau format permet la mise en rubriques, les pages thématiques et les éditions séparées. Le journal combine l'édition nationale et les éditions régionales dans les grandes villes. Les annonces des événements culturels sont publiées sur ces pages régionales ainsi que dans la rubrique quotidienne « Écran » consacrée principalement aux analyses culturelles.

Troud attribue une place pour la littérature « pure » dans la rubrique « Atelier ». Le samedi, deux auteurs contemporains bulgares sont présentés – poète et prosateur – avec leurs créations.

Il est le seul quotidien à organiser un concours littéraire annuel, « Collier d'or ».

Les données de l'année 2003, résumées dans le *tableau 3*, montrent que la culture est en train de trouver une place permanente dans les pages du quotidien. Les différences entre les jours de la semaine tendent à diminuer, la seule exception restant le mercredi. Bien que la part du contenu culturel soit moins importante par rapport aux années antérieures, la quantité augmente grâce au nouveau volume du journal (2 pages A₃ au lieu de 1 page A₂ le mercredi, et 7 pages A₃ au lieu de 3,5 pages A₂ le lundi).

Tableau 3 - Distribution thématique dans Troud en mai 2003

Jour de la semaine	Date	Part de la surface	Politique culturelle	Publicité	Publications
Lundi	12 mai 2003	12,43 %	4,17 %	5,58 %	2,68 %
Mardi	13 mai 2003	9,94 %	0,42 %	9,53 %	
Mercredi	14 mai 2003	5,08 %	0,83 %	4,25 %	
Jeudi	15 mai 2003	13,85 %	1,67 %	12,19 %	
Vendredi	16 mai 2003	11,61 %	3,17 %	8,44 %	
Samedi	17 mai 2003	9,17 %	0,83 %	5,83 %	2,50 %
Dimanche	18 mai 2003	9,77 %	0,65 %	9,11 %	
<i>Moyenne</i>		<i>10,26 %</i>	<i>1,68 %</i>	<i>7,85 %</i>	<i>0,74 %</i>

Facteurs économiques déterminant le contenu culturel

La place de la culture dans la presse écrite est déterminée par des facteurs innombrables que nous avons regroupés en trois catégories: l'offre culturelle, la demande culturelle et la situation économique de l'industrie de la presse.

L'offre culturelle

L'offre culturelle est celle qui alimente le contenu de la presse dans ce domaine. Bien que la culture soit considérée depuis longtemps comme une industrie, elle ne peut survivre de manière indépendante, car son caractère non productif ne lui permet pas de s'autofinancer. Pour exister et se développer, elle a besoin de ressources assurées par une politique publique locale ou nationale de subvention, ou par le mécénat³¹⁸.

Jusqu'au début des années quatre-vingt-dix, la culture faisait partie des priorités nationales et était entièrement financée par l'État bulgare. Le budget culturel était considérable et assurait un statut privilégié à ceux qui « produisaient » la création culturelle. Bien que cette situation impose certaines limites aux créateurs, qui devaient respecter la ligne idéologique, ils pouvaient compter sur un financement suffisant. Une autre limite concernait l'importation: si la politique nationale tolérait les œuvres provenant des autres pays socialistes, tout ce qui venait du monde occidental était soumis à un contrôle rigide. Tout en considérant ces limites, nous pouvons affirmer que la production culturelle dans le pays était protégée de la concurrence extérieure et que les conditions nécessaires pour son développement étaient assurées. Dans ce contexte, l'offre était importante, ce qui déterminait aussi la place considérable de la culture dans les médias. La politique culturelle et les événements nationaux étaient alors de la plus grande importance.

Le début des réformes a été marqué par plusieurs tentatives de dérégulation dans tous les domaines d'activité. Le résultat pour la culture, ayant perdu les subventions de l'État, a été plutôt né-

gatif. La récession, la dette extérieure et la polarisation politique de la société ont entraîné des difficultés incontournables pour le bon fonctionnement de l'État, qui se préoccupait de la recherche d'une issue rapide et supportable à la crise économique. Dans une telle situation, le budget culturel a diminué, mais les établissements et les acteurs de la culture ont bénéficié de l'indépendance qui leur avait manqué lors de la période socialiste, à laquelle cependant ils n'étaient pas préparés. Le recours au mécénat comme source de financement aurait pu être une solution, mais celui-ci se trouve restreint en raison des difficultés budgétaires de l'État qui interdisent la mise en place d'un régime fiscal favorable. La conséquence inévitable de ce double manque d'aide a été la baisse importante de l'offre culturelle. C'est ce que confirme la diminution de la place accordée dans la presse aux événements culturels nationaux lors de la semaine étudiée en 1993. La presse trouvait ainsi moins d'occasions d'exercer sa fonction de passeur de la politique culturelle.

La situation s'est améliorée avec le progrès de la transition, la reprise de l'activité économique et le retour de l'engagement de l'État dans les domaines non productifs. Il faut cependant signaler qu'aujourd'hui le financement des activités et des établissements culturels est mieux assuré grâce aux financeurs privés nationaux ou étrangers. Les lois du marché ont fini par imposer une réglementation plus favorable aux mécénats et l'État, ne pouvant toujours pas se permettre de soutenir entièrement la culture, a inventé des mécanismes qui facilitent ce processus et accordent une place plus privilégiée à ces activités. Cela aurait été impossible sans l'amélioration de la situation économique d'une partie de la société – des personnes et des entreprises prêtes à sponsoriser des événements et des établissements importants. Le résultat est une hausse considérable de l'offre culturelle, qui se traduit par la reprise de festivals traditionnels ou l'importation d'idées étrangères, mais aussi par de nouvelles initiatives. Tout ceci suscite l'intérêt de la presse, qui leur attribue davantage de place et introduit des pages thématiques et des rubriques permanentes.

La demande culturelle

La demande culturelle résulte de l'interaction des facteurs psychologiques, exprimés par le besoin, et économiques, traduits par le revenu disponible et le coût. Les subventions assurent aux biens culturels un prix relativement bas, ce qui favorise leur consommation. Lors de la période socialiste en Bulgarie, le revenu disponible de la plupart des groupes sociaux leur permettait, sans se priver de la satisfaction des besoins fondamentaux, de participer aux différentes manifestations culturelles. Dans le cadre de la transition, l'intervention moindre de l'État a modifié la structure d'utilisation du revenu et du temps de loisirs. La consommation de produits d'une culture d'élite a diminué au profit de la consommation des produits des industries culturelles, produits accessibles sans investissements intellectuels de la part du consommateur. Telle est la néo-culture.

La demande culturelle est un facteur qui a une double influence sur le contenu culturel de la presse. D'un côté, la culture est un des sujets proposés au lecteur qui semble d'ailleurs lui accorder un intérêt certain, ce qui fait de l'information culturelle un produit d'appel de la presse. Par sa fonction de support publicitaire, la presse fournit par ailleurs une information structurée et synthétique sur les événements culturels, devenant, par cette boucle rétroactive, un facteur de stimulation de la consommation culturelle. Il y a donc là une interdépendance et une interaction entre la demande de ces deux biens – culture et presse écrite. Ce sont en apparence deux façons concurrentes d'utilisation du temps libre. La concurrence n'est cependant que partielle, car l'information dans la presse peut accroître la consommation culturelle hors presse, en suscitant l'intérêt par l'annonce de l'événement culturel (sortie de livre, nouveau film, pièce de théâtre, exposition, etc.), puis par le compte rendu informatif et critique de celui-ci. Ainsi, complémentarité et concurrence influent sur le contenu de la presse. Ce contenu reflète, du côté de la complémentarité de l'offre primaire de biens culturels, sa fonction de support technique.

Cependant, la concurrence ne se limite certes pas à la consommation du temps disponible. La presse peut être, dans certains

cas, un produit culturel en soi. Des œuvres littéraires originales sont publiées dans le journal, ou bien certains lecteurs se limitent à une culture de substitution en se contentant de la critique parue dans la presse. La presse de la transition a surtout suivi la vague générale d'une demande pour des produits culturels mondialisés. Et cela d'autant plus que la production bulgare rencontre des difficultés. Mais cette néo-culture occupe, dans le temps disponible des gens, une place grandissante. Ce temps est perdu pour la participation à la vie sociale et politique (Balle, 2001, p. 791).

La situation de l'industrie de la presse écrite

Sous un régime totalitaire, l'État fait trois usages des médias. Ils servent d'abord à la diffusion des directives du pouvoir, d'où la centralisation du système médiatique. Deuxièmement, ils doivent mobiliser les masses, les inciter à exécuter les ordres. Troisièmement, ils doivent endoctriner et inculquer l'idéologie officielle afin de façonner «l'homme nouveau». Les contenus des médias sont mis au service d'une propagande constante – à l'intérieur et à l'extérieur du pays. Le pouvoir exige des médias qu'ils éduquent, qu'ils donnent une information civique, professionnelle et culturelle. Cette fonction-là, dans la mesure où elle est correctement assurée, est à l'honneur des médias étatiques (Bertrand, 1999, p. 26).

La recherche d'indépendance et la soumission aux lois du marché de l'industrie des médias épargnent à ceux-ci l'obligation de suivre une politique ou une idéologie, mais leur imposent la nécessité de se procurer eux-mêmes des ressources. Cela exige aussi le choix de contenus susceptibles de satisfaire leurs deux marchés – celui des consommateurs et celui des annonceurs. La presse cherche à capter un lectorat optimal en lui fournissant des thèmes divers ou spécialisés. Elle se trouve en même temps obligée de respecter les objectifs des annonceurs. Le contenu et la thématique de la presse s'avèrent le résultat d'une rivalité entre ces deux pôles. La place de la culture, qui est relativement peu rentable, est fonction du niveau du profit et de l'état de la concurrence dans l'industrie. L'existence d'une rubrique littéraire est, au

premier abord, contraire aux lois du marché. Mais elle contribue à une accumulation d'un autre type de capital – l'image positive auprès du public et plus particulièrement des lecteurs.

Dans une situation où les entreprises de presse font suffisamment de bénéfices, avec des journaux volumineux aux tirages importants, elles peuvent se permettre d'attribuer plus de place à de tels sujets car ils profitent d'économies d'échelle. La vive concurrence dans l'industrie impose aussi le respect des goûts et des préférences spécifiques d'un lectorat plus vaste. Étant donné la similitude du contenu informationnel de tous les quotidiens, qui proviennent des mêmes agences et des mêmes sources, la fidélisation des lecteurs peut être atteinte par une diversité de sujets et par un produit plus complet, nécessitant des informations culturelles.

Conclusion

Le contenu culturel de la presse quotidienne change et évolue sous la pression de facteurs d'origines différentes, ce qui rend difficile la définition de la place de la culture dans les journaux. L'exemple du quotidien bulgare *Troud*, analysé de manière longitudinale en trois vagues d'une semaine pour les années 1983, 1993 et 2003, a permis d'identifier des tendances et de révéler les facteurs synthétiques susceptibles d'influer sur la place de la culture dans ses colonnes.

La presse quotidienne bulgare est critiquée pour ne pas avoir attribué assez de place à la culture. Selon un expert analysant le contenu de la presse, «la culture a des valeurs nulles si on inclut quelques journaux particuliers. L'information utilitaire, les prix hollywoodiens comme les Oscars, n'entrent pas dans ce qu'on appelle le journalisme culturel. Des genres comme la critique – de cinéma, de théâtre – ont disparu. On publie plutôt des annonces de spectacles et de films... Les mêmes noms, surtout du *show business*, sont cités... Il est dommage d'apprendre par la BBC qu'une pianiste bulgare célèbre est devenue citoyenne du Royaume-Uni

uniquement pour ses mérites dans le domaine musical. J'apprends par les télévisions câblées, la BBC ou Radio Classique, qu'il y a quantité de noms reconnus en Bulgarie. Je crois que la culture bulgare est transmissible mais que chez nous on ne le sait pas³¹⁹ ».

Nous avons montré que si la culture n'occupe pas une place privilégiée dans le contenu de la presse quotidienne bulgare, elle demeure néanmoins un thème incontournable.

L'écrivain bulgare, qui avait un statut privilégié dans l'économie socialiste, s'est de nos jours appauvri. La culture se trouve dans un état inquiétant, mais *Troud* tente de faire de son mieux pour la sauver. Il en donne à son public du samedi un aperçu avec des récits et des poèmes qui évitent la dissolution de la culture authentique bulgare dans la mondialisation des valeurs marchandes. Des auteurs, intellectuels traditionnels, sont invités à intervenir sur des problèmes d'actualité parfois très éloignés de leur propre domaine. Ce recours à des personnalités de premier plan dans le domaine de la culture fait partie de la stratégie culturelle de *Troud*. Le journal compte sur la tradition, il utilise des noms célèbres, entrés depuis longtemps dans le canon culturel, plutôt que de faire appel à des inconnus susceptibles de se faire un nom par la suite. Cette attitude exige moins d'efforts et rapporte davantage. Même en introduisant la rubrique « Art Troud » consacrée à la culture, il ne sort pas de sa qualité de tabloïde³²⁰ et préfère parfois le sensationnel, la paraculture plutôt que l'analyse exigeante. « Art Troud » ressemble plus à un support publicitaire pour un cercle réduit de créateurs.

Les changements profonds de la société bulgare, la transition toujours en cours, ont modifié la manière dont la presse parle de la culture. Aujourd'hui, la place de la culture est conditionnée par les lois du marché.

Références bibliographiques

Balle, F., *Médias et sociétés : presse, édition, cinéma, radio, télévision, Internet, CD-ROM, DVD*, Paris, Montchrestien, 2001.

Bertrand, C.-J. (dir.), *Médias : introduction à la presse, la radio et la télévision*, Paris, Ellipses, 1999.

Lozanov et al., *Dneven Troud. Le leader*, Sofia, Troud, 2001.

Znepolski, I., *La nouvelle presse et la transition*, Sofia, Société Citoyen, 1997.

Chapitre 14

Les radios internationales, passeurs culturels : une approche historique

Chapitre 14

Les radios internationales, passeurs culturels : une approche historique

par Bernard Wuillème

Un passeur, au sens étymologique du terme, est celui qui conduit une embarcation pour faire traverser un cours d'eau, mais c'est dans une deuxième acception quelqu'un qui fait passer une frontière, et ce sens-là concerne directement notre propos : la radiodiffusion internationale.

La radio est-elle un passeur culturel ?

L'objet de ce chapitre est d'analyser les spécificités de la radio comme passeur culturel. Dans une première partie, nous exposons les principales définitions de la culture, car il faut tout d'abord s'entendre sur le terme de culture qui, comme le dit Jean-Louis Harouel, « est caractérisé par une extraordinaire polysémie³²¹ ». Dans la deuxième partie, ce sont les particularités du média radio qui seront exposées.

Les définitions de la culture

Au sens classique du terme, c'est la *cultura animi* de Cicéron, c'est-à-dire l'idée d'une formation intellectuelle, esthétique et morale de l'être humain.

Au XVIII^e siècle, le mot culture est défini dans l'*Encyclopédie* de Diderot comme l'accès de l'individu à la civilisation. Le philosophe allemand Johann G. Herder (1744-1803) met en évidence que la notion de culture est propre à un groupe humain³²². Pour lui, chaque peuple possède un *Volksgeist* (génie populaire) qui lui est propre. En Allemagne, ce génie est la *Kultur* folklorique, littéraire et artistique des classes populaires et bourgeoises, opposée aux sciences et aux philosophies cosmopolites prisées par l'aristocratie. La *Kultur* allemande désigne donc les œuvres de l'esprit, la langue, la religion et la morale (par opposition à la technique) qui constituent le bien particulier d'un peuple et le différencient des autres. C'est de Herder que va naître le sens actuel du mot culture qui recevra une première définition en 1871 de la part de l'anthropologue britannique Edward B. Tylor (1832-1917), présentant alors la culture comme « l'ensemble des habitudes acquises par l'homme en société³²³ ».

Après Tylor, il y a eu de nombreuses autres approches de cette notion. Franz Boas (1858-1942), par exemple, dissocia l'étude des races et des cultures afin d'affirmer qu'aucune culture n'est plus développée qu'une autre. Chaque culture, étant dotée d'un « style » qui s'exprime à travers la langue, les croyances, les coutumes et l'art, constitue un tout. Selon lui, le monde serait divisé en aires culturelles³²⁴.

Les travaux de Boas ont donné naissance à une approche psychologique des cultures, comme celle de Ralph Linton (1893-1953) qui proposait de faire correspondre une « personnalité de base » à chaque culture³²⁵. Il y a également les travaux de Bronislaw Malinowski (1884-1942) pour qui, dans une culture, chaque élément a une fonction comme chaque organe dans un corps vivant et répond à un besoin³²⁶, et ceux d'Alfred. R. Radcliffe-Brown (1881-1955) qui décrit ces besoins en termes de cohésion et de reproduction sociale³²⁷.

Dans les années soixante arriveront en Europe les études de la sociologie américaine, comme celles de H. Becker, sur les communautés urbaines et les migrants. Ces travaux auront pour but de démontrer que des classes sociales, des groupes marginaux, des communautés ethniques développent des sous-cultures, voire des contre-cultures face à une culture dominante.

Pour Claude Lévi-Strauss, les productions culturelles obéissent à des règles de construction communes, qui sont des « structures mentales universelles » de caractère abstrait³²⁸. L'écologie culturelle tentera de rendre compte de faits ou de modèles culturels à partir des contraintes du milieu naturel. Il s'agit plus de modes de subsistance, de types d'organisation ou de pratiques rituelles spécifiques.

Les années soixante-dix conduisent à une révision de la notion de culture. Selon F. Barth, les cultures se construisent au contact des autres et servent à poser les limites entre les groupes. Pierre Bourdieu³²⁹ décrit les « cultures de classe » comme des outils de différenciation. La culture devient un élément de stratégie des acteurs sociaux et la notion d'identité sert à expliquer celle de culture.

Tentons maintenant de comprendre ce que peut être un « passeur culturel », celui ou celle qui fait passer d'un bord à l'autre ou qui fait franchir une frontière. S'agit-il de faire passer de l'information ou des connaissances, ou encore du ou des savoirs, ou tout simplement de faire connaître ce qu'il y a sur l'autre rive ou de l'autre côté de la montagne ? S'agit-il d'information, de communication, de transmission ? Régis Debray lui préfère ce dernier terme : « Transmission s'impose à nous, au contraire, par son caractère processuel et médiatisé, qui conjure toute illusion d'immédiateté³³⁰. » Mais comme il le précisait plus tôt : « Un journaliste communique, un professeur transmet (différence des informations aux connaissances³³¹.) » Ce passeur ou transmetteur culturel doit franchir le temps.

Revenons à notre média : la radiodiffusion internationale. Avant d'analyser son rôle de passeur culturel, précisons de quoi il s'agit.

Caractéristiques et particularités de la radio

La radiodiffusion internationale est née entre les deux guerres (Pays-Bas en 1928, URSS, Autriche et Allemagne en 1929, Italie en 1930, Vatican et France en 1931, Royaume-Uni avec la BBC en

1932, Belgique en 1934, États-Unis avec Voice of America pendant la Seconde Guerre mondiale).

Plusieurs raisons expliquent la mise en service de la radiodiffusion internationale :

- les nations qui possèdent des colonies se doivent d’informer leurs ressortissants travaillant ou vivant dans ces territoires ;
- la montée en puissance des pays fascistes qui vont mettre en œuvre leur propagande vers l’extérieur et en particulier viser les colonies aux mains des démocraties ;
- ces dernières se doivent de répondre à cette propagande.

Les radiodiffuseurs internationaux sont aux mains des États et sont financés par l’argent public. Leur marge de manœuvre est donc très réduite.

Le développement de la radiodiffusion internationale sera facilité par la découverte puis l’utilisation des ondes courtes³³². Les avantages des ondes courtes sont multiples. Elles peuvent faire le tour de la terre en rebondissant sur la couche ionosphérique, puis sur la terre et ainsi de suite. Les ondes courtes franchissent toutes les frontières. Leur rôle comme passeur culturel est donc important.

Les radiodiffusions internationales permettent aux émigrants de garder le contact avec leur pays d’origine. Elles ont pour mission (et cela figure dans les cahiers des charges) de diffuser partout la culture, les valeurs et l’actualité du pays émetteur. L’exemple de Radio France internationale est intéressant à cet égard.

RFI est chargée de la conception et de la programmation d’émissions de radiodiffusion sonore destinées à l’étranger, ainsi que de la production d’œuvres et de documentaires radiophoniques, destinées à la distribution internationale. Les programmes musicaux ou parlés sont conçus pour s’adapter aisément aux grilles des radios étrangères et permettent de répondre aux préoccupations de leurs auditeurs. Cette production multilingue de programmes enregistrés poursuit deux objectifs :

- assurer la présence française sur tous les continents ;
- établir des liens réels de coopération avec des radios partenaires, notamment dans les pays du Sud.

Mais elle a aussi un rôle sur le plan intérieur français :

- promotion du pluralisme en donnant droit de cité et un égal accès à l'information pour des communautés linguistiques de notre capitale ; les sections en langues étrangères livrent en effet à leurs auditeurs une information rigoureuse et indépendante ;
- promotion du dialogue des cultures et de la vision francophone du monde à travers les langues étrangères ; à côté des émissions d'actualité, de nombreux magazines sont consacrés aux cultures de France et d'Europe.

Tous les radiodiffuseurs ont des obligations imposées par le ministère des Affaires étrangères ou par la présidence de la République. C'est le cas pour Voice of America (VOA). Après la guerre du Vietnam, une charte de VOA fut promulguée comme Loi publique 94-350, signée par le président Gerald Ford le 12 juillet 1976. Cette loi, toujours en vigueur, donne des recommandations pour atteindre ses objectifs : pour être efficace, obtenir l'attention et le respect des auditeurs, VOA doit fournir des informations dignes de confiance en provenance de sources autorisées. Elle doit représenter l'Amérique et non pas un segment de la société américaine, et devra donner une image équilibrée et compréhensible de la pensée et des institutions américaines. VOA devra présenter clairement la politique des États-Unis, proposer des points de vue et des débats d'opinion sur cette politique. VOA est donc axée sur l'information plus que sur la culture ; néanmoins, l'« image de l'Amérique » qui est destinée à être transmise véhicule le modèle d'une culture américaine.

Comment se manifeste cette image de passeur culturel dans la radiodiffusion internationale ?

La radiodiffusion internationale comme passeur culturel

Dans le cadre d'une étude visant à réaliser une typologie des radiodiffuseurs internationaux, nous nous sommes mis à l'écoute des émissions en français proposées par ces émetteurs. Nous avons

successivement écouté, enregistré et analysé les journaux parlés des pays suivants (par ordre alphabétique³³³): Allemagne, Arménie, Autriche, Belgique (Radio Vlaanderen, Radio télévision belge française), Bulgarie, Canada, Chine, Espagne, États-Unis, Finlande, France (Radio France internationale, Radio France internationale Afrique et Radio Monte-Carlo Moyen-Orient), Grande-Bretagne, Grèce, Hongrie, Italie, Iran, Israël, Japon, Malte, Maroc, Nations unies, Roumanie, Russie, Slovaquie, Suisse, Syrie, Taïwan, Tchéquie, Tunisie, Vatican. Soit trente stations et trois journaux parlés par station. Les enregistrements ont été effectués en deux temps, l'un en février 2002, l'autre en février 2003. Les heures d'écoute étaient de nuit pour les ondes courtes. Quant aux heures d'émissions stockées sur le Web pendant huit jours, l'heure d'écoute n'avait pas d'importance.

Nous pouvons proposer une typologie des radios internationales selon trois groupes : les radios de souveraineté, les radios d'opportunité et les radios de communauté.

Les radios de souveraineté

Ces radios correspondent aux radiodiffuseurs les plus puissants en termes de moyens radiophoniques et en termes de taille économique et politique et qui s'adressent aux pays destinataires pour leur délivrer un point de vue quasi « institutionnel ». Les récepteurs des émissions radiodiffusées ont besoin des informations de ces pays, qui sont les plus importants sur la planète : British Broadcasting Corporation (BBC), Voice of America, Radio France internationale (RFI) et RFI Moyen-Orient, Deutsche Welle, Radio Autorita Italia (RAI), Radio Japon, Radio Vatican et Radio des Nations unies. Ces radiodiffuseurs ont une notoriété, une image et une audience élevées auprès des auditeurs potentiels visés. Il s'agit, bien entendu, d'États importants sur le plan politique, économique et qui, pour certains d'entre eux, ont un passé de pays colonisateurs ayant laissé des traces sur les plans culturels et linguistiques. Pour les deux stations que sont Radio Vatican et Radio des Nations unies, il s'agit de deux cas particuliers. Radio Vatican pourrait être rangée également dans la rubrique des

radios de communauté, car elle est censée s'adresser à une communauté religieuse dispersée dans le monde, au-delà des États et des nationalités, et que nous pourrions intituler « communauté catholique », mais il ne s'agit pas d'une radio religieuse proprement dite. Pour les Nations unies, là encore cette radio dépasse le cadre des États puisqu'elle s'adresse à tous les pays membres de l'ONU, donc au monde entier dans les langues officielles de cet organisme.

Les radios d'opportunité

Les radios d'opportunité sont des diffuseurs qui ne parlent que de leur pays par rapport à un objectif précis : Autriche (pour donner des gages à l'Union européenne par rapport à Jörg Heider) ; Bulgarie, Hongrie, Roumanie, Tchéquie, Slovaquie (ces cinq pays en vue de leur entrée dans l'Union européenne), Chine (pour montrer sa bonne volonté par rapport à l'Ouest et en particulier face à certaines échéances comme les Jeux Olympiques de 2008 et l'Exposition universelle de 2010), Taïwan (par rapport à la Chine), Iran (face à Israël et aux États-Unis), Tunisie (pour se montrer démocrate et sociale), Grèce (pour rattraper son attitude hostile vis-à-vis de l'Union européenne lors du conflit yougoslave). Quant à la Finlande, il y a eu un semblant d'ancrage à l'Europe avant son entrée dans l'Union européenne, mais nous nous apercevons que ce pays a cessé ses émissions en français, en allemand et en anglais fin octobre 2002 pour se cantonner au finnois, au suédois et au russe – et encore la station se pose-t-elle la question de supprimer ces deux dernières langues. World Radio Network annonce que Radio Finlande va même cesser ses émissions sur ce réseau international, ce que nous avons pu constater par nous-mêmes. Radio Finlande disparaît sur les ondes et sur le Web début novembre 2002.

Les radios de communauté

Il apparaît nécessaire, avant d'aborder cette catégorie d'émetteurs, de définir ce que nous entendons par « communauté ». Le dictionnaire *Le Robert* définit ainsi le terme communauté : « Groupe social dont les membres vivent ensemble, ou ont des biens, des intérêts communs. » C'est en 1887 que le terme de « communauté » fait son entrée dans le vocabulaire sociologique, sous l'impulsion du sociologue allemand Ferdinand Tönnies (1855-1936). Ce dernier proposait de faire une distinction entre « communauté » (*Gemeinschaft*) et « société » (*Gesellschaft*³³⁴). C'est-à-dire qu'il voulait opposer les liens « organiques » de la parenté et de la volonté fusionnelle aux liens « réfléchis » et intéressés qui, à ses yeux, caractérisaient la société moderne. Pierre Bourdieu a proposé la notion d'*habitus*, pour rendre compte de « ce système de dispositions durables et transposables qui, intégrant toutes les expériences passées, fonctionne à chaque moment comme une matrice de perceptions, d'appréciations et d'actions³³⁵ »; cet *habitus* est commun aux membres d'un groupe qui ont généralement le même type d'expérience.

Une famille, un village, une congrégation religieuse, une association, une secte, un club de supporters, une région, une nation, voire un ensemble de pays peuvent, à des degrés divers, être qualifiés de communautés. Les sociologues sont d'accord pour reconnaître qu'un groupe se forme lorsque ses membres se sentent plus proches les uns des autres que d'un quelconque non-membre. Ce groupe se constitue en communauté en acquérant une durée et une identité. Une communauté se reconnaît à des signes et à des attributs concrets : un nom, une sous-culture, des valeurs, des croyances, des emblèmes ou des sigles, parfois un langage, des rituels, un uniforme, des règles de fonctionnement, des coutumes, etc.

Cette notion de communauté a débouché sur un courant de pensée, le communautarisme, dont les « communautariens » les plus célèbres sont le philosophe Charles Taylor ou encore Alasdair MacIntyre, qui formulent une critique de l'individualisme et des idéaux libéraux et proposent un retour aux communautés que sont les groupements familiaux, amicaux ou locaux.

Pour le domaine qui nous concerne, la notion de communauté renvoie à la notion d'intérêts communs, plus particulièrement aux identités culturelles communes.

Il s'agit donc ici des radiodiffuseurs internationaux qui ne parlent que du pays émetteur en vue de créer un esprit communautaire, avec comme objectif de s'adresser à la communauté à l'étranger ou encore de se justifier face à d'autres communautés. Ces communautés peuvent aussi être le fait d'une diaspora. Ce terme d'origine grecque renvoie objectivement au phénomène historique de la dispersion des Juifs à travers le monde, et désigne par extension toute communauté importante vivant hors de son pays d'origine. Il y aurait actuellement 20 millions de Juifs dans le monde, dont 6 millions aux États-Unis, 2,2 millions dans les pays de l'ex-URSS, 4 millions en Israël, 550 000 en France, 450 000 en Grande-Bretagne et 528 000 en Argentine. Le terme de diaspora s'emploie pour d'autres communautés comme la communauté arménienne. Sur 7 millions d'Arméniens, la moitié vivent à l'étranger (dont 1 million aux États-Unis – Los Angeles étant la plus grande ville arménienne au monde – et environ 500 000 en Europe).

Les radios communautaires sont celles de l'Arménie, de la Belgique (avec ses deux radiodiffuseurs internationaux, RTBF et Radio Vlaanderen), du Canada, d'Israël, de Malte et du Maroc. Certaines d'entre elles parlent à leur diaspora (l'Arménie et Israël), d'autres sont victimes d'un isolement linguistique ou culturel (le Canada, la Suisse). Le Maroc, plus récemment, émet pour une communauté émigrée en se distinguant des discours du monde arabe. Les émissions de ces radios sont d'ailleurs reprises sur le plan national par les communautés des pays récepteurs.

Les thèmes des radios internationales par type d'émetteurs

Approche thématique des radios de souveraineté

Comme nous l'avons indiqué, ces radiodiffuseurs abordent les thèmes qui concernent les pays récepteurs, mais en fonction des communautés visées. RFI, par exemple, s'adresse essentiellement aux Africains francophones et leur parle d'eux, de leurs pays, de leur culture principalement – quant à l'aspect politique, c'est la plus grande neutralité possible. La BBC fait de même mais, en français, elle s'adresse au même public que RFI, ainsi que VOA qui, en dehors des nouvelles proprement dites, consacre la moitié de son temps d'émission à donner le point de vue du gouvernement américain. Dans les journaux enregistrés et dans la partie magazine, nous constatons (mais cela est lié à l'actualité) que cette station fait de nombreuses mises au point sur les Arabes, le terrorisme, le Coran, etc. Ce type de radio de souveraineté, VOA, donne son point de vue. Ces pays, acteurs du monde aux poids économiques forts, ont donc une mission d'information de premier ordre.

Toutefois les thèmes développés par cette catégorie d'émetteurs sont toujours en rapport avec l'actualité. S'il y a une partie culturelle dans le magazine de RFI, elle est toujours liée au pays visé ou au pays émetteur.

Approche thématique des radios d'opportunité

Il s'agit ici des stations de radio qui ne parlent que de leur pays par rapport à un objectif particulier. Ces États font un effort soit de construction d'une identité, soit d'une volonté de légitimation, soit de construction ou de modification de leur image à l'extérieur.

Des pays tels que la Bulgarie, la Hongrie, la Roumanie, la Slovaquie, la Tchéquie, ont (au moment de la réalisation de notre étude) un objectif clairement défini : entrer dans l'Union européenne. Pour cela il faut démontrer sa volonté et sa capacité à y être admis. De ce fait, les journaux parlés sont tous tournés vers ce but. Selon les cas de figure, les États insistent soit sur le respect des valeurs démocratiques de leurs gouvernements, soit sur leurs possibilités économiques comme pays candidats. Ils veulent montrer qu'il n'y a plus aucun vestige du communisme dans leur pays. En Slovaquie où 14 députés se réclament du communisme lors des élections de septembre 2002, le phénomène est minimisé. La Roumanie explique les efforts de décentralisation en cours, la privatisation de certaines entreprises nationales, les investissements étrangers, les avancées dans le traitement des déchets ménagers, la valeur des exportations roumaines... Tous ces pays émettent dans les langues majoritaires de l'Union européenne.

Dans la partie magazine, il y a une volonté de donner une image presque « poétique » de certains pays. La Slovaquie parle du cyclamen des Tatras, la Roumanie consacre la moitié de son journal (soit 25 minutes) pour évoquer Hélène Vacaresco, poétesse roumaine ayant vécu en France et dont plusieurs des poèmes sont lus à la radio, ou encore l'utilisation des plantes médicinales dans le pays... Le but est de donner une autre identité de ces pays à l'étranger.

D'autres pays, comme la Russie et la Chine, cherchent à légitimer leurs actes et leur politique. Dans le cas de la Russie, il est toujours question de l'emploi du temps officiel de Vladimir Poutine et des difficultés rencontrées avec certaines républiques comme la Tchétchénie, la Géorgie, l'Ukraine ou la Moldavie. Les problèmes économiques sont souvent évoqués, mais l'accent est mis sur les progrès réalisés. La partie magazine est assez diversifiée puisqu'il y est aussi bien question de terrorisme nucléaire, de sida en Afrique, de la chasse et de la pêche ou de la broderie d'or en Russie, du tourisme en France, d'un forum universitaire à Moscou... Il est souvent fait allusion à la France dans ces magazines.

On constate pour la Chine le même effort de légitimation, car le pays se dit toujours communiste alors qu'il semble tout

faire pour entrer économiquement dans le système libéral. Les événements de la place Tienanmen à Pékin sont toujours dans les mémoires occidentales; c'est pourquoi la République populaire de Chine multiplie les marques d'allégeance à l'Occident et cherche une reconnaissance internationale à travers la prochaine Exposition universelle de 2010 à Shanghai, et les Jeux Olympiques qu'elle organisera en 2008. Radio Pékin est là pour expliquer aux Occidentaux, et aux Français et francophones en particulier, que la Chine est un pays où il fait bon vivre. Toutes les nouvelles, ou presque, portent sur la Chine et ses bonnes relations avec les États-Unis. L'économie est en bonne santé: beaucoup de données quantitatives sont fournies pour le démontrer. Le tourisme se porte très bien aussi, d'importants investissements sont faits pour développer les capacités hôtelières de la Chine. La partie magazine n'est pas en reste puisque l'on y trouve des recettes de cuisine chinoise, l'éducation sexuelle, le planning familial et la démographie. La Chine maîtrise toutes ces questions.

Taïwan a des thèmes très voisins de ceux de la Chine. On n'y parle que de Taïwan et la partie magazine traite de musique classique, du calendrier lunaire, des modifications climatiques, de la littérature taïwanaise. Bref des sujets anodins en apparence, mais qui montrent que Taïwan veut maintenir l'image d'une Chine traditionnelle et éternelle.

L'Autriche, qui a été en délicatesse avec l'Europe à cause des déclarations et des actes de son leader populiste Jörg Heider, se sert de Radio Autriche International pour désamorcer la polémique. Heider et ses adjoints sont mentionnés dans tous les journaux. Leurs déclarations font l'objet d'un commentaire cynique, voire méprisant.

La Voix de l'Islam, radio iranienne, est la seule radio internationale islamique audible en français et en ondes courtes, ainsi que sur Internet (récemment), qui n'épouse pas le point de vue occidental. Cette station se caractérise par un fort ancrage dans l'Islam. Le journal parlé débute par l'hymne national iranien et une ou deux sourates psalmodiées par un religieux et traduites par une voix de femme. Les thèmes principaux et polémiques sont Israël et les États-Unis. Les thèmes abordés dans les nouvelles se rapportent essentiellement, pour ne pas dire continuellement

et totalement, aux États-Unis et à Israël. Ces deux États sont présentés comme des ennemis. Exemple de titre du journal parlé : « Les forces du régime sioniste, en attaquant les Palestiniens sans défense dans la bande de Gaza, ont blessé sept d'entre eux. » Ou encore : « ...les jusqu'au-boutistes américains ».

La partie magazine de la Voix de l'Islam est à l'opposé du ton polémique et vindicatif du journal. Elle présente la musique et les chants iraniens, le climat, les forêts, les cultures iraniennes. Lorsque l'actualité le suscite, ce radiodiffuseur interviewe des personnalités politiques françaises de passage à Téhéran pour leur demander leur position vis-à-vis des États-Unis et d'Israël. Nous avons enregistré une interview d'Alain Krivine, porte-parole de la Ligue communiste révolutionnaire, qui était encore plus vif (plus anti-américain) dans ses propos que le journaliste iranien qui le questionnait !

La Tunisie dispose d'une radio dont l'objet principal consiste à rendre compte des faits et gestes du président Ben Ali et rien d'autre. La Grèce, pour sa part, tente dans ses journaux de donner une image plus positive que celle qu'elle a offerte lors de la crise yougoslave et face à la volonté de la Turquie d'entrer dans l'Union européenne. Pour cela elle met l'accent sur ses particularités : l'orthodoxie et le tourisme, notamment culturel et religieux.

La Finlande, depuis son intégration dans l'Union européenne, utilise de moins en moins la radiodiffusion internationale pour parler d'elle. Mais ses émissions en français et en anglais ont été arrêtées fin octobre 2002. Le russe est la seule langue, hors le finnois, à être utilisée par Radio Finlande, qui va d'ailleurs prochainement l'abandonner pour ne plus utiliser que la langue nationale, le finnois³⁶, pour sa radiodiffusion extérieure, tout comme le fait la Hollande, qui n'utilise que le néerlandais depuis plusieurs années.

Approche thématique des radios de communauté

La Belgique se caractérise par la présence de deux radios émettant en français : une wallonne et une flamande. Ces deux radiodiffuseurs défendent une position de petite nation partagée par un

bilinguisme producteur de « confrontations », notamment culturelles. Pourtant cette division ne se retrouve pas dans les thèmes abordés par les deux stations. D'une part, Radio Vlaanderen ne parle que de l'actualité en Flandre et RTBF de l'actualité en Wallonie. D'autre part, il n'y a pas de critique formulée par l'une contre l'autre. Il s'agit vraiment, pour chaque radiodiffuseur, de parler à sa communauté – et à sa communauté belge. Radio Vlaanderen ne s'adresse pas aux Hollandais et RTBF ne s'adresse pas aux Français. La revue de presse ne concerne que les titres de chacune des deux provinces. Il ne s'agit jamais de la Belgique, sauf lorsqu'il est question de l'Europe ou d'une décision fédérale.

En Israël, les thèmes sont ceux d'un pays en guerre. Le journaliste fait l'état des événements survenus la veille, et bien évidemment le journal commence toujours par la longue liste des Israéliens morts, militaires et civils. Les morts palestiniens sont signalés anonymement par manque de moyen d'identification. Dans la partie magazine, un thème unique par journal est discuté, comme par exemple l'officialisation des conversions au judaïsme, l'étude de la Shoah en Belgique, l'indemnisation des victimes de la Shoah par la France, les fêtes de la Pâque juive, etc., un mélange de religieux, de militaire et de civil. Kol Israël respecte le principe de prudence dont rend compte Isabelle Garcin-Marrou³⁷ à propos de la presse écrite : « Face au terrorisme, une des grandes tendances constatées est la prudence. Celle-ci s'exprime par la séparation de l'information et du commentaire. »

L'émission arménienne en français a lieu le dimanche. Elle dure quinze minutes et la qualité de réception est mauvaise. Les thèmes sont récurrents : l'Arménie et son passé, sa culture, sa religion et ses difficultés. L'émission est animée par un fort sentiment national et se réfère à la diaspora arménienne qui a résulté du génocide turc de 1915.

Au Maroc, la station qui émet en français est Medi 1, lancée il y a vingt ans. Le monde radiophonique en dit le plus grand bien pour sa liberté de ton et son modernisme technologique. Ce radiodiffuseur couvre tout l'Ouest du Bassin méditerranéen (y compris la Libye, l'Italie et l'Espagne). L'audience est évaluée à 23 millions d'auditeurs. C'est une radio bilingue (français-arabe) qui est maintenant sur Internet. Il peut donc paraître curieux de

classer cette station dans la catégorie des radiodiffuseurs communautaires, mais sa communauté est la Méditerranée. Les thèmes, bien qu'internationaux, touchent particulièrement l'actualité politique, économique et culturelle de la Méditerranée. Dans son magazine, *Medi 1* n'oublie pas ses racines identitaires en donnant une large part à la musique soufi.

À Malte, *Voice of the Mediterranean (VOM)* est une station de radio difficile à classer. Elle est communautaire par certains aspects, puisqu'elle s'intéresse à la communauté maltaise à l'étranger, mais son discours joue sur la promotion de Malte afin de jouer la carte européenne. Les thèmes évoqués sur VOM touchent essentiellement à la promotion de l'île : le tourisme, l'héritage culturel, le peuple maltais et les opportunités d'implantations commerciales offertes par le statut actuel et la situation particulière de Malte. Cette station veut montrer que Malte n'est pas une petite île perdue au milieu de la Méditerranée mais qu'elle a une importance stratégique (entre l'Afrique et l'Europe), qu'elle est membre de nombreuses organisations internationales et qu'elle a donc un rôle important en dépit de sa taille.

A priori il peut sembler surprenant de ranger Radio Canada International dans les radiodiffuseurs du type communautaire, car elle a tout d'un radiodiffuseur de souveraineté. Ce choix est dû à la situation particulière de ce pays et de la radiodiffusion francophone au Canada. Selon Marc Raboy, reprenant le rapport de la Canadian Association of Adult Education (CAAE) sur la radiodiffusion (lequel, bien que réalisé en 1960, ne semble pas infirmé en 2002) : « Il est évident que le problème majeur du Canada a été de conserver une opinion publique dynamique parmi un public dont le seul trait commun était celui de résider sur un territoire artificiellement segmenté ; en d'autres termes, le problème a été de créer un public à partir de collectivités distinctes et géographiquement séparées... L'histoire entière du Canada a été celle d'un conflit entre le public, qui est canadien, et le marché, qui a été d'abord américain et, au sens premier du mot, anti-culturel³³⁸. »

Les thèmes des émissions de Radio Canada International illustrent cette tendance, car ils concernent uniquement le Canada. Celui-ci, enclavé dans le continent nord-américain, veut montrer sa spécificité, sa personnalité par rapport à son grand et unique

voisin. Le Canada a un public canadien qui est national dans un marché américain, lui, international.

Bilan

La radiodiffusion a bien pour volonté de faire passer un message culturel et principalement les deux dernières catégories de radiodiffuseurs. Il faut se faire connaître, il faut se donner une image convenue face au monde occidental lorsque l'on a besoin de lui. Il n'en va pas de même des radios communautaires qui ont à défendre une culture propre et à la faire vivre à l'étranger auprès des émigrants, mais aussi par des membres d'une communauté plus large, une communauté religieuse par exemple.

Une question subsiste : s'agit-il de « passeurs culturels » ou de « propagandistes » ? Où commence la propagande, où se termine la transmission culturelle ? Lorsque Radio Pékin consacre la moitié de ses émissions en français à donner des recettes de cuisine, nous parler de la contraception en Chine ou encore de la musique classique chinoise... culture ou propagande ?

Chapitre 15

La médiation
de l'éducation
populaire
à l'espace public :
le cas du festival
« Off » d'Avignon

Chapitre 15

La médiation de l'éducation populaire à l'espace public : le cas du festival « Off » d'Avignon

par Paul Rasse

Le festival d'Avignon est un bel objet d'étude anthropologique, pour ce qu'il est bien sûr, mais aussi parce qu'il permet de réfléchir sur la question de la médiation, de prendre le pouls de la culture dans une société en effervescence. Le succès croissant du « Off », l'engouement qu'il suscite, nous donnent à réfléchir sur les aspirations du public en matière de rencontre avec les réalisations artistiques. De même, la multiplication incontrôlable des compagnies théâtrales, chaque année plus nombreuses à vouloir participer au festival en dépit des risques et des difficultés que représente l'entreprise, informe sur l'explosion de la création. Nous essaierons de montrer en quoi le terme de passeur, pour désigner les médiateurs, renvoie à une conception moins « dépassée » qu'« à dépasser » de la médiation culturelle. Elle suppose en effet que la culture est d'un côté, celle des élites qui la produisent ou s'en délectent, et que de l'autre il n'y a rien que l'attente ou la mauvaise volonté. Dès lors tout n'est qu'affaire de talent, d'attention compatissante, de compétences professionnelles et de technologies sophistiquées, pour amener le peuple à apprécier la culture légitime à sa juste valeur. Cette conception de la médiation culturelle puise ses origines dans l'éducation populaire, dont le projet généreux, même s'il reste d'actualité, mériterait d'être reconsidéré à la lumière du concept d'espace public. Dans cette perspective, nous nous efforcerons de montrer les limites du théâtre populaire de Jean Vilar et en quoi le festival « Off » d'Avignon, analysé du point de vue de l'espace public, renouvelle les perspectives de la médiation³³⁹.

Aux origines de l'éducation populaire

L'éducation populaire est issue de la Troisième République, de l'idéal d'école laïque, obligatoire et gratuite (elle le devient effectivement en 1881-1882). L'instruction publique, le brassage des classes, riches et pauvres ensemble tous assis sur le même banc, égaux devant la connaissance jusque-là réservée aux élites, l'accès aux savoirs, à la culture savante, devaient suffire, pour les uns, à supprimer les différences sociales héréditaires et les conflits sociaux, alors que pour les autres, au contraire, ils faciliteraient la prise de conscience, l'engagement, la lutte collective et conduiraient à l'émancipation du prolétariat.

Pour étendre le mouvement, le poursuivre après l'école, l'élargir à la culture, aux sports et aux loisirs, les militants les plus convaincus créent les premières associations d'éducation populaire, à l'instar de la Ligue de l'enseignement, et de son fondateur Jean Macé, pour qui la liberté était au bout du savoir : « Faire penser ceux qui ne pensent pas, faire agir ceux qui n'agissent pas, faire des hommes et des citoyens³⁴⁰ ». Plus tard, sous le Front populaire, dans la Résistance et l'après-guerre, ces associations prennent de l'ampleur, se multiplient à l'initiative ou avec le soutien des syndicats, des partis, des fractions progressistes des Églises... Ainsi se créent les CEMEA, Peuple et culture, Culture et liberté, le Centre confédéral d'éducation ouvrière, Léo Lagrange, pour ne citer que les plus célèbres d'entre elles. Les comités d'entreprises instaurés à la Libération constituent pour elles un puissant relais ; ils les financent et font le lien avec les travailleurs qu'ils encadrent au travers de l'action syndicale. Jean Vilar les utilisera abondamment pour élargir la base sociale de son public et tenter de toucher le monde ouvrier.

À partir des années soixante-dix, des chercheurs s'intéressant au champ de la culture commencent à porter un regard plus critique sur le mouvement. Ils mettent en question l'idéal humaniste de démocratisation culturelle qui anime l'ensemble de l'éducation populaire. « Il entend faire bénéficier toutes les couches de la population de ce qui n'était jusque-là que le privilège d'une minorité, mais sans poser la question de classe de cette culture

élitiste³⁴¹ ». En dépit de ces intentions, le mouvement d'éducation populaire masque les rapports sociaux : depuis la Renaissance au moins, le pouvoir en place, érigé en mécène, oppose sa culture au peuple pour asseoir sa légitimité, rassembler l'aristocratie d'abord, la bourgeoisie ensuite, et les distinguer de la masse renvoyée à sa barbarie, jusqu'à configurer deux mondes si différents l'un de l'autre³⁴². Et la culture qui s'élabore ainsi fascine et rebute le peuple. D'un côté, elle brille pour appartenir aux classes dominantes, de l'autre, elle se fait dans un univers qui n'a rien de commun avec celui des catégories sociales plus modestes, si loin de leurs préoccupations, de leurs aspirations, de leur expérience du monde.

Il ne faut cependant pas oublier qu'au XIX^e siècle et jusque dans la seconde moitié du XX^e, ces faits n'ont pas encore l'évidence qu'ils ont acquise plus tard ; ils sont cachés par des rapports sociaux autrement plus violents, qui imposent à la condition ouvrière un travail harassant pour un salaire de misère. La distance à la culture est d'abord celle du manque d'argent et du manque de temps. Il semble évident aux acteurs de l'éducation populaire que l'abaissement des barrières physiques au moyen de la diminution des prix d'entrée, de l'augmentation du temps libre, de l'adaptation des horaires et de la décentralisation des lieux de diffusion en province, en banlieue ou dans les usines, seront suffisants pour permettre au peuple d'accéder à la culture, pour refondre dans un même creuset les classes sociales jusque-là opposées.

Avec le temps, avec les progrès d'une société plus démocratique et plus ouverte, l'amélioration générale des conditions de vie et l'essor d'une classe moyenne, les catégories sociales ne sont plus aussi cloisonnées, repérables et opposées. Mais la culture demeure, sans doute plus qu'avant dans la mesure où les autres barrières sont tombées, ce doigt mystérieux qui sépare l'ivraie du bon grain. Ce qu'elle abandonne des beaux-arts classiques, versés dans le domaine public parce qu'inscrits dans les programmes scolaires et largement médiatisés, l'élite le reproduit en se réservant le monopole de la création contemporaine, et là rien, ou si peu, ne change. Et c'est sans doute pour n'avoir pas vu cela que Vilar a perdu le combat du théâtre populaire, pour lequel il s'est battu jusqu'au bout avec tant de talent et de conviction.

Vilar et le théâtre populaire

Jean Vilar est sans doute la plus célèbre et la dernière des grandes figures de l'éducation populaire. Lorsqu'en 1947, il crée le festival d'Avignon pour faire respirer le théâtre loin des pourpres et de l'or et qu'en 1951, il prend la direction du TNP (Théâtre national populaire), il veut seulement « démocratiser » les pratiques culturelles jusqu'alors réservées à une minorité, en élargissant la base sociale de son public à de nouvelles couches de la population. Il n'est pas question de modifier les contenus, mais seulement d'instruire le peuple pour l'amener à découvrir et à apprécier la culture cultivée considérée incontestablement comme la seule vraie, belle, universelle et sublime, susceptible de transcender la diversité sociale, historique, géopolitique de l'humanité. Et si le grand public ne se déplace pas, ce n'est pas parce que cette culture n'est pas la sienne, et qu'elle se constitue depuis la nuit des temps en s'opposant au peuple, c'est seulement parce qu'il manque d'éducation, de moyens financiers, de temps, de bonnes habitudes.

Dans cette perspective, Jean Vilar systématise les méthodes de l'éducation populaire qui s'efforçaient de supprimer les obstacles matériels faisant barrage; comme si le peuple avait une propension naturelle à se ruer au théâtre. « Le seul problème à mes yeux, écrit-il, indépendamment du prix des places et des horaires, c'est de dissiper la gêne qui paralyse le public ouvrier à l'entrée même du théâtre où l'on a pourtant choisi de lui monter de grandes œuvres dramatiques classiques ou modernes... » Aussi a-t-il, au théâtre de Chaillot comme en Avignon, une politique de diffusion offensive que ne renieraient pas, aujourd'hui encore, les meilleurs stratèges en marketing culturel. Entre autres, il baisse le prix des entrées pour rendre ses spectacles accessibles à toutes les bourses, y ajoute l'interdiction de donner des pourboires aux ouvreuses et la gratuité absolue des vestiaires. Il s'efforce d'adapter les horaires des séances à ceux des travailleurs, aussi faisait-il ouvrir Chaillot à 18 h 30, ce qui, disait-il, donnait aux spectateurs la possibilité de prendre un repas à un prix modique sur place, avant la séance, et d'être rentré chez soi à minuit. De même fait-il déplacer les dates du festival d'Avignon de septembre à juillet

pour le rendre plus accessible aux congés payés. Pour aller au-devant des couches sociales laborieuses, il décentralise les spectacles en banlieue, joue dans les entreprises, noue des relations suivies avec les foyers de jeunes travailleurs, les comités d'entreprise et les associations d'éducation populaire. Il est aussi, sans doute, le premier dans l'histoire des organisations culturelles à développer un véritable service de communication en direction des publics et de la presse.

À Jean-Paul Sartre qui lui reprochait en définitive d'accueillir un public petit-bourgeois alléché par les bas tarifs, alors que le prolétariat ne va pas au théâtre parce que l'histoire lui a appris à considérer cette forme de spectacle « comme une cérémonie bourgeoise », Vilar répond, encore et toujours, que le problème est lié aux conditions de vie, au manque de temps. « Les ouvriers ont à faire deux fois par jour quinze kilomètres de route en vélo, avant et après leur travail. Il faut qu'ils se lèvent tous les matins à 5 heures. Comment leur imposer un spectacle en soirée dans ces conditions ?³⁴³ » Sartre insiste : « Jouer *Dom Juan* ou Racine c'est bien, c'est utile, mais cela vient à côté. À un public populaire, il faut d'abord présenter des pièces pour lui : qui ont été écrites pour lui ou qui parlent de lui. » Et le directeur du TNP de citer alors le *Cid* ou *Dom Juan* qui font salle comble dans les milieux communistes, à Gennevilliers, aux usines Renault, ou lors de tournées en Pologne et en Tchécoslovaquie.

Si Vilar innove en matière de conquête du public, sur le plan de la programmation et du rapport aux spectateurs, il reste très conventionnel. Ainsi, à un journaliste qui lui demandait si cette recherche d'un nouveau public lui posait des problèmes de répertoire, de mise en scène ou de choix des auteurs, il répond : « Non, directeur de théâtre privé, j'aurais monté les mêmes œuvres que celles que j'ai mises en scène. Je ne suis pas simple, je suis têtu, je n'ai pas dans mes bagages d'intellectuel une dialectique qui sache s'adapter au public bourgeois, au public intellectuel, au public populaire. C'est tout ou rien³⁴⁴. » Il choisit le répertoire et les acteurs, il met en scène, joue, invite des troupes qu'il aime. Pour lui le théâtre est un art exigeant, qui se fait, se juge, et donc se construit, à travers le regard, la critique, la reconnaissance et le soutien d'une petite élite de spécialistes : critiques d'art, experts, hommes

politiques, et peut-être le tout-Paris, mais pas le grand public. Le public profane peut être invité à débattre avec les artistes, cependant, son avis sur les choix esthétiques est de peu de poids, il n'a pas à intervenir sur les contenus. « Le théâtre est une leçon, aimait-il expliquer, un enseignement, moins un lieu d'éducation (il trouvait ce terme trop rigide) que d'instruction. » Les spectateurs doivent communier dans la révélation des chefs-d'œuvre de l'art dramatique, ce qu'il appelle « un répertoire de haute culture ». L'esthétique est son affaire, il veut seulement réussir à convaincre le public de la qualité de sa programmation. La médiation, si nécessaire, doit seulement s'efforcer de donner à comprendre et surtout à aimer ses choix, mais pas à les juger.

Vilar se battait pour un théâtre ouvert à tous, rempli d'un public représentatif de la population au sens sociologique du terme. Lui voulait plus d'ouvriers, et plus de jeunes, de provinciaux ou de banlieusards pour équilibrer la sur-représentativité des personnes âgées, des Parisiens et des classes aisées, sans pour autant renoncer à ses exigences pour le théâtre. Il rêvait, dit-il, « de réunir, dans les travées de la communication dramatique, le boutiquier de Suresnes, le haut magistrat, l'ouvrier de Puteaux et l'agent de change, le facteur des pauvres et le professeur agrégé³⁴⁵ ».

Les quelques éléments statistiques disponibles sur le public du TNP et d'Avignon le confirment, en fait d'ouvriers, les salariés des usines qui vont au théâtre sont des techniciens et des cadres de bureaux d'étude ou de services administratifs, travaillant surtout dans les secteurs de pointe, électronique, aéronautique... Quant à la masse, elle vient du tertiaire, des banques, des ministères et des administrations, de la poste, et de l'éducation nationale. Les comités d'entreprise et les associations d'éducation populaire servent très activement de relais, mais là encore, elles drainent les classes moyennes. Malgré les efforts de l'équipe de promotion du TNP, les CE des grands magasins ou de l'automobile, par exemple, ne parviendront jamais à y intéresser les salariés de leurs établissements. De la même façon, une étude menée sur le public du festival d'Avignon, en 1968 à la veille du départ de Vilar, révèle que l'on ne compte parmi les spectateurs que 1 % d'ouvriers, 1 % de paysans, 2 % d'agents techniques et 7 % d'employés³⁴⁶.

Jean Vilar était un précurseur en matière de démocratisation de la culture et d'éducation populaire, son exemple inspirera plus ou moins sincèrement bon nombre d'acteurs culturels. Il demeure, aujourd'hui encore, une référence incontournable, mais dans une société qui s'est, depuis, profondément transformée. Le manque de temps, le manque d'argent, l'éloignement et le rituel ostentatoire des lieux de culture, s'ils demeurent souvent bien réels, n'en expliquent plus pour autant la désaffection du grand public pour les manifestations de l'art. Les exclus de la société d'abondance ne sont plus, depuis longtemps, les seuls absents. Les visiteurs, les spectateurs, les lecteurs, les auditeurs de la culture cultivée sont chaque année moins nombreux à fréquenter les salles de théâtre, de concert, de cinéma, les bibliothèques ou les librairies. Les seules pratiques progressant de façon significative sont celles qui cantonnent les gens devant des écrans cathodiques, la télévision d'abord (21 heures par semaine en moyenne), mais aussi les magnétoscopes, DVD, Internet ou jeux vidéo..., celles qui facilitent le repli chez soi.

Ce constat pessimiste ne saurait masquer paradoxalement une explosion de la création. On observe d'un côté une forte progression du nombre de personnes qui font le choix d'une carrière artistique, en dépit des difficultés qu'elle représente – ainsi qu'en témoigne la crise des intermittents du spectacle. Par ailleurs, le succès public du festival « Off » d'Avignon et de nombreux lieux alternatifs est révélateur de l'engouement du public pour des formes de diffusion qui réinventent l'espace public et de ce fait offrent la perspective d'une vraie alternative.

Paradigme de l'espace public

Le concept d'espace public doit beaucoup à Habermas, dernier philosophe de l'école de Francfort. Il élabore un paradigme à partir d'une analyse du mouvement culturel qui se développe au siècle de Lumières et conduira partout en Europe à l'émergence de la démocratie. Habermas montre comment, à partir du xvii^e siècle

et au XVIII^e, la bourgeoisie, nouvelle catégorie sociale en pleine ascension, mais encore profondément liée au peuple dont elle représente la fraction éclairée, parvient à s'affranchir de la domination séculaire, culturelle et idéologique de l'aristocratie. Pour ce faire, elle invente de nouveaux lieux de diffusion artistique, dans les capitales et les grandes villes de province, où elle se constitue en public. Dans les salons, les cafés, les cercles de lecture, elle apprend à faire usage public de son jugement critique, à affirmer et à développer sa propre opinion. Elle découvre de nouveaux rapports à la culture par la discussion, la raison, la publicité. Elle ne crée pas une nouvelle culture, mais la génère à partir de la précédente qu'elle s'approprie et transforme progressivement, jusqu'à la faire sienne ; et, paradoxalement, jusqu'à la faire différente dans son essence même.

Forcément, la venue en masse de la bourgeoisie dans le champ de la culture savante la transforme. Et si elle s'arroge le droit, au même titre que l'aristocratie et les princes, de mettre en discussion les valeurs esthétiques ou politiques du moment, elle en partage aussi les exigences. Les discussions de salon, de club, ou de café des Lumières ne sont pas les discussions de « café du Commerce ». Elles se nourrissent de l'ensemble des savoirs et des cultures du monde occidental de l'époque, elles sont avides d'informations couchées dans les livres et les revues, elles se confrontent aux réalisations artistiques passées ou contemporaines. Elles se passionnent pour les controverses, les polémiques qui se nouent ailleurs et les rebattent dans leur propre cercle de discussion. Inversement, elles s'en font l'écho dans les correspondances épistolaires et les hebdomadaires qui les diffusent dans les autres espaces de débat. Aux simplifications faciles de l'esprit, « l'honnête » citoyen oppose cette érudition du monde saisie dans sa complexité et sa diversité, cette exigence d'une polémique élargie par médias interposés à l'ensemble des autres débats, pour faire en sorte qu'il ne puisse jamais se refermer sur lui-même et ses certitudes. La culture encyclopédique, qui fait exister et caractérise l'homme des Lumières, se construit rigoureusement par une incessante gymnastique de l'esprit, où alternent lectures, écritures, discussions, expérimentations scientifiques, expériences esthétiques, où le plaisir se gagne dans l'effort et le dépassement de soi.

Dynamique du festival « Off » d'Avignon

Revenons maintenant au festival d'Avignon. Le « Off » est né, vers la fin des années soixante, de metteurs en scènes qui n'acceptaient pas de se soumettre aux choix de Vilar, mais qui du même coup ont imposé en règle de fonctionnement l'absence de sélection préalable, pour s'en remettre directement au jugement du spectateur. Le principe sera repris et institutionnalisé par Alain Léonard, en 1982, quand il lance la maison du Off.

Les chiffres sont impressionnants. Le festival « Off » accueille chaque année plus de 500 spectacles, joués par 400 compagnies dans près de 130 lieux, pour un public évalué à 600 000 entrées, soit quatre à cinq fois plus que dans le « In ». Et pourtant, à quelques exceptions près, la presse nationale ne s'intéresse pour l'essentiel qu'aux mêmes spectacles déjà consacrés. À longueur de colonnes, les critiques auscultent les pièces jouées dans la cour d'honneur du palais des Papes, et au mieux expédient le « Off » en quelques lignes. Dans ce cas, des articles très généraux, convenus, évoquent la galère des compagnies, la chaleur et le manque de confort des salles aménagées dans des caves (ce qui est de moins en moins le cas), la foule éperdue face à l'ampleur et la diversité de l'offre (alors que c'est justement tout l'intérêt de la manifestation). Et toujours ce ton condescendant pour parler du public, de la masse, de sa prolifération incontrôlée et inquiétante.

Cependant, dans l'ombre, le silence des médias et le mépris de l'intelligentsia, le « Off » est devenu un espace culturel exceptionnel, par la diversité des spectacles et le nombre des spectateurs. Mais surtout (par-delà ces aspects quantitatifs que la presse lui concède tant bien que mal), parce qu'il s'y invente un théâtre différent, pauvre mais d'une incroyable diversité, où le public se découvre la capacité à faire usage de son sens critique et le plaisir de participer à l'esthétique.

Au cours de l'été 2003, l'annulation du « In », suite à la grève des intermittents, a jeté la ville dans l'effroi et laissé les 600 compagnies du « Off » dans la perplexité : devaient-elles suivre les troupes du « In » et se retirer, avaient-elles le choix ? Y avait-il d'autres alternatives pour défendre le statut des intermittents ? Fi-

nalement, plus des deux tiers d'entre elles se sont remises à jouer, en dépit de l'absence des grands médias qui ont plié bagage sitôt l'annonce de la fin du festival officiel. Elles sont restées pour la passion saltimbanque des directeurs de compagnies, des metteurs en scène, des acteurs qui, envers et contre tout, ne pouvaient renoncer à la scène. Parce que bon nombre des compagnies savaient qu'en faisant grève elles se condamnaient irrémédiablement à disparaître. À la différence du «In» où les compagnies sont payées, celles du «Off» payent, elles doivent investir toutes leurs économies et même souvent s'endetter pour venir en Avignon. Mais cela n'explique pas tout. Si le «Off» a continué, c'est que personne ne pouvait l'arrêter. Contrairement au système pyramidal des grands festivals, où le directeur prend la décision d'annuler ou de rester, le «Off» est un réseau, il n'appartient à personne, il échappe à tout contrôle, ce qui en fait sa richesse, ses dérives aussi, mais sa force en situation de crise. Le festival «Off» a souffert de la crise des intermittents, mais il s'est maintenu parce que son économie interne est fort différente de celle du «In» auquel il est adossé.

En l'absence de la presse et des critiques, le jugement des festivaliers est essentiel, pour la notoriété du spectacle, mais aussi dans la mesure où les entrées représentent sinon la totalité, du moins la majorité du revenu des troupes. Toutes cherchent à gagner un vaste public, mais cela ne les conduit pas forcément, comme on pourrait le croire, à privilégier le confort du spectateur au détriment de la création. En témoigne la diversité des formes d'expressions mobilisées : théâtre, danse, musique, poésie, cirque, marionnettes, mime, chanson, café-théâtre, animation jeune public, multimédia, parade, spectacle de rue... Elles explorent tous les champs de la création, depuis les plus convenus, les plus classiques, jusque dans les archétypes plus ou moins heureux d'un théâtre engagé, d'avant-garde, exigeant, audacieux, et qui n'hésite pas d'ailleurs à se présenter comme tel.

Auteurs et metteurs en scène doivent apprendre à jongler avec les contraintes du festival. La dimension réduite des salles et des scènes, la multiplication des spectacles donnés chaque jour dans un même lieu, imposent des pièces courtes, jouées avec peu d'acteurs, dans des décors mobiles réduits au minimum. Dans ces conditions s'invente un nouveau théâtre, pauvre, et pourtant

ô combien imaginatif. Nombreuses sont les créations sensibles, inventives, diversifiées, en prise sur le monde contemporain. Il suffit pour s'en convaincre de lire le programme. Chaque année, outre le répertoire classique, les œuvres de près de 300 auteurs vivants et souvent inconnus sont joués dans le «Off». Et beaucoup d'entre eux évoquent les problèmes politiques et sociaux actuels, la guerre, l'oppression, le racisme, la discrimination sexuelle, les banlieues, le Kosovo, la prison... Toutes les misères et tous les combats, tous les bonheurs aussi, se reflètent dans le festival.

L'association Avignon public Off, fondée par son directeur, Alain Léonard, pour accompagner le développement du festival, poursuit deux grandes finalités : l'accueil et l'information des professionnels du théâtre (compagnies, acteurs, programmeurs, etc.), de la presse et du public (adhérent ou non de l'association), et la mise en relation des uns avec les autres.

Pour cela, Avignon public Off publie notamment un programme exhaustif du festival indiquant, pour toutes les compagnies adhérentes, le contenu de chaque pièce, les lieux et heures de chaque représentation. Ce programme est le guide indispensable à chacun pour organiser son propre festival. C'est aussi la base de l'égalité des troupes entre elles face au public, puisque au départ chacune dispose du même espace pour se présenter : une demi-colonne, une petite photo en noir et blanc, le nom de la troupe, le titre, le genre et le générique du spectacle suivis de quelques lignes de présentation. Chaque spectateur potentiel, en expert averti, pourra ensuite compléter cette première information de base, au gré de son expérience, de ses pérégrinations, des rencontres, des parades, de l'affichage sauvage, du bouche-à-oreille, de la répartition des lieux et des troupes. Mais le programme, feuilleté, annoté, coché, reste la référence pour s'y retrouver, s'y perdre, y revenir, la mine où il découvrira la perle oubliée de tous, l'erreur à ne plus faire, le spectacle dont on parle tant, celui qu'on voudrait ne pas avoir vu, celui qu'il faut recommander à tous ou à certains, amis ou ennemis. C'est, en bref, le document indispensable qui fait du festivalier le critique, l'esthète, le citoyen de la cité du théâtre, acteur parmi les autres de la fête.

L'espace public du «Off»

L'espace public est ce moment suspendu de grâce, d'intelligence collective où une dynamique sociale se met en place qui transforme les rapports à la culture. Le public du festival représente la fraction éclairée, plus cultivée que riche de la classe moyenne. Et cette dernière entretient un rapport fluide avec la culture cultivée, elle ne s'y oppose pas radicalement, elle ne la refuse pas, elle s'y intéresse, la connaît, s'y confronte, la contourne, l'accepte, la critique, pense seulement que ce n'est plus le seul astre qui éclaire tous les autres. Elle revendique que l'esthétique soit mieux partagée, et invente de nouveaux dispositifs qui lui permettent d'en faire l'expérience, en articulant un public curieux, critique et passionné, avec une création foisonnante qui reflète les débats du monde. Elle dépasse la conception du théâtre populaire que défendait Jean Vilar, en permettant au spectateur non seulement de découvrir des productions artistiques, mais aussi d'accéder au débat sur la création et d'y participer, de faire état de ses goûts, d'être d'accord ou non avec la forme ou avec le contenu, et de le dire et le faire savoir.

Ce jeu se fait dans la grande tradition théâtrale, notamment quand il puise dans la littérature classique, et en même temps il est déjà différent, par la présence du public et par la pauvreté des moyens qui transforment les conditions de la création. La nécessité d'autofinancer le spectacle par la contribution financière des spectateurs fait la misère matérielle des artistes, la galère des troupes du «Off» dit la presse compatissante, mais elle leur garantit une grande liberté intellectuelle. En effet, la sélection des spectacles échappe à l'emprise du petit milieu spécialisé en place des mécènes, s'octroyant le droit de distribuer subventions et engagements officiels, critiques et recommandations déterminantes. Elle dépend là d'un vaste public, de la grande diversité de ses goûts, de ses passions, de sa curiosité. Chaque festivalier possède une parcelle de pouvoir et en use en décidant d'aller ou de ne pas aller voir un spectacle, de le conseiller ou non à ses amis, d'expliquer pourquoi, d'en discuter après avec ceux qui l'ont vu pour parfaire sa critique et construire son jugement. Et chaque sujet,

chaque auteur, chaque troupe, chaque forme d'expression théâtrale peuvent trouver leur public, pourvu qu'un certain nombre de spectateurs s'accordent sur l'intérêt de la création, la qualité de la mise en scène, les performances des acteurs, après en avoir eu l'intuition, ou se l'être fait recommander et y être allés...

Du côté des milieux artistiques, cette fois, le «Off» ouvre la scène du théâtre vivant. L'inflation du nombre de spectacles doit d'abord être interprétée comme un signe de vitalité. On a cru ce mode d'expression condamné par les masses-médias, alors que bien au contraire, il ouvre une alternative à leur domination hégémonique. Le cinéma et la télévision, ainsi que le dénonçaient les philosophes de l'école de Francfort, reposent sur la concentration extrême des canaux d'expression dans les mains de quelques-uns qui s'approprient l'espace public. Ils réduisent la majorité au silence, privée de l'accès à la parole et au débat collectif. Le résultat est bien sûr fascinant, à la mesure des immenses moyens dont disposent ces industries qui organisent leurs castings à l'échelle de la planète. Pour résister, le théâtre vivant a imaginé de s'inspirer du même modèle de concentration des moyens, de vedettariat, d'extension de la dimension des salles, voire de la médiatisation en masse des spectacles sur les canaux télévisuels. Mais le combat était perdu d'avance ; entre les dérives du *show biz* et une culture «à rebrousse-poil» des goûts populaires, le système ne perdure qu'à coup de subventions dont le montant va croissant pour produire un théâtre de la distinction. Il rassemble les élites et dévalorise les autres formes d'expression, autant par sa domination symbolique, hégémonique, que parce qu'il les appauvrit de façon absolue en s'appropriant les deniers publics consacrés à la culture.

À l'inverse, le théâtre pauvre et de proximité du festival d'Avignon explore et développe une alternative qui confirme ce que l'on sait des nouvelles technologies : elles ne suppriment pas les précédentes, mais les reclassent, à condition pour elles de trouver un créneau, des usages spécifiques. Et c'est cela qu'invente Avignon : face aux masses-médias, là où ils suscitent de la passivité, de la solitude et du repli sur soi, là où quelques-uns épuisent la parole de tous, le festival offre la relation directe et l'action, à frayer son chemin dans le dédale des rues pour trouver le bon théâtre, dans la chaleur et la proximité des salles, sous le regard

des artistes, ou plus tard, aux terrasses des cafés, quand les discussions se poursuivent dans la nuit, pour défendre telle ou telle pièce, réinventer le théâtre, refaire le monde ; bref pour partager ce bonheur d'être dans l'espace public.

Contrairement au théâtre subventionné et aux masses-médias, les compagnies du «Off» ont appris à créer et à produire dans une grande économie de moyens. Ainsi, là où fonctionne une troupe financièrement très assistée, une dizaine d'autres, peut-être, pourraient exister, un peu moins pauvrement, et offrir dix fois plus de perspectives de création à des auteurs, des metteurs en scène, des acteurs désireux de vivre de leur art, de faire le métier qu'ils aiment. Sans doute, ceux qui ont entretenu le rêve de devenir une vedette adulée, une diva richissime, doivent-ils y renoncer, mais cela n'était, de toute évidence, accessible qu'à une infime minorité.

Le festival cristallise, en Avignon, des enjeux qui s'expriment partout ailleurs et dans d'autres domaines artistiques. Citons les petits musées qui se créent un peu partout, élargissant aux cultures populaires, aux techniques et à l'industrie, la notion de patrimoine jusque-là réservée aux productions artistiques et aux édifices symbolisant la puissance des classes dominantes³⁴⁷. Et cela vaut aussi pour l'art contemporain, les musiques actuelles, la danse, les arts de la rue, alors que s'ouvrent chaque jour de nouveaux lieux de diffusion, de nouveaux festivals, où les artistes en nombre croissant peuvent présenter leur travail, faire connaître leurs réalisations à un public plus vaste, de proximité ou de passage.

Médiation : la culture en réseau

Certains y verront un nivellement par le bas, l'écrasement d'un système de compétition qui permettait aux meilleurs d'arriver tout en haut, là où se rassemblent les grands maîtres reconnus de tous. Encore faut-il croire à l'existence d'une pyramide républicaine propice à l'ascension des élites, et non pas divisée en deux mondes : l'un au-dessus des autres, refermé sur lui-même et ses

privilèges ; les autres vivant d'expédients, au risque de finir frustrés, aigris de n'avoir jamais été reconnus. Si, de toute évidence, il est nécessaire d'avoir un système de sélection et de promotion des meilleurs talents, encore faudrait-il qu'il soit accessible à tous et puisse fonctionner ouvertement, en s'appuyant sur une base la plus large possible. C'est en permettant à plus d'artistes de vivre honnêtement de leur art que l'on augmente les possibilités de voir émerger des génies, et que l'on minimise le risque d'assassiner Mozart. Et le public, bien sûr, y trouve son compte. Plutôt que d'aduler des stars lointaines fabriquées, choisies et imposées par d'autres, il accède à la possibilité de découvrir, de défendre, de suivre, de connaître, d'aimer ou de détester, bref, de faire exister des artistes et des genres artistiques, non pas seulement par lui-même, mais aussi collectivement, dans l'espace public ouvert à tous les vents de la création.

Au système masse-médiatique pyramidal, qui concentre les possibilités d'expression et le pouvoir dans les mains de quelques-uns, succède le modèle du réseau. Les stratégies en management et en communication en conviennent, dans les sociétés démocratiques et technologiques avancées, le réseau est plus efficace parce qu'il partage le pouvoir, facilite les initiatives, l'action collective, l'innovation. Les géants de l'industrie, de l'informatique notamment, ont dû apprendre à faire avec ; il serait bien dommage que les géants de la culture, les pouvoirs publics, les grands mécènes privés, les critiques des journaux nationaux, continuent de l'ignorer.

Changer de paradigmes impose de changer les façons de faire, d'en inventer et d'en expérimenter de nouvelles. Comment agir pour étendre le réseau, le soutenir, le tirer vers le haut ? Et quand on est artiste, comment l'utiliser pour créer, s'y produire, y circuler et s'y faire reconnaître ? De même pour le public confronté à la profusion du meilleur comme du pire, comment ne pas s'y noyer, rester exigeant, juger, donner du sens à ce que l'on découvre ?

Les collectivités ont le choix de ne rien faire, de ne rien voir, de se réserver pour la culture légitime et de s'offrir à grands frais des stars (et souvent d'ailleurs des demi-stars) du *show biz*, de la musique, des arts lyriques ou plastiques et de la danse, mais elles

peuvent aussi, et ce n'est pas exclusif, soutenir le développement de petites structures de médiation en quête d'un plus large public, offrant aux artistes de nouvelles occasions de s'exprimer. Des municipalités, certaines DRAC, commencent à s'y intéresser sérieusement sans pour autant renoncer à une politique culturelle plus classique, et cela devient pour tous, incontestablement, le signe d'une dynamique locale fertile, innovante, comme d'une certaine qualité de vie...

Mais alors, quel peut être en contrepoint le rôle des médias de masse, conçus et rodés pour le jeu des stars, pour médiatiser le sommet d'un système pyramidal ? Peuvent-ils rendre compte du réseau sans transformer immédiatement en vedettes les personnes dont ils parlent ? Sans doute reste-t-il encore à imaginer de nouvelles méthodes d'investigation, plus ethnographiques pour rendre compte de la diversité des acteurs, plus anthropologique pour interpréter l'ensemble et lui donner du sens. Et les critiques retrouveraient en partie leur fonction première qui était moins de façonner « l'opinion publique » que de rendre compte de l'opinion du public tel qu'il se manifeste sur les lieux de culture.

La médiation, elle, hésite encore entre deux voies, se situer à l'interface du public et de la culture ou bien, à l'inverse, faire vivre le réseau, l'aider à s'organiser, à se développer. Sur le modèle des protagonistes de l'éducation populaire, les années quatre-vingt ont inventé la figure du médiateur, homme de communication chargé de remplir les institutions officielles et de vulgariser l'art, de le rendre accessible à tous. Il s'agissait de résoudre l'antagonisme fondateur de la culture cultivée moderne, de donner à apprécier la création contemporaine qui se construit, contre le *sensus communis*, dans la défiance et la transgression des valeurs sociales et esthétiques les mieux partagées³⁴⁸. Pour ce projet herculéen, le médiateur bénéficie de l'aura des grands ancêtres de l'éducation populaire, du savoir-faire des stratèges en marketing, en publicité ou en pédagogie, et de tout l'arsenal des nouvelles technologies de l'information, multimédias, ludiques et interactives. Mais les résultats sont maigres, le dispositif ne fonctionne bien que pour le public traditionnel ou captif des institutions. L'autre perspective qu'esquisse l'association Avignon public Off est de développer le réseau, sans chercher à le contrôler, seulement en facilitant les in-

terconnexions, en huilant les rouages d'une mécanique complexe, au demeurant incontrôlable. Et le public ne s'y trompe pas, s'il est au rendez-vous du «Off» ce n'est pas par dépit, pour avoir manqué celui du «In», ou parce qu'il préfère un genre plus facile. Il vient, il revient, il est là pour la dynamique du réseau, où chacun, citoyen de l'espace public, possède un peu de la parole commune et en use, un peu du pouvoir esthétique et en joue, pour défendre le théâtre qu'il aime. Là aussi est la leçon d'Avignon.

Chapitre 16

Passeurs,
médiateurs...
les nouveaux
communicateurs :
pratiques
textuelles, espace
communicationnel
et approches
communautaires
sur le Web

Chapitre 16

Passeurs, médiateurs... les nouveaux communicateurs : pratiques textuelles, espace communicationnel et approches communautaires sur le Web

par Isabelle Aveline et Alain Van Cuyck

Du journalisme au Web collaboratif

La réflexion proposée ici portera sur les phénomènes d'un nouveau type journalistique à l'œuvre sur l'Internet : forme de Web collaboratif, espace personnel de diffusion, weblogs... Comment le Web, redéfinissant un nouvel espace média, modifie-t-il les statuts et les fonctions des auteurs/communicateurs/journalistes, les transformant en nouveaux médiateurs ou auteurs, passeurs d'un genre nouveau ? Cette réflexion prendra appui sur un exemple de prototype applicatif : le site Internet Zazieweb.

Le statut de journaliste, au sens traditionnel du terme, peut être remis en cause par un Web collaboratif (c'est-à-dire par des utilisateurs du Web adoptant une démarche collective pour produire et faire circuler de l'information). De nouvelles fonctions émergent pour le journaliste. Historiquement à l'origine du traitement de l'information, celui-ci voit peu à peu ses fonctions d'émetteur originel se distendre : la passation du pouvoir s'effectue alors au profit d'un usager, visiteur de site, potentiellement émetteur à son tour d'une information.

Comment s'effectue alors le « travail » du passeur, du médiateur, appelé alors « modérateur », quelles sont ses fonctions ? Interagit-il avec l'utilisateur ? Quel est son champ d'application ? Quelle valorisation intellectuelle pour le passeur ? D'autant que le

Web est d'emblée une médiation à grande échelle : francophone, internationale...

Si le rôle et la fonction du journaliste évoluent vers ceux d'un modérateur, le statut du lecteur évolue lui aussi en passant à la dimension de l'e-acteur. Le lecteur n'est plus simplement lecteur, mais producteur, critique, pouvant s'appropriier l'espace mis à sa disposition. En accédant à l'espace, il accède également à l'appropriation de l'espace.

Un site tel que *Zazieweb* modifie le rôle et les fonctions du lecteur traditionnel. Dans quel sens, dans quelle perspective et pour quel « contrat communicationnel » ? Alors que le rapport du lecteur à son journal, par ailleurs, peut être considéré comme une relation d'un individu à un support, le fait que le e-lecteur puisse répondre et s'adresser à d'autres lecteurs ne modifie-t-il pas la nature du lien social en le situant non plus comme un individu « de masse » plus ou moins anonyme, mais au contraire comme un individu socialisé au sein d'une communauté d'autres lecteurs devant s'affirmer au sein d'un espace communicationnel ? La nature de changement du support ne conditionne-t-elle pas profondément la nature sociale et contractuelle de la relation ?

Sur le site *Zazieweb*, chaque lecteur dispose d'un ou plusieurs pseudonymes qui lui confèrent une identité virtuelle. Il gère ses centres d'intérêts et ses relations avec d'autres lecteurs/pseudos à partir de son espace personnel, sur lequel il dispose également d'une boîte aux lettres privative. Il peut, s'il le souhaite, envoyer en son nom/pseudo des informations qui seront, après modération, publiées ou non sur le site. Différents niveaux de rubriques permettent un traitement adéquat, via la modération, pour orienter les textes selon différents niveaux de lecture : les forums (le « bas » niveau), les rubriques (le niveau « noble »), des mises en avant également possibles à partir de la page d'accueil.

Le public du site est constitué avant tout par les lecteurs : pas les auteurs, pas les éditeurs, pas les consommateurs ou acheteurs de livres... Ceci n'empêche pas que ces derniers peuvent également consulter le site, mais il est important pour son positionnement de cibler sur un seul public. Une nouvelle notion apparaît essentielle : celle de communauté des lecteurs.

Il est important également de créer et de capitaliser autour d'un sentiment fort d'identité et d'appartenance à la communauté des e-lecteurs. Il a ainsi été nécessaire d'imaginer des espaces sur le site où le lecteur puisse proposer, réagir à l'information, voire se rendre lui-même animateur ou modérateur d'une rubrique.

La définition d'un site tel que *Zazieweb* comme interface semble pertinente. La page s'efface devant l'interface, la continuité devant la structure. L'intérêt du Web, c'est la prise en compte de la relation à autrui sur un mode différent, plus « accéléré », plus « direct » que dans le réel. Il ne s'agit pas de reproduire des schémas qui existent, mais de construire de nouvelles relations. Ce qui est intéressant, c'est la manière dont le média reconstruit, réinvente les relations entre les gens, entre les textes, entre toutes ces articulations possibles qui existent entre les personnes et les livres. *Zazieweb* initie des parcours entre l'univers du Web et l'univers du livre – quelle que soit sa forme. L'objet-livre demeure néanmoins irremplaçable et contribue à fixer dans une mémoire écrite l'univers fluide et en perpétuelle évolution d'Internet. Ainsi la dématérialisation du Net favorise un aspect communautaire, d'échange, quelque chose d'essentiel pour le livre. Sur le Web, en effet, le texte est partout et sa circonférence nulle part, ce qui pose le problème de l'autopublication et de son statut.

Autre phénomène important à analyser, c'est la numérisation des textes, lesquels commencent à circuler sous forme électronique, de manière fluide dans l'univers du réseau, sans apparaître ensuite obligatoirement sur un support électronique de type e-book. La dématérialisation du Net favorise un aspect communautaire, d'échange, quelque chose d'essentiel pour l'étude d'une sémiosphère en cours de constitution. Dans cette perspective, un site comme *Zazieweb* ne constitue-t-il pas un nouvel espace communicationnel, un espace où le schéma traditionnel émetteur (actif)/récepteur (passif) se transforme dans la *praxis* de l'agir communicationnel, sur le modèle du forum ou du marché, structuré en micro-espaces et micro-communautés ?

Le Web ne saurait demeurer une simple vitrine : la priorité est de donner au réseau un véritable contenu. En même temps, l'espace virtuel ne doit pas s'opposer à l'espace réel. L'animation

de *Zazieweb* s'accompagne ainsi de liens relationnels réels entre les acteurs combinant l'efficacité du cyberspace à l'intimité et à la convivialité d'un barbecue au fond d'une cour.

Zazieweb, un passeur culturel

Tout le monde peut donner son avis sur le Web, donner accès à son espace personnel, que ce soit sous forme d'espaces de lecteurs, d'auteurs, etc. Sur Internet, il est assez facile de créer un support qui peut proposer une information décalée, plus ciblée, différente. On retrouve soudainement la force d'un média qui n'est pas forcément reconnu, officiel, et qui déjoue la puissance des médias traditionnels. Il y a une énergie, une vitalité, une liberté qui sont très précieuses par rapport au livre mais qu'il est nécessaire de catalyser, de faire passer de manière organisée, cohérente. D'où l'importance du passeur. Celui-ci opère dès lors une forme de passation de pouvoir : un abandon du statut royal de l'auteur au profit d'une nouvelle identité, celle du passeur... Une forme de pouvoir reconduite sous la figure de l'entremetteur ou du « re-lieur ». Car le passeur Internet, mettant du lien, met en réseau, structure la relation, met aussi du sens, proposant une mise en forme dynamique, vivante pour la culture. Une vision organique, évolutive du phénomène culturel.

De ce point de vue, si le site *Zazieweb* est complètement inclus dans le cyberspace, il n'en demeure pas moins qu'il a ses propres logiques sémiotiques de fonctionnement et crée son identité et sa spécificité dans l'univers plus vaste du cyberspace, au même titre que la salle de classe appartient à l'ensemble plus vaste de l'école du village ou de la ville, mais qui fait que le dispositif de la salle de classe est bien un dispositif spécifique au sein d'un univers plus large (école, académie, ministère, nation...).

Tout espace culturel est avant tout un espace sémiotique, mais la sémiotique seule ne suffit pas à créer un espace culturel : encore faut-il une dimension socialisante du dispositif sémiotique. Cette dimension socialisante passe par des formes de con-

tractualisation sociale entre les différents acteurs en constituant des « espaces de jeux » où les acteurs vont pouvoir passer à l'action et activer le dispositif technico-sémiotique en l'actualisant et en le rendant opératoire.

La double médiation technique et sociale

Dans son article « Interactions en réseaux et communautés virtuelles », Jean-François Marcotte³⁴⁹ insiste sur la double médiation que rencontre tout internaute :

« Dans un contexte de communication médiatisée par ordinateur, l'usager fait face à une double médiation. Pour entrer en relation avec autrui, il doit d'abord maîtriser la médiation technique qui lui est imposée. Cette médiation le place en relation avec un ordinateur et il doit s'appropriier le fonctionnement du logiciel pour développer sa pratique de communication. Il doit aussi maîtriser la médiation sociale et s'appropriier le langage, les valeurs et la culture des usagers de cet environnement. Ce n'est qu'alors qu'il peut établir une interaction viable avec autrui et qu'il peut amorcer une expérience sociale. »

Dans ce sens, l'accession à la culture ne se traduit pas seulement par l'appropriation « technique » des savoir-faire pertinents, mais aussi par la maîtrise et l'appropriation du savoir-être relationnel et le partage de l'univers référentiel de valeurs socio-culturelles, c'est-à-dire le partage de la croyance dans le bien-fondé de ces valeurs.

Ce qui fonde la dimension culturelle partagée de *Zazieweb*, ce n'est pas le dispositif technique, mais la création et la mise en forum d'un espace partagé de connaissances et de croyances centrées sur un univers sémantique commun, qui crée un espace collectif de référence à des valeurs centrées sur un « marché symbolique », pour reprendre une expression de Bourdieu, celui de la littérature et des e-lecteurs. Le dispositif relationnel, communicationnel, est important certes, mais il ne suffit pas à créer un espace collectif culturel fondé sur l'appartenance à un même marché symbolique.

Des mises en action d'acteurs partageant un même espace sémiotique : la notion d'enrôlement

Comme nous venons de le voir, tout espace culturel partagé suppose une forme de croyance commune et des formes d'interactions partagées. Dans ce sens, *Zazieweb* crée non seulement un espace social commun, mais également une forme de finalité commune, une sorte de contrat culturel implicite, basé à la fois sur des normes implicites (respect des formes d'écritures, du format adapté) et sur une finalité collective d'énonciation et de production. En ce sens, la modération permet le respect implicite d'une ligne éditoriale et le respect collectif d'une charte de communication commune, tout en définissant de façon implicite le système de rôles des différents participants.

Howard Rheingold³⁵⁰, le fondateur du terme « communauté virtuelle », cite, dans l'introduction à son livre sur ce sujet, le sociologue Marc Smith pour lequel le concept central d'une communauté virtuelle est celui de bien collectif. Ce concept se traduit sous trois formes :

- celle de construction d'un capital social (et l'on pourrait ajouter : symbolique et d'instance de légitimité, dans la perspective des travaux de Bourdieu),
- celle d'un capital de connaissance (et d'élaboration d'un espace de savoirs et de connaissances partagées),
- enfin de celle de communion.

La mise en commun d'un même espace sémiotique crée une richesse collective, un capital symbolique commun où chacun des participants retrouve une forme de capital culturel, mais aussi une forme de valorisation identitaire et existentielle, soit sous la forme de traces écrites lui donnant l'espace légitime de l'énonciation, soit sous la forme d'identification sociale réelle ou imaginaire en signant par un pseudo ou par son nom réel (les deux formes de signatures existent sur *Zazieweb*).

Rheingold³⁵¹ donne de « communauté virtuelle » la définition suivante : « Les communautés virtuelles sont des regroupements socioculturels qui émergent du réseau lorsqu'un nombre suffisant d'individus participe à ces dimensions publiques pendant assez de

temps et en y mettant suffisamment de cœur pour que des réseaux de relations humaines se tissent au sein du cyberspace.»

Pour cet auteur, l'émergence de ce type de communauté correspond d'une part à la disparition progressive des lieux de rencontres publiques dans la vie de tous les jours et, d'autre part, à la montée du phénomène tribal³⁵², constaté également en Europe, dans lequel l'individu a besoin de s'intégrer pour retrouver une certaine dimension existentielle d'identité collective partagée. Faire apparaître un pseudonyme ou une signature à une contribution correspond symboliquement, dans ce sens, à un engagement de l'individu par rapport à la notion de bien collectif partagé, mais correspond également à la reconnaissance de la valeur symbolique des autres participants et au fondement en la croyance de ce bien collectif et culturel en train de se constituer. C'est donc une reconnaissance d'une culture vivante, une culture en actes et en action, qui se concrétise par l'expression, l'identification, l'engagement et la présence et correspond de ce fait à la manifestation pleine et entière d'une forme existentielle de la culture.

Être présent sur *Zazieweb* constitue un engagement culturel, à la fois individuel et collectif, participant à la construction symbolique de la valeur culturelle qu'elle représente. Par sa forme même, les traces, les informations, les débats, les citations, s'inscrivent dans un espace scriptural numérique et constituent des formes spécifiques d'une mémoire en cours de formation. Ainsi *Zazieweb*, outre sa nature événementielle et actualisante des informations, représente une forme mnésique et patrimoniale de l'espace culturel en train de se construire. On pense dans ce sens à la notion d'« œuvre ouverte » d'Umberto Eco. La nature même de l'écrit et de sa conservation en ligne fonde une temporalité et une mémoire que l'on ne retrouve pas forcément dans les dispositifs de la salle de classe ou dans les dispositifs liés aux flux audiovisuels incessants de la télévision et de la radio. Il y a donc une certaine œuvre patrimoniale et culturelle qui se manifeste ainsi sur un site comme *Zazieweb* qui se construit comme une encyclopédie vivante au sens qu'Edgar Morin donne à ce terme : la mise en cycle des connaissances.

Conclusion

L'exemple de *Zazieweb* constitue bien un témoignage de « la richesse et de la vitalité des cultures électroniques », pour reprendre une expression de Rheingold, et pose des questions à l'anthropologie culturelle³⁵³ et aux formes nouvelles de médiations culturelles. La culture devient dans ce sens non seulement un processus actif, un dispositif, un ensemble de médiations, de relations, de communications, mais aussi, d'une certaine façon, un « enrôlement » identitaire, existentiel et social, une forme d'engagement, de positionnement et d'actualisation de soi par rapport aux autres, tout en créant du sens social.

Références bibliographiques

Chollet, M., *Marchands et citoyens, la guerre de l'Internet*, Paris, L'Atalante, 2001.

Collectif, *Prêter (un livre) n'est pas voler (un auteur)*, Paris, Mille et une nuits, 2000.

Collectif, *Libres enfants du savoir numérique*, Paris, L'Éclat, 2000.

Debray, R., *Les révolutions médiologiques dans l'histoire*, Villeurbanne, Enssib, 1999.

Hagel III, J., Armstrong, A. G. *Bénéfices sur le Net*, Paris, Éd. d'Organisation, 1999.

Himanen, P., *L'éthique hacker et l'esprit de l'ère de l'information*, Paris, Exils, 2001.

Nielsen, J., *Conception de sites Web, l'art de la simplicité*, Paris, CampusPress, 2000.

Siegel, D., *Secrets des sites Web qui réussissent*, Paris, MacMillan, 1999.

De la conception des contenus en ligne, Petit Livre en blanc, Paris, La Mine, 2000.

Chapitre 17

Passeur culturel et économie de marché

Chapitre 17

Passeur culturel et économie de marché

par Ahmed Silem³⁵⁴

Introduction

Un passeur culturel est un acteur qui contribue à la médiation culturelle, c'est-à-dire à la diffusion et à l'appropriation de produits culturels. Il peut être :

- celle ou celui qui lit une petite histoire au petit enfant dans son lit le soir avant de s'endormir ;
- le maître d'école, le professeur de lettres, d'arts plastiques, etc. ;
- le metteur en scène de théâtre, de cinéma, le présentateur d'une émission de critique littéraire à la radio ou à la télévision ;
- le conservateur de musée, de bibliothèque, etc. ;
- le libraire, le kiosquier, le galeriste, le chef de rayon livre ou musique d'un grand magasin ;
- le critique littéraire, le critique de cinéma, le critique d'art ;
- le vendeur de copies piratées de CD ou de DVD, etc ;

La liste peut être étendue indéfiniment.

Les parties prenantes du passage culturel, susceptibles de faire l'objet de l'analyse économique, sont à leur tour nombreuses. Il faudra commencer la chaîne de valeur par le ou les auteur(s) du contenu. Les passeurs culturels viennent ensuite avec l'éditeur (découvreur de talents) qui légalise le contenu, le producteur qui finance le contenu et sa mise sur support, le façonneur qui met

le contenu sur un support (imprimeur, graveur) ou le diffuse en direct, le distributeur ou diffuseur (pour la télévision et la radio) qui apporte le produit au consommateur, le client qui paye le produit et, en dernier lieu, le consommateur qui peut être client. La moitié de la valeur est constituée par la diffusion et la distribution, l'auteur, quand il ne s'auto-édite pas ou ne s'autoproduit pas, n'intervient que pour 5 à 10 % du prix payé par l'acheteur final – mais tout produit culturel n'est pas nécessairement marchand. Du point de vue de l'analyse économique, les passeurs culturels relèvent :

- de l'économie informelle non marchande (lecture des parents à leurs enfants) ;
- de l'économie informelle marchande (vendeur de produits culturels recopiés ou dupliqués en fraude) ;
- de l'économie formelle publique non marchande (acteurs du système d'enseignement public, des bibliothèques et musées publics) ;
- de l'économie formelle marchande (le producteur et le distributeur de films, l'exploitant et programmateur de salle de cinéma, le libraire, l'animateur d'émissions culturelles à la radio ou à la télévision...)

En jetant un regard historique superficiel sur cette liste, il est possible de dire que le développement économique s'accompagne du développement du nombre d'acteurs qui relèvent de la médiation culturelle dans sa forme marchande. La marchandisation culturelle apparaît ainsi comme un processus irrésistible et irréversible. L'objet de ce chapitre de synthèse des notions essentielles en économie de la culture est de tenter de comprendre la nature du passeur culturel, ce qui suppose de répondre à la question : « Qu'est-ce qu'un produit culturel dans une économie de marché ? »

La notion de produit culturel

«La poésie, telle que Victor Hugo la pratiquait, était-ce une activité, *a fortiori* une “activité culturelle”?... Quant à Beethoven, en composant ses immortelles symphonies, faisait-il de l’“activité culturelle”?» Voici les questions posées par Robert Redeker³⁵⁵ qui résume le malentendu sur la définition de l’activité culturelle.

Par produits culturels, l’économiste désigne les biens et services obtenus par l’effort, par un sacrifice de temps, c’est-à-dire par une dépense de toute sorte, par opposition aux biens libres, qui sont consommés dans le temps de loisir et ayant pour effet, si ce n’est pour finalité première, de favoriser la socialisation des individus, tout en contribuant à l’épanouissement personnel de chacun. Cette longue définition, d’un fonctionnalisme assumé, dérive tout de même d’une conception de la culture réduite à l’ensemble des valeurs partagées dans un groupe social : la culture est ce qui assure la cohésion du groupe. Cela signifie que les produits culturels sont ceux qui renforcent le lien social. Ou, comme l’écrivait Pierre Bourdieu, l’activité culturelle est une reproduction des conditions matérielles et symboliques d’existence. Si l’on s’en tient à la définition en extension proposée par l’UNESCO, les biens culturels correspondent aux documents imprimés et littérature, musique, arts visuels, cinéma et photographie, radio et télévision et jeux et sports³⁵⁶. Si l’on exclut les jeux et les sports, on pourrait faire observer, avec David Throsby³⁵⁷, que la principale caractéristique commune aux biens culturels est d’être le résultat d’une production qui laisse une large place à la créativité et à laquelle est attachée une propriété intellectuelle assortie de tous ses droits³⁵⁸.

Du point de vue gouvernemental, un produit culturel est un produit qui est soumis à une TVA minorée. C’est ainsi que Jean-Jacques Aillagon, alors ministre français de la Culture, a rappelé aux acteurs de la filière du disque l’engagement commun en faveur de la reconnaissance du disque comme produit culturel, en programmant l’abaissement du taux de TVA qui lui est appliqué³⁵⁹.

Dans le cadre de cet article, les jeux et les sports seront écartés pour s’en tenir aux produits culturels reproductibles dans le

secteur dit des industries culturelles. De cette dimension industrielle, il en résulte que la production culturelle, soucieuse de l'intégration et de la reproduction sociale, s'adresse aux masses et par conséquent laisse peu de place à l'innovation ou à la créativité, pour utiliser un terme plus courant dans ce champ culturel. La nouveauté n'a sa place que dans une société prête à l'accueillir. Autrement dit, l'avant-gardisme est par nature un comportement ultra-minoritaire³⁶⁰ déviant ou innovant et qui, de ce fait, ne peut pas intéresser la grande masse des offreurs ou producteurs, mais seulement quelques-uns d'entre eux engagés dans une stratégie de créneau ou niche, face à des investisseurs demandeurs³⁶¹. L'avant-gardisme est une innovation dans le domaine culturel qui se caractérise par une forte différenciation du produit par rapport aux produits dominants dans la société.

Les modes de régulation

L'économie de marché est un mode de régulation sociale qui met en relation des individus qui choisissent de faire faire (passer par le marché) par d'autres que de faire par eux-mêmes et pour eux-mêmes les produits (biens ou services) dont ils ont besoin. Les coûts objectifs et subjectifs du recours au marché, que l'on désigne par « coûts de transaction », sont supposés plus faibles que les coûts de production, objectifs et subjectifs, pour soi. La régulation par le marché se distingue, de la sorte, de la régulation administrée et de la régulation par le réseau.

La *régulation administrée* ou monopoliste répond normalement à l'application du principe de l'intérêt général dans l'action d'attribution par les pouvoirs publics. Il s'agit d'une économie distributive, dont les critères peuvent être aussi bien axiologiques que stratégiques, relevant alors d'une analyse en termes de marché politique, plutôt qu'en termes de morale ou de justice sociale.

La *régulation par les réseaux* répond logiquement à la valorisation de la relation d'interdépendance dans un groupe social restreint. Ce qui importe dans les échanges au sein du réseau,

c'est la relation, qui peut être affective, familiale, ethnique, associative, etc. Mais les échanges dans les réseaux ne résistent pas longtemps à des écarts de coûts trop défavorables par rapport aux coûts des approvisionnements par le marché.

La *régulation par le marché* obéit au principe de maximisation des intérêts particuliers des parties prenantes (*stakeholders*) que sont les offreurs et les demandeurs.

a) L'offreur cherchera à couvrir les coûts de production tout en intégrant une rémunération normale de son service. Si celle-ci est plus faible que la normale, donnée par le niveau moyen du marché, l'offreur abandonne l'activité faiblement rémunératrice pour en prendre une autre dont les perspectives sont plus avantageuses. Cette logique, dans le cadre d'une production à rendements décroissants, conduit à établir un prix qui est égal au coût de la dernière unité produite, ce qui donne un profit maximum. La maximisation du profit n'est pas un objectif pour l'offreur; il est plutôt une conséquence de ce comportement qui consiste à produire tant que le coût de l'unité produite est inférieur au prix du marché concurrentiel.

b) Le demandeur est un offreur d'autres biens en contrepartie du produit qu'il cherche à acquérir. Par conséquent sa logique peut être analysée en termes d'offre. Mais si l'on veut sauver les apparences de la spécificité de la demande, on peut dire que le demandeur cherchera à obtenir le maximum de produits pour une dépense donnée. Plus le prix à l'unité diminue, plus grande sera la quantité qui peut être acquise, plus grande sera l'utilité totale du demandeur transformée alors en consommateur après l'acte d'achat.

c) Le marché est la rencontre de ces deux tendances. Il s'établit un prix de marché qui assure un équilibre, c'est-à-dire une situation telle que chacun est satisfait. Sur un marché concurrentiel, cet équilibre est un optimum, le bien-être social est maximum. Tout autre prix que celui de l'équilibre, et qui serait obtenu de manière artificielle par un pouvoir de monopole public ou privé, conduirait à une situation moins satisfaisante, sous les hypothèses suivantes: divisibilité des biens, rendements décroissants, absence d'effets externes.

Par exemple, un prix plus bas attirerait plus de demandeurs et ferait fuir les offreurs ayant un coût marginal supérieur au prix ; les demandeurs seront alors rationnés, un marché noir risque d'apparaître – comme c'est souvent le cas dans les économies de pénurie accompagnant les prix plafonds administrés, les premiers servis revendant à un prix plus élevé leur droit d'acheter ou de consommer. Symétriquement, un prix plancher administré, c'est-à-dire un prix supérieur au prix d'équilibre, entraîne des gaspillages, par la pléthore artificielle.

Le marché a cependant des limites bien connues dans le domaine des produits culturels en raison de l'indivisibilité, de la faiblesse du coût de production pour satisfaire un consommateur supplémentaire (coût marginal négligeable), des effets externes. Mais les limites de la culture administrée ne sont pas moins connues et peuvent rendre inévitable le mode de régulation par le marché.

Les limites du marché de produits culturels

Le marché s'applique à des produits individualisables dont les coûts de production sont susceptibles d'être identifiés et répercutés sur le prix demandé à l'acquéreur du bien appropriable ou au prestataire du service. Ce marché ne peut exister que si l'offre s'accompagne d'une politique de communication efficace suscitant une demande suffisante, c'est-à-dire se traduisant par des intentions d'achat suffisamment importantes pour couvrir les coûts de production. Dans le domaine de la production culturelle, même s'il est possible de suivre Laurent Benzoni lorsqu'il minimise les spécificités des biens culturels³⁶², ces contraintes sont difficiles à satisfaire en raison des effets d'interdépendance et du problème de la qualité.

Le problème de l'interdépendance

Le marché pur s'adresse à des individus qui n'ont pas de relations entre eux autres que celles de l'offre et de la demande. Sous cet angle, il apparaît clairement que le marché pur, surtout du côté des offreurs, ne peut pas trouver son compte, puisque les effets associés aux produits culturels dépassent les seules satisfactions directes des individus qui consomment ces produits. Ces effets indirects ou effets externes font que l'offreur ne peut pas faire payer tous les bénéficiaires du service qu'il rend. En effet, si la consommation de produits culturels favorise l'intégration sociale, la société bénéficie d'une paix sociale³⁶³ que les fournisseurs de biens culturels et prestataires de services culturels ne peuvent pas faire payer.

En outre, dans son principe, le prix d'équilibre du marché pour des produits culturels à consommation soit individuelle, comme le livre ou le DVD, soit collective mais pour des effectifs limités, comme pour le cinéma ou un concert, exclut les individus qui ne pourront pas payer ce prix. Or l'exclusion du marché des produits culturels serait une exclusion sociale, une marginalisation porteuse au mieux d'un projet de développement d'une contre-culture, en attendant pour celle-ci d'être récupérée et de susciter ses exclus à son tour. L'exclusion culturelle perturbatrice, d'une façon ou d'une autre, pour l'ordre social n'étant pas toujours possible, comme cela a été indiqué, il s'ensuit alors que les produits culturels coûteux à la production sont confrontés aux phénomènes du passager clandestin (fraudeur ou *free rider*) et surtout de l'auto-stoppeur. Il s'agit moins de profiter des biens collectifs publics³⁶⁴ sans payer les impôts nécessaires au financement de leur production (phénomène du passager clandestin) que de profiter sans payer et sans tricher des biens privés par le prêt, la consultation et l'emprunt de documents dans des bibliothèques publiques de prêts, l'échange de disques ou encore de morceaux de musique au niveau planétaire sur Internet au format MP3³⁶⁵, sans parler du piratage et du « photocopillage » qui, en n'étant plus le photocopiage, transforme l'auto-stoppeur de la consommation culturelle en un passager clandestin.

Le problème de la qualité

Dans le paragraphe précédent, il est apparu que les effets externes positifs, dans certains cas, d'une consommation collective, qui s'ajoutent aux effets négatifs de déstabilisation de la société par le refus d'intégration, auquel revient l'exclusion marchande par la barrière du prix, obligerait à abandonner l'idée d'une possible économie de marché pur pour les produits culturels. Sauf si, éventuellement, on distingue les différents produits culturels sur la base de critères de qualité, et cela après avoir revisité l'école de Francfort³⁶⁶ dans son expression primitive de la logique des industries culturelles³⁶⁷.

La logique marchande, selon notre présentation liminaire, qui consiste en l'égalisation du coût marginal avec le prix aboutissant à la maximisation du profit, conduit les offreurs à fournir les produits susceptibles de toucher le plus large public, la plus grande masse de consommateurs possible, car ce n'est pas le profit unitaire qui importe dans un monde de concurrence ou de lutte pour la survie de l'entreprise, mais le profit global. Il ressort que ce n'est pas l'entreprise privée, dans le cadre d'une économie de marché, qui exclut les acheteurs potentiels, mais le prix dont l'un des facteurs est la demande solvable, l'autre étant le coût de production.

Il n'est pas, en effet, de l'intérêt des entreprises de réduire le nombre de consommateurs. Dans ces conditions, la baisse des prix ne résulterait pas de l'augmentation du nombre d'offeurs sur le marché, comme l'indique la théorie néo-classique de la concurrence, mais pourrait être la conséquence d'une offre à faible coût, parce que de faible qualité, obtenue de manière industrielle avec la réalisation d'économies d'échelle et d'économies d'envergure pour élargir la solvabilité du marché. Il arrivera même que les produits culturels soient offerts gratuitement sur un marché, à partir du moment où ils ont des produits liés susceptibles d'être valorisés sur un deuxième ou un troisième marché dans lesquels se pratique l'exclusion par les prix sans effets pervers. Cela signifie, par exemple, que c'est le profit tiré de la vente de l'audience à des annonceurs via des publicitaires qui permet de prendre en charge les coûts de production des programmes de radio et de télévision à

accès libre. Comme l'a écrit Françoise Benhamou, la vente du pop corn sauvera le cinéma offert gratuitement en salle. Les produits qui relèvent des industries culturelles comme le livre ou le cinéma, tout comme le spectacle vivant, de l'opéra à la danse en passant par le football, s'ouvrent à la publicité, au parrainage et au mécénat, pour couvrir les coûts de production sur le premier marché et dégager éventuellement un profit par la vente des consommateurs du produit culturel. Tous les partenaires qui interviennent sur ces marchés dérivés recherchent la plus forte audience ou notoriété pour un budget de communication donné, afin d'obtenir le plus faible coût pour un individu touché par le message ou, plus généralement, un coût pour mille individus touchés (CPM) le plus bas possible.

Mais la consommation culturelle n'est pas qu'une affaire de prix monétaire. Elle est aussi déterminée par le capital culturel³⁶⁸, le temps d'apprentissage, les efforts à accomplir pour comprendre le langage spécifique à la catégorie du produit culturel offert. Ce capital culturel est distribué de telle manière que la majorité de la population a des difficultés pour accéder à des œuvres de l'esprit exigeantes en termes de formation et de disponibilité pour être appréciées et conduire à la satisfaction du consommateur. Aussi, ces œuvres exigeantes, faute d'un large public, risquent de disparaître. Or, comme l'a signalé Alfred Marshall pour la musique³⁶⁹, les produits culturels sont des biens à effet d'accoutumance ou d'addiction, c'est-à-dire qu'au lieu d'aller vers la satiété, le plaisir augmente avec la consommation au cours du temps. Dit d'une autre manière, l'intérêt pour les produits culturels est le résultat de contacts répétés avec les œuvres³⁷⁰.

La part inévitable de « tutellisation » de l'offre de produits culturels

Les problèmes des effets externes positifs, en cas de production ouverte au plus grand nombre de consommateurs, et négatifs, en cas d'exclusion de certains groupes sociaux de la consommation

culturelle, ceux de la qualité des produits offerts et de la formation préalable nécessaire des consommateurs, sont quelques-unes des limites de la marchandisation des produits culturels hors tutelle publique. Celle-ci est donc en fait inévitable pour compenser les défaillances structurelles du marché. Et cette tutelle se manifeste dès l'école. Pierre Bourdieu pose la relation de manière encore plus explicitement normative, en écrivant d'abord dans le chapitre « Grain de sable » de *Contre-feux 2* : « La culture est aujourd'hui en danger... menacée par l'empire de l'argent et du commerce, et de l'esprit mercantile aux multiples visages, audimat, enquêtes de marketing, attentes des annonceurs, chiffres de vente, liste de best-sellers³⁷¹. » Et dans le chapitre « La culture est en danger », il donne la solution pour lever la menace de l'homogénéisation culturelle liée aux divers processus de mondialisation en proposant la liaison que doivent assurer « les microcosmes relativement autonomes à l'intérieur desquels se produit la culture »³⁷² avec le système scolaire.

L'institution scolaire, avec un programme de formation et d'éducation défini hors marché, est le lieu de préparation des futurs consommateurs de produits culturels. C'est l'intensité de l'effort accompli dans cette phase qui détermine la sensibilité et le degré d'exigence des futurs consommateurs de produits culturels. Sans cette formation, et en vertu de la loi de moindre effort, le public consommera les produits culturels les plus facilement accessibles comme ceux de la télévision généraliste hertzienne programmés aux heures de grande écoute.

Est-ce à dire qu'un bon programme scolaire prévoyant une initiation aux arts de toutes sortes rendrait inutile l'expression ostensiblement déclarée de l'exception culturelle, qui suscite des mesures de rétorsion dans les espaces fournisseurs de produits culturels massificateurs ? En fait, il faut distinguer les différents produits culturels, notamment les œuvres uniques, comme la peinture ou le spectacle vivant, et les produits reproductibles, comme le livre, la cassette vidéo ou le DVD, qui relèvent des industries culturelles. Dans le premier cas, l'économie administrée est inévitable sous forme de commandes publiques ou de subventions pour faire face à la maladie des coûts dite « loi de Baumol et

Bowen³⁷³ ». Dans le second cas, c'est le marché qui est difficilement évitable, même s'il est nécessairement réglementé.

L'inévitable marché ou les limites de la culture administrée

La culture assistée et subventionnée serait-elle la culture cultivée ou la culture de haute qualité, tandis que la culture de marché serait celle de la culture dégradée, uniformisée ou homogénéisée ? En d'autres termes, s'agit-il d'opposer la culture de l'élite subventionnée à la culture du grand public qui ne peut résulter que du marché ? Poser une telle question, c'est tout simplement dire que l'opposition n'est pas aussi catégorique. En effet, la subvention n'est pas un critère de qualité, et les consommateurs ne sont pas toujours passifs face aux choix proposés.

L'effet de rente

Dans le domaine de la culture, plus sans doute que partout ailleurs, c'est l'offre qui suscite la demande, et de ce fait les marchés des produits culturels nouveaux sont fatalement des marchés risqués, puisque les demandeurs potentiels peuvent ne pas être au rendez-vous de l'offre. À moins de continuer à offrir uniquement des produits qui ont trouvé leur public. Si les recettes sur les marchés dérivés permettent dans certains cas de relever le défi de la maladie des coûts, il faut aussi préciser que ces marchés dérivés ne sont profitables qu'en raison du succès du produit culturel coûteux sur son premier marché. Ainsi, il n'y a rien de plus facile pour sauver une saison de théâtre lyrique que de reprogrammer une œuvre classique et populaire comme *Carmen* de Bizet ou *La Traviata* de Verdi, avec des interprètes également populaires. De la même manière, une exposition des œuvres majeures d'un grand peintre impressionniste est une solution pour faire remonter les fréquentations d'un musée par un public populaire – mais à quel coût ?

L'innovation en général est risquée, Jean-Baptiste Say et Joseph Schumpeter l'ont suffisamment écrit, mais dans le domaine culturel, elle ne peut en aucune manière se présenter comme une destruction créatrice sans risquer d'être rejetée et faire longuement antichambre pour être acceptée. Certes, l'avant-garde finira par devenir classique, mais dans combien de temps ?

L'économie culturelle qui veut échapper à la reprogrammation ou à la rediffusion des mêmes œuvres, ou qui veut éviter la fatalité de la dégradation marchande de la qualité, se doit de faire appel aux subventions publiques. Or, celles-ci reposent sur une fiscalité établie sur la base du principe de l'égalité des citoyens devant l'impôt, alors que les produits subventionnés profitent aux détenteurs du capital culturel qui, comme l'indique Pierre Bourdieu, conformément à l'effet Matthieu, sont fort majoritairement les détenteurs du capital économique. En simplifiant le propos pour être plus clair, le premier effet pervers de la tutellisation culturelle s'énonce ainsi : la subvention aux activités culturelles est assise sur l'ensemble des contribuables pour fournir les produits culturels aux plus nantis.

Pour ne choquer aucun lecteur, cet aspect peut être illustré par l'inégalité territoriale. L'impôt payé par un habitant d'une région éloignée de la capitale d'un pays peut servir aussi au financement des institutions culturelles qui sont souvent concentrées dans la principale ville dudit pays. Les habitants de la capitale profitent alors d'une rente de proximité. Ainsi, le coût d'une place à l'opéra, à titre d'exemple, comprend le prix de la place et le prix de transport aller-retour du domicile en province-capitale, nonobstant le coût du temps du déplacement. La multiplication des festivals de toutes sortes dans différentes villes de province contribue certes à réduire cette centralisation dans certains domaines, mais il y a encore loin de la coupe aux lèvres, la spécificité des musées spécialisés ou de chaque festival sur une période limitée ne remplaçant pas la diversité, la richesse ou la profusion des activités culturelles tout au long de l'année dans la première cité.

Ainsi, la culture administrée peut être une économie de la rente, non seulement pour certains consommateurs qui obtiennent des biens et services à un prix largement inférieur aux coûts de revient, mais également pour les producteurs. L'absence de la

sanction du marché, autre que celle du marché politique sur lequel se joue la réélection des donneurs de subventions, conduit à une affectation arbitraire des ressources. Le marché politique se caractérise par des pratiques clientélistes, qui n'ont pas fatalement un lien avec la qualité intrinsèque du produit subventionné, en vue d'obtenir les suffrages de l'électorat. Cela signifie que faire ce que les électeurs attendent n'est pas nécessairement mieux que le passage par une offre marchande. Dans cette affaire, les bénéficiaires certains sont uniquement les offreurs qui, sans la subvention, auraient eu probablement des pertes. La faible consommation d'un produit culturel n'est pas un indice en soi de haute qualité de l'œuvre présentée ou offerte.

Plus que la subvention, c'est surtout l'intervention publique sous la forme de la protection, sous couvert de l'argument de l'exception culturelle, qui peut avoir un effet de rente pervers, en ce qu'il est dommageable pour le consommateur qui ne peut plus avoir accès à la culture universelle. En effet, en masquant la sanction du marché, la protection cherche à garantir un débouché interne par une quasi-consommation forcée. La subvention et la protection peuvent ainsi devenir des moyens qui assurent la survie aux activités qui, pour certaines d'entre elles, ne répondent pas aux besoins sociaux. Ce sont alors les choix du consommateur qui sont ignorés.

Les choix du consommateur

Le succès commercial n'est certes pas une garantie de la qualité du produit culturel. Ce succès peut être obtenu de manière artificielle par les artifices du marketing pour produits éphémères. Il a été démontré, par exemple, que les entrées payantes au cinéma pour différents films sont corrélées avec le budget publicitaire de ces films, ce qui conduit à la surenchère des promotions lourdes et des publicités pour les films jusqu'à dépasser dans certains cas 40 % du budget de la production. Cela se comprend aisément et c'est même une évidence naïve au sens français, puisque l'on ne consomme que les produits dont on sait qu'ils existent. Il faut donc que le produit culturel se fasse remarquer pour susciter une

demande. Comme ces produits sont éphémères, l'intensité de la communication doit être telle qu'elle puisse avoir un effet de résonance le plus rapidement possible. Une exposition de peinture ne dure que quelques mois, un film à succès a une durée de vie de quelques semaines sur son premier marché (la salle d'exploitation), une pièce de théâtre en province ou la tournée d'un artiste de variétés, c'est une journée.

On peut aussi admettre que le succès commercial n'est pas systématiquement un indice d'une qualité dégradée. L'approche en termes d'industrie culturelle de l'école de Francfort rencontre ses limites à partir du moment où il est possible de reconnaître un minimum de rationalité au consommateur, et qu'une place est faite sur le marché à un tiers-acteur ignoré dans le modèle néo-classique standard confrontant l'offreur et le demandeur : il s'agit de l'informateur qui n'a rien à voir avec le commissaire-priseur walrassien. Son rôle n'est pas de crier les prix mais de donner son avis sur la qualité des produits offerts.

Le consommateur doté d'un minimum de rationalité, soucieux de s'intégrer par la consommation de produits culturels valorisés dans la société, ou cherchant des satisfactions purement esthétiques, aura pour démarche logique, préalablement à toute consommation, de rechercher l'information sur les différents produits en concurrence pour l'utilisation de son temps de loisir et de ses autres ressources. L'incertitude concernant la qualité d'un produit culturel étant très forte, la rationalité minimale le conduira à consulter la critique, la liste des meilleures ventes ou celle des films qui ont du succès. Le rôle de la critique est si crucial que certains producteurs et distributeurs de programmes cinématographiques, par crainte d'une appréciation négative, préfèrent l'éviter pour ne compter que sur la notoriété du metteur en scène, du scénariste ou des acteurs principaux. Dans certains cas, il peut même être tentant pour les producteurs d'agir indirectement sur la critique d'un livre, d'une pièce de théâtre ou de tout autre produit culturel pour obtenir au minimum une neutralité bienveillante. La forte intégration dans le secteur des industries culturelles fait que la critique dans une revue ou dans un journal peut avoir à rendre compte d'œuvres produites et/ou éditées, diffusées par une filiale de la maison mère qui est l'employeur du critique. Le phénomène

des auteurs eux-mêmes critiques a suscité, dans un passé récent, de tels débats déontologiques houleux qu'il est impossible de taire ce phénomène, même s'il n'est pas question ici de s'y attarder.

La rationalité du consommateur ne garantit cependant pas l'efficacité de la décision, car cette rationalité est limitée, l'information n'étant pas parfaite. Par le jeu de la prophétie autoréalisatrice, la publication des fréquentations pour une exposition, celle des ventes ou des recettes réalisées pour un livre ou un film, est un système d'information asymétrique non dénué du risque moral. Par la difficulté supplémentaire, souvent recherchée par l'offre, pour distinguer l'information soit du publi-reportage, soit de la promotion pure et simple dans les programmes de « *talk show* » des chaînes de télévision, le consommateur, qui ne veut pas prendre le risque de découvrir à ses dépens la qualité du produit culturel au moment de sa consommation, finit par tomber dans le piège de la communication. Le visible médiatiquement, donc socialement, sera alors surconsommé même si, en définitive, la déception est au bout. Dans le domaine culturel, le théorème de Thomas, également connu sous l'expression d'anticipation ou prophétie autoréalisatrice, ou encore effet Merton, est en effet souvent vérifié. C'est l'information qui finit par faire l'événement annoncé. Même s'il y a des exceptions qui reposent sur le bouche-à-oreille, le succès est souvent au bout de l'annonce d'un film à succès que personne n'a encore vu, ou de « l'événement à ne pas rater » comme celui qui consiste en une exposition « exceptionnelle » de tableaux de peinture des maîtres du XIX^e siècle et début du XX^e encore jamais montrés.

Le consommateur, sans formation culturelle de haut niveau, lorsqu'il cherche à échapper au risque moral, sera amené à sélectionner certains produits culturels sur la base du prix. Et ici, c'est la « sélection adverse » ou antisélection qui attend ce consommateur qui va préférer, par exemple, s'offrir un abonnement de quatre ou cinq représentations à l'opéra en utilisant le critère du prix élevé comme le reflet de la haute qualité du produit. La pratique du prix unique pour certains biens et services culturels réduit ce phénomène, mais il est loin d'être généralisé et il est difficilement généralisable sans effets pervers, puisqu'il ne serait plus une information sur la qualité.

La solution est donc d'améliorer l'information du consommateur par une plus grande autonomie de celui-ci obtenue par un investissement en éducation culturelle lui permettant de mieux apprécier la critique et toutes les autres formes d'information.

Conclusion

Finalement, un produit culturel dans une économie de marché représente l'alliance entre deux modes de régulation. La puissance publique intervient d'abord pour former les consommateurs. Ensuite l'intervention est plus évidente, car plus directe, lorsqu'il s'agit d'aider les produits novateurs, les structures innovantes, les établissements et les firmes dont l'offre de produits culturels engendre des effets externes positifs comme ceux, par exemple, qui évitent la concentration des activités dans un seul pôle en raison de la difficulté d'attirer les cadres dans des villes sans activités culturelles conformes à leur attente. C'est ainsi que certaines salles de cinéma de petites villes sont municipalisées en régie afin d'éviter une fermeture définitive, et non pas au nom d'un socialisme municipal assez peu courant.

Le marché réglementé par la puissance publique devient le régulateur inévitable pour les produits standard divisibles. Mais l'analyse empirique à partir de l'exemple français ne peut que montrer le caractère anormal du produit culturel. S'il est possible de faire de la publicité pour la plupart des produits industriels à la télévision, en revanche son extension récente aux produits culturels (2004) est encore limitée. La raison avancée est le coût élevé des budgets publicitaires à la télévision, qui risque de pénaliser les plus petits producteurs souvent à l'origine des prises de risque dans des innovations qui seront récupérées ensuite, une fois le succès démontré, par les grandes firmes qui ont une aversion pour le risque en raison des conséquences plus dommageables en cas d'échec.

Références bibliographiques

Benghozi, P.-J., Sagot-Duvauroux, D. : « Les économies de la culture », *Réseaux*, n° 68, nov.-déc. 1994.

Benhamou, F., *L'économie de la culture*, Paris, La Découverte, « Repères », 2000, 124 p.

Benzoni, L., « Les biens culturels, une exception économique ? », *Revue de la concurrence et de la consommation*, n° 124, nov.-déc. 2001, article repris dans *Problèmes économiques*, n° 2750, 27 fév. 2002.

Farchy, J., *La fin de l'exception culturelle ?*, Paris, CNRS Éditions, 1999.

Farchy, J., Sagot-Duvauroux, D., *Économies des politiques culturelles*, Paris, PUF, 1994.

Frey, B. S., « Arts markets and economics : introduction », *Journal of cultural economics*, 21 (3), 1997.

Herscovici, A., *Économie de la culture et de la communication*, Paris, L'Harmattan, 1994.

Peltier, S., « Culture, État et marché », *Cahiers français*, n° 312, janv. 2003.

Conclusion générale

Conclusion générale

par Diana Cooper-Richet

La pertinence du concept même de « passeur culturel » a été mise en cause par certains contributeurs de cet ouvrage³⁷⁴. S'il est vrai que le terme peut effectivement faire référence à une très grande variété de personnes, d'institutions, de moyens, voire de supports, il n'en reste pas moins qu'aucune autre notion n'ayant été, jusqu'ici, proposée afin de tenter de cerner cette réalité que constitue le transfert, ou l'acte de médiation, culturel, l'expression demeure donc opératoire, nous semble-t-il, en l'absence de toute autre³⁷⁵.

Les « acteurs et les instruments de la médiation culturelle » forment un ensemble – complexe et hétérogène – dont l'étude peut permettre, malgré les réserves dont il vient d'être fait mention, de mieux cerner leur contribution aux transferts propres au monde du livre et des médias, en Europe aux *xix^e* et *xx^e* siècles. Cet ouvrage, par la variété des contributions qu'il présente, tant du point de vue disciplinaire que de celui des objets abordés, fournit un certain nombre d'éclairages, entièrement ou partiellement nouveaux, sur la médiation. Le thème de la littérature et du livre est ici largement traité. L'examen du rôle des traducteurs, de l'anglais, mais aussi de l'italien, vers le français, de même que celui des introducteurs de la littérature étrangère en Espagne – tant au *xix^e* qu'au *xx^e* siècle –, suggère que le « passage » se fait, à des degrés divers, selon la fidélité au texte originel. L'accent est donc mis ici sur la responsabilité qui incombe au traducteur, mais également aux intellectuels qui, comme en Espagne au *xix^e* siècle, se fixent pour objectif de faire connaître la littérature universelle.

Dans le cas des libraires et des bibliothécaires – des librairies et des bibliothèques – la position centrale des conditions d'accès aux livres a été mise en évidence. Dans son magasin, le libraire, afin de jouer le rôle de passeur et non seulement de marchand, doit s'efforcer de créer un lien intellectuel et culturel entre les ouvrages de son fonds, les publications récentes et sa clientèle. La bibliothèque, notamment universitaire, se doit d'offrir des services facilitant la consultation de collections les plus riches possibles. Les écrivains, dans leur fonction de « passeur », ont été envisagés sous l'angle de l'histoire du droit de la propriété intellectuelle – celle du droit d'auteur – sans lequel le « passage » ne peut se faire dans de bonnes conditions de transparence et d'équité. Quant à la littérature de jeunesse, elle doit beaucoup plus sa vitalité et son succès à ses divers médiateurs que, sans doute, à ses auteurs ou à ses jeunes lecteurs. La place des prescripteurs – bibliothécaires spécialisés, éducateurs, enseignants – dans ce domaine est, semble-t-il, essentielle.

En ce qui concerne les journaux et les revues, leur fonction de passeur est évidente, même lorsque la place occupée par la « culture » n'y est que marginale. Cette quasi-absence est en elle-même significative et contribue à véhiculer une image dévalorisante des valeurs culturelles dans une société donnée, ici la Bulgarie d'après 1989. Dans le domaine des revues, on peut dire que leur rôle, dans la diffusion des littératures étrangères dans la France du XIX^e siècle, a été bien étudié. Il s'agit donc d'une mise en relation interculturelle qui pourrait être étendue, par exemple, à celle de la circulation de connaissances scientifiques – vulgarisées – pour le grand public. Si les « hommes de revue » sont bien des interfaces entre littératures et lectorat, que dire enfin de l'éditeur dont la position entre auteurs et lecteurs, dont Jean-Yves Mollier a montré qu'il ne peut demeurer un « passeur », au sens noble du terme, qu'à condition de fournir un *input* intellectuel au texte qui lui est apporté – ce qui constitue l'acte même d'éditer ? Si ce travail intellectuel de l'éditeur-médiateur disparaissait, c'est tout l'édifice éditorial construit depuis deux cent cinquante ans qui s'écroulerait.

Ainsi, autour des livres et de la littérature, les médiations sont-elles multiples. Qu'en est-il dans le monde du spectacle et

des médias, y compris les plus modernes ? Les deux exemples empruntés ici au spectacle vivant, en l'occurrence le théâtre, sont à la fois proches et éloignés l'un de l'autre. Dans le cas d'Henri Jeanson, critique, donc homme de presse, mais aussi comédien et auteur de dialogues, l'accent a été mis sur sa capacité à « passer » constamment d'un côté puis de l'autre du miroir qui sépare l'acteur du spectateur, d'être à la fois médiateur et producteur³⁷⁶. À propos du festival « Off » d'Avignon, ce qui a été étudié, c'est l'importance fondamentale pour sa survie « du bouche-à-oreille », de l'effet « réseau » *underground* dans la connaissance que le public potentiel peut avoir de représentations qui ne sont pas, par définition, médiatisées. C'est le « réseau » qui devient ici passeur d'une autre forme de culture. Enfin, la « Toile » n'a pas été oubliée dans son rôle de médiatrice interactive, sur laquelle tout le monde peut intervenir et devenir, l'espace d'un message ou d'un *chat*, un modeste et anonyme passeur culturel, à plusieurs années-lumière du présentateur de télévision qui, sous les feux de la rampe, veut montrer qu'il est à la fois une star, au même titre que les vraies, et qu'il appartient en même temps au monde de la culture, à la différence de ceux qui le regardent.

Si tous ces « passages » semblent, *a priori*, devoir être enrichissants, ils ne sont pas sans receler quelques dangers. Car, comme le montre Ahmed Silem, tout le monde reconnaît que le bien culturel est, par nature et par destination, très différent des autres marchandises. Sa place dans une économie libérale est donc singulière, située quelque part à mi-chemin entre le marché et l'État. L'exemple des radios internationales est à cet égard instructif, puisque l'auteur se pose la question de savoir si elles sont des « passeurs » de culture ou des instruments de propagande. Enfin, s'interroge Bernard Lamizet, la globalisation, l'uniformisation induites par les différents « passeurs », ne pourraient-elles pas conduire à une disparition des cultures spécifiques et à l'exclusion de certaines autres ?

Bibliographie indicative

Bibliographie indicative

« Traduction : les échanges littéraires internationaux », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 144, septembre 2002.

Benhamou, F., *L'économie de la culture*, Paris, La Découverte, 2000.

Benhamou, F., *L'économie du star-system*, Paris, Odile Jacob, 2002.

Benzoni, L., « Les biens culturels, une exception économique ? », *Revue de la concurrence et de la consommation*, n° 124, novembre-décembre 2001.

Charle, Ch., « Le temps des hommes doubles », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, n° 39, janvier-mars 1992, pp. 72-85.

Debray, R., *Les révolutions médiologiques dans l'histoire*, Villeurbanne, Enssib, 1999.

Donnat, O., *Les pratiques culturelles des Français, 1973-1997*, Paris, La Découverte, 1997.

Françon, A., « Le droit d'auteur au-delà des frontières : une comparaison des conceptions civilistes et de common law », *Revue internationale du droit d'auteur*, n° 149, 1991, pp. 3-33.

Intermédiaires culturels, **M. Vovelle et Ph. Joutard (dir.)**, Paris, H. Champion, 1980.

Le commerce de la librairie en France au XIX^e siècle (1789-1914), **J.-Y. Mollier (dir.)**, Paris, IMEC : Maison des sciences de l'Homme, 1997.

La belle époque des revues (1880-1914), **J. Pluet-Despatin, M. Leymarie, J.-Y. Mollier (éds.)**, Paris, IMEC, 2002.

Leblanc, F., *Libraire, un métier*, Paris, L'Harmattan, 1998.

Mauger, G., « Le commerce international des idées », in *Jeunesses et sociétés : perspectives de la recherche en France et en Allemagne*, **G. Mauger, R. Bendit, C. Wolfferdorf (éds.)**, Paris, Armand Colin, 1994.

Mollier, J.-Y., *La lecture et ses publics à l'époque contemporaine*, Paris, Presses universitaires de France, 2001.

Où va le livre ? Édition 2002-2003, **J.-Y. Mollier (dir.)**, Paris, La Dispute, 2002.

Passeurs culturels. Mécanismes de métissage, **S. Gruzinski et L. Bénat-Tachot (dirs.)**, Paris, Maison des sciences de l'Homme : Presses universitaires de Marne-la-Vallée, 2001.

Schiffrin, A., *L'édition sans éditeurs*, Paris, La Fabrique, 1999.

Strowel A., *Droit d'auteur et copyright*, Bruxelles, Bruylant : Paris, LGDJ, 1993.

Notes

Notes

Introduction

- 1 « Le temps des hommes doubles », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, n° 39, janvier-mars 1992, pp. 72-65.
- 2 *Ibid.*, p. 75 : « Ils sont à la fois des représentants (au sens politique) du social au sein de la sphère culturelle et inversement des représentants de la culture vis-à-vis de la société globale. »
- 3 *Ibid.*, pp. 73-74.
- 4 *Ibid.*, p. 75.
- 5 Cf. F. Langue, « Le passeur malgré lui. L'aristocratie mantuana comme médiateur culturel (Venezuela, XVIII^e siècle) », *Passeurs culturels. Mécanismes de métissage*, S. Gruzinski et L. Bénat-Tachot dirs., Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'Homme, 2001, pp. 69-90.
- 6 Paris, Librairie H. Champion, 1980.
- 7 M. Vovelle, *Les intermédiaires culturels : une problématique*. Actes du colloque du Centre méridional d'histoire sociale, des mentalités et des cultures (1978), Aix-en-Provence, Publications de l'Université de Provence : Paris, Honoré Champion, 1981, p. 12.
- 8 R. Chartier, « La culture en question », *Les intermédiaires...*, *op. cit.*, p. 672, propose une typologie des intermédiaires culturels. Il les classe en trois groupes : les représentants, les transmetteurs et les « entre-deux ».

Chapitre 1

- 9 La reine Victoria règne précisément de 1837 à 1901, mais il est courant de faire débiter l'époque victorienne en 1832, année où fut votée la première loi électorale modifiant les conditions de représentation au Parlement (*Reform Act*).
- 10 François Bédarida sous-titre son ouvrage sur la Grande-Bretagne entre 1832 et 1914 *L'Angleterre triomphante*, Paris, Hatier, 1974.
- 11 Le romancier Wilkie Collins, contemporain et ami de Dickens, a été un des premiers à prendre conscience de l'émergence d'un lectorat populaire, comme en témoigne son célèbre article « An unknown public » (1858).
- 12 P. Casanova, « Consécration et accumulation de capital littéraire. La traduction comme échange inégal », *Actes de la recherche en sciences sociales, Traduction : les échanges littéraires internationaux*, Paris, n° 144, septembre 2002, p. 17.
- 13 Le catalogue de la British Library la présente comme « *writer on science* ».
- 14 Le *Dictionnaire universel des traducteurs* de Henri Van Hoof (Genève, Slatkine, 1993), recense un grand nombre de traducteurs anglais, mais ne saurait en fournir une liste exhaustive.
- 15 P. Casanova, *op. cit.*, p. 17.
- 16 B. Wilfert, « Cosmopolis et l'Homme invisible. Les importateurs de littérature étrangère en France, 1885-1914 », *ibid.*, pp. 34-37.
- 17 Tom Taylor fut directeur littéraire (« *editor* ») de la revue satirique *Punch* de 1874 à 1880.
- 18 Cf. P. France (ed.), *The Oxford Guide to Literature in English*, Oxford University Press, 2000, p. 67.

- 19 L'influence française sur la scène théâtrale anglaise à l'époque victorienne est étudiée par Winton Tolles dans son livre *Tom Taylor and the Victorian Drama*, Columbia University Press, 1940.
- 20 Le nombre parfois évoqué de 250 000 périodiques vers 1870 s'explique par la segmentation du lectorat et la catégorisation des publications qui en découle, les hebdomadaires étant dans un premier temps considérés plus « populaires » que les mensuels.
- 21 De nombreux articles de l'époque stigmatisent la publication de romans en feuilleton qui encourage le goût du sensationnel et les coups de théâtre.
- 22 L. James, *Fiction for the Working-Man. A Study of the literature produced for the working class in early Victorian England*, Oxford University Press, 1963.
- 23 La vogue de Dumas fut telle que ses romans ont été retraduits plusieurs fois au cours du XIX^e siècle et qu'on publia trois éditions de ses œuvres complètes entre 1893 et 1910.
- 24 Pour cette étude de cas, je suis redevable au travail de Lawrence Venuti, *The Translator's Invisibility. A History of Translation*, London, Routledge, 1995, ch. 3 « Nation ».
- 25 Le droit d'auteur pour les traducteurs n'existait pas et ce n'est qu'en 1911 qu'une loi le leur accorda, et seulement à condition que l'auteur de l'œuvre originale les autorise à le détenir.
- 26 Cf. P. France, *op. cit.*, p. 70.
- 27 *Ibid.*
- 28 *Ibid.*, p. 73.
- 29 On trouve la liste des titres publiés dans cette collection dans le catalogue de l'exposition consacrée à l'éditeur en 2002 à Toronto : Vizetelly & Compan(ies). *A Complex Tale of Victorian Printing and Publishing: an exhibition with essays*, by M. E. Korey... [et al.], National Library of Canada cataloging in publication, 2002, pp. 70-73.
- 30 V. Larbaud, *Sous l'invocation de saint Jérôme*, Paris, Gallimard, 1973 [1946], p. 77.

Chapitre 2

- 31 Pour une présentation actuelle de ces échanges, voir *Regards croisés entre la France et l'Italie*, a cura di Paola Dècina Lombardi, Ministero per i Beni e le Attività culturali, Roma, 2002, p. 227-230.
- 32 Cf. G. Mauger, « Le commerce international des idées », in G. Mauger, R. Bendit, C. Wolfferdorf (ed.), *Jeunesse et sociétés, Perspectives de la recherche en France et en Allemagne*, Paris, Armand Colin, 1994.
- 33 Pour l'Italie, cf. « L'édition du livre en Italie », *Quaderni di libri e riviste d'Italia*, 49, Ministero per i Beni e le Attività culturali, 2002. « Les nouveaux visages de l'édition italienne », *Livres Hebdo*, n° 45, 15 février 2002, p. 71-83. G. Turi, « Le système éditorial en Italie », in *Les mutations du livre et de l'édition dans le monde du XVIII^e siècle à l'an 2000*, dir. J. Michon et J.-Y. Mollier, L'Harmattan : Presses de l'Université de Laval, 2001, p. 266-279.
- 34 Cf. P. Bourdieu, « Une révolution conservatrice dans l'édition », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 126-127, mars 1999, p. 3-28.
- 35 Cf. D. Valin, « Bibliographie des traductions françaises de la littérature italienne du XX^e siècle », *Chroniques italiennes*, n° 66/67, 2001, Université de la Sorbonne Nouvelle.
- 36 Cf. sur ce point : M. Colin, « La critique française et les écrivains italiens », *Les écrivains italiens et leurs traducteurs français. Narration, traduction, réception*. Actes du colloque de Caen, 11-13 mai 1995, Centre de recherche en langues romanes, Université de Caen, 1996, p. 111-126.
- 37 Cf. J.-M. Bouvaist, J.-G. Boin, *Du printemps des éditeurs à l'âge de raison. Les nouveaux éditeurs en France (1974-1988)*, La Documentation française, 1989.
- 38 La proportion des élèves étudiant en sixième l'italien en première langue est de 0,3 % en 1980, 0,2 % en 1985, 0,1 % en 1990, et la proportion des élèves de terminale étudiant l'italien en seconde langue était de 4,1 % en 1997-1998. Cf. *Note d'information*, n° 98-36, Ministère de l'Éducation nationale, de la Recherche et de la Technologie.
- 39 J.-C. Vegliante relie le développement de ce public à la fin de l'immigration italienne en France et à la démocratisation de l'enseignement, cf. « Image, représentation et expressions de la culture italienne en France. L'exemple de la poésie », *Heurs et malheurs de la littérature italienne en France*, Presses universitaires de Caen, 1995, p. 51-65. L'introduction de littérature étrangère dans des collections de poche comme 10-18 a certainement contribué à la diffusion de ces textes auprès du grand public cultivé. Cf. B. Seibel, « Les comportements de lecture des étudiants en seconde année d'études supérieures », communication au colloque du Havre, 1995.

- 40 Nous remercions ici D. Valin d'avoir bien voulu mettre à notre disposition le fichier de son ouvrage bibliographique mentionné ci-dessus. Il a permis à deux groupes de conservateurs de l'Enssib de constituer d'une part une première base de données du corpus exhaustif des titres publiés entre 1995 et 2000, et d'analyser d'autre part la réception de ces textes dans la presse française. Cf. Faivre, Girost, Gradel, Sanjuan, Vernaton, *La littérature italienne publiée par l'édition française : paysages et perspectives*, Enssib, mémoire de recherche, juin 2002, et Boutet, Chasseriau, Ranson, *Mécanismes de circulation des œuvres de fiction italiennes en France*, Enssib, mémoire de recherche, juin 2003.
- 41 Sur ce thème cf. M.-F. Cachin et Cl. Bruyère, « La traduction au carrefour des cultures », *Les mutations du livre et de l'édition dans le monde*, op. cit., p. 506-525.
- 42 Cf. B. Simeone, « Italie, fin du voyage. Brève réflexion sur la littérature italienne traduite en France ces dernières années », *Eutropia*, n° 1, 2001, p. 47-52.
- 43 Sur la banalisation des échanges, cf. B. Simeone, « Italie, fin du voyage », op. cit., p. 52.
- 44 Cf. « Le dialogue éditorial entre la France et l'Italie », *La Lettre*, Spécial Salon du livre, mars 2002, France-Édition.
- 45 Sur la présentation de la littérature italienne : C. Bec, F. Livi, *La littérature italienne*, Que sais-je ? n° 715, Paris, Presses Universitaires de France, 1994, 126 p., et N. Jonard, *Histoire de la littérature italienne*, Paris, Ellipses, 2002. Cf. également E. Ferrero, « La littérature italienne du XX^e siècle ». *Littératures entre Nord et Sud*, Bibliothèque municipale de Brive, n° 98, p. 34-56 et M. Fusco, « Retour sur un demi-siècle de littérature italienne », *Page des libraires*, mars-avril 2002, n° 75, ainsi que F. Gambaro, « La littérature italienne aujourd'hui », *La Nouvelle Revue Française*, janvier 2002, n° 560.
- 46 Sur la sociologie professionnelle des traducteurs littéraires, cf. N. Heinich, « Les traducteurs littéraires : l'art et la profession », *Revue française de sociologie*, XXV, 1984, p. 264-280.
- 47 D. Valin, *Bibliographie des traductions italiennes*, op. cit.
- 48 B. Simeone, « Écrire, traduire, en métamorphose », *Eutropia*, n° 2-2002, p. 39-44.
- 49 J.-C. Vegliante, « Traduire, une pratique-théorie en mouvement », *ibid.*, p. 51-55.
- 50 M. Fusco, « Les rayons et les ombres. La littérature italienne et ses traductions françaises », *ibid.*, p. 67-70.
- 51 I. Kalinowski, « La vocation au travail de traduction », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 144, sept. 2002, p. 50, montre aussi que « l'antagonisme entre les traducteurs à temps plein et les traducteurs universitaires reste le principe de division fondamentale du groupe des traducteurs littéraires ».
- 52 Cf. M. Fusco, « Suggérer ou choisir : conseiller d'édition vs directeur de collection », Les écrivains italiens et leurs traducteurs français, op. cit., p. 127-132, J.-B. Para, « La mélancolie du passeur », *ibid.*, p. 133-138, B. Simeone, « Écrire une collection ? », *ibid.*, p. 139-144.
- 53 Ont été classées comme grandes maisons d'édition italiennes Mondadori et Rizzoli-Libre Gr. Opera (CA de 380 M et de 315 M d'euros respectivement, et 19,7 % et 7,1 % du marché). 17 % des titres traduits viennent de ces grands italiens avec une prédominance pour Mondadori. Viennent ensuite les maisons moyennes : Einaudi (5,2 %), Feltrinelli (5,1 %), Adelphi (4,9 %), Bompiani (3,35 %) et Garzanti-Longanesi (5,1 %). 35 % des titres traduits sont issus de ces maisons moyennes prestigieuses. Parmi les petits éditeurs, on note Sellerio (13 M d'euros et 1,61 % du marché), Baldini (10 M d'euros et 1,3 %), Marsilio, Frassinelli et beaucoup d'autres petits éditeurs au nombre de 35. Ces petits éditeurs fournissent 21 % des traductions, le reste, soit 16 %, venant de négociations directes avec l'auteur ou ses ayants droit.
- 54 Les éditeurs français qui ont publié des traductions italiennes de 1995 à 2000 compris ont été regroupés en quatre groupes hiérarchisés selon le volume et la structure de leur capital, économique et symbolique, tel qu'il apparaît dans l'analyse du champ éditorial de P. Bourdieu in « Une révolution conservatrice dans l'édition », op. cit. p. 13. Les éditions de poche ont été regroupées à part. Les éditeurs de la classe 1 ont fourni 36 % des traductions pendant la période considérée. 61 % de ces titres provenaient des grandes ou moyennes maisons italiennes. Ceux de la classe 3 ont publié 23 % de l'ensemble des traductions dont 57 % provenaient des grandes et moyennes maisons d'édition italiennes et 21 % des auteurs ou ayants droit. Ceux de la classe 4 ont traduit 11 % des textes dont 41 % venaient des grandes et moyennes maisons italiennes, mais surtout 34 % provenaient des petits éditeurs italiens et 27 % des auteurs ou ayants droit. Enfin, les petits éditeurs français, classe 2, ont publié 23 % des traductions. Celles-ci venaient pour 40 % des grands et moyens éditeurs et plus du tiers des petits éditeurs italiens. Il y a donc des échanges privilégiés entre les grands et moyens éditeurs français et leurs correspondants italiens, de même que les moyens-petits et les petits éditeurs français se tournent plus souvent vers les petits éditeurs italiens.

- 55 Sur l'usage des notes et des préfaces ou postfaces, cf. F. Bouchard, « Le traducteur et ses démons », *Les écrivains italiens et leurs traducteurs français*, op. cit., p. 35-40.
- 56 L'ATLF, créée au début des années 80, a contribué à l'ouverture d'un « champ scientifique » de la traduction en donnant aux traducteurs une nouvelle aura tandis que se développaient des formations institutionnelles à la traduction, comme à l'Université de Grenoble, malgré la contestation de ceux qui parlaient de subjectivité dans les solutions apportées. Enfin, des échanges et un partage de l'acte de traduire au sein d'ateliers, comme à l'ENS à Lyon, ont permis d'entrer dans toutes les dimensions d'un texte littéraire.
- 57 Cf. J. Heilbron et G. Sapiro, « La traduction littéraire, un objet sociologique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 144, p. 3-6.

Chapitre 3

- 58 Cette expression est utilisée par Michel Chaffanjon, libraire et longtemps directeur de l'Asfodel (Association nationale pour la formation et le perfectionnement professionnels en librairie et papeterie), dans « Libraires d'aujourd'hui, libraires de demain. Le rôle du libraire », *Le commerce de la librairie en France au XIX^e siècle (1789-1914)*, J.-Y. Mollier dir., Paris, IMEC : Maison des sciences de l'Homme, 1997, p. 401.
- 59 Cité par Jean-Pierre Colin et Norbert Vannereau, *Libraires en mutation ou en péril ? Rapport présenté à monsieur Jack Lang, ministre de la Culture, de la Communication, des Grands travaux et du bicentenaire*, Paris, Fayard, 1990, en exergue de l'ouvrage. Cette citation est à rapprocher de celle trouvée dans le *Guide des libraires d'ancien et d'occasion 1991-1992*, Paris, Hubschmid et Bouet, 1991. Celui qui franchit « pour la première fois le seuil d'une librairie a souvent l'impression d'être un intrus. Il trouble le silence, un certain état des choses. Les libraires, conscients de ce sentiment, aiment croire que le métier serait merveilleux », cité par Bénédicte Marmintat, *La librairie d'ancien et d'occasion à Paris : la maison Clavreuil (1878-1939)*, mémoire de maîtrise dirigé par J.-Y. Mollier, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 1992, p. 2.
- 60 Dès 1873, Pierre Larousse, dans le *Grand dictionnaire universel du XIX^e siècle* (tome X, Paris, Administration du Grand dictionnaire universel, 1873), distingue, pp. 475-476, entre le libraire qui vend des livres et tient « boutique de librairie », le libraire-éditeur, l'imprimeur-libraire et le libraire d'assortiment ou commissionnaire et le libraire jure de l'université de Paris.
- 61 Cette première partie, qui a pour objectif de retracer brièvement l'histoire qui conduit à la naissance du libraire tel que nous le connaissons et le concevons aujourd'hui, s'inspire très largement des ouvrages suivants : *Histoire de l'édition française*, R. Chartier et H.-J. Martin dir., Paris, Fayard, tome 2, *Le livre triomphant (1660-1830)*, 1990, pp. 344-46, 369-371, 537-541 et 744-50 ; tome 3, *Le temps des éditeurs. Du romantisme à la Belle Époque*, 1990, pp. 256-303 ; tome 4, *Le livre concurrent (1900-1950)*, 1991, pp. 111-123 ; F. Leblanc, *Libraire, un métier*, Paris, L'Harmattan, 1998 ; M. Lyons, *Le livre triomphant. Une histoire sociologique de la lecture dans la France du XIX^e siècle*, Paris, Promodis/Éditions du Cercle de la Librairie, 1987, chap. 10, *La géographie culturelle de la France au XIX^e siècle : le réseau des librairies*, pp. 193-220 ; *Le commerce de la librairie...*, op. cit.
- 62 Amsterdam, 1783-1789.
- 63 D. Diderot, *Lettre sur le commerce de la librairie*, Paris, Mille et une nuits, 2003. Cf. la postface de cette édition rédigée par J.-Y. Mollier, pp. 127-138. La *Lettre* a été écrite par le philosophe en 1763 à la demande de la Chambre syndicale des libraires. Adressée à la Direction de la librairie, elle ne fut publiée par la maison Hachette qu'en 1861. Diderot y dresse un tableau chiffré de la situation dans le monde du livre, au sein duquel il fait la distinction entre les différents types de « libraires », compris au sens ancien du terme. Selon lui, la moitié d'entre eux ne savent pas lire et ne font que survivre de la vente de leurs livres.
- 64 Il était pénétré, dès le milieu du XVIII^e siècle, de personnes peu compétentes, comme le montrent les fiches de police sur les libraires, cf. *Histoire de l'édition française*, tome 2, op. cit., pp. 344-345.
- 65 Un érudit, un connaisseur qui rédige des catalogues savants de ses collections de livres rares. Notons cependant qu'à la Belle Époque le commerce de l'ancien et de l'occasion sont souvent liés.

- 66 H. Desmars, « L'office en librairie au XIX^e siècle », *Le commerce de la librairie...*, *op. cit.*, p. 197. Soulignons que J. Hébrard, dans *De la librairie, son ancienne prospérité, son état actuel, causes de sa décadence, moyens de sa régénération* (Paris, J. Hébrard, 1847, p. 49-51), distingue lui aussi quatre classes de libraires qui, en cette fin de première moitié du XIX^e siècle, recouvrent peu ou prou celles que l'on retrouve plus tard dans le siècle : les libraires-éditeurs, les libraires-antiquaires et les libraires-détaillants. Il évoque aussi rapidement le libraire-commissionnaire, qui ne se livre qu'au « transit ».
- 67 E. Regnault, *Les Français peints par eux-mêmes. Encyclopédie morale du XIX^e siècle*, Paris, L. Curmer, 1861, pp. 3-4. Rappelons ici qu'Elias Regnault est le premier à avoir fait de l'éditeur un type social. J. Hébrard (*op. cit.*, pp. 49-51) parle également des libraires-brocanteurs, dits encore « étalagistes », qui, au grand air sur les boulevards et dans les rues, font l'objet d'un grand mépris.
- 68 Sur les bouquinistes, cf. Louis Lanoizelée, *Les bouquinistes des quais de Paris*, Paris, chez l'auteur, 1956. Bouquiniste lui-même, Louis Lanoizelée retrace l'histoire de cette attachante corporation, au sein de laquelle se trouvent de nombreux amoureux des livres. Elias Regnault (*op. cit.*, p. 4) les évoque comme des connaisseurs de livres anciens.
- 69 Sur ce point, cf. Martin Lyons, *op. cit.*
- 70 L. Audion-Baudry, *Histoire d'une librairie de province : Lanoë à Nantes de 1838 à nos jours*, Nantes, Le Passeur, 1990, pp. 9-12. Cette librairie commercialise de la papeterie, des fournitures de bureaux, ainsi que des reliures qui proviennent de l'atelier qui lui est annexé et qui fonctionnera jusqu'au lendemain de la Seconde Guerre mondiale.
- 71 Cf. J.-Y. Mollier, *Louis Hachette. Le fondateur d'un empire (1800-1864)*, Paris, Fayard, 1999, pp. 299 et sq.
- 72 Voir à leur sujet F. Parent-Lardeur, *Lire à Paris au temps de Balzac. Les cabinets de lecture à Paris (1815-1830)*, Paris, Éditions de l'EHESS, 1981, et plus récemment l'ouvrage collectif *Autour d'un cabinet de lecture*, Graham Falconer dir., Toronto, Centre d'études du XIX^e siècle Joseph Sablé, 2001. Dans ce dernier volume, voir plus particulièrement l'introduction de C. Cassan-Touil, pp. 9-26, et l'article de Jean-Yves Mollier, « Le cabinet de lecture en France au XIX^e siècle, entre la bibliothèque et la librairie. Une institution culturelle de longue durée », pp. 41-51.
- 73 « Libraires et colporteurs », *Histoire de l'édition...*, tome 3, *op. cit.*, pp. 272-273.
- 74 D. Cooper-Richet, « La redécouverte des éditions Aldines au XIX^e siècle : A.-A. Renouard, bibliophile, collectionneur et passeur culturel », *The Renaissance in the XIXth Century. Le XIX^e siècle renaissant*, Y. Portebois et N. Terpstra dir., Toronto, Center for Reformation Studies, 2002, pp. 179-197.
- 75 N. Felkay, « La librairie Bossange », *Livres et lectures au Québec (1800-1850)*, Québec, Institut de recherche pour la culture, 1988.
- 76 D. Cooper-Richet, *Galignani*, Paris, Galignani, 1999.
- 77 J. Hage, *L'édition politique d'extrême-gauche en France et en Europe dans les années 1960 et 1970 : l'exemple français des éditions Maspero (1959-1983)*, mémoire de DEA dirigé par Jean-Yves Mollier, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 2003, pp. 184-185.
- 78 M. Lyons, *op. cit.*, p. 201.
- 79 J.-A. Néret, *Histoire illustrée de la librairie et du livre français des origines à nos jours*, Paris, Lamarre, 1953, p. 150.
- 80 A. Fierro, « Évolution et typologie de la librairie », *Histoire de l'édition...*, tome 4, *op. cit.*, pp. 111-113.
- 81 *Ibid.*, p. 119.
- 82 Sur ce point voir : *Où va le livre ?* J.-Y. Mollier dir., Paris, La Dispute, 2002, mais aussi J.-P. Colin et N. Vannereau, *op. cit.*
- 83 *Op. cit.*, p. 10.
- 84 F. Leblanc, *op. cit.*, pp. 10-11.
- 85 Rappelons que depuis 1981 et l'introduction du prix unique du livre, la différence entre librairies ne s'exerce plus au niveau du prix mais de la qualité du service offert, plus particulièrement en ce qui concerne les conseils et la richesse du fonds.
- 86 « Le libraire dans la société locale : Clamecy, XIX^e-XX^e siècles », *Le Commerce de la librairie...*, *op. cit.*, p. 175.
- 87 *Ibid.*
- 88 *Op. cit.*

- 89 C. Marengo, *op. cit.*, p. 178. Beaucoup d'autres exemples peuvent être donnés concernant les origines modestes des hommes du livre de cette époque. Joseph Gibert est originaire du Velay. Monté à Paris, il demande un emplacement de bouquiniste sur les quais, où il commence sa carrière. De même, Ernest Flammarion débute dans les galeries qui entourent le théâtre de l'Odéon. Cf. M. Chavardès, *Histoire de la librairie*, Paris, Pierre Waleffe, 1967, pp. 145-155.
- 90 C. Marengo, *op. cit.*, p. 179.
- 91 *Ibid.*, pp. 180-181.
- 92 L. Audion-Baudry, *op. cit.*, p. 13.
- 93 B. Marmimat, *op. cit.*, p. 37.
- 94 *Ibid.*, p. 89.
- 95 H. Desmars, « L'office en librairie au XIX^e siècle », *Le commerce de libraire...*, *op. cit.*, pp. 195-202.
- 96 L. Audion-Baudry, *op. cit.*, p. 44.
- 97 Pamphlétaire et romancier, Claude Tillier (1801-1844) est né dans une famille modeste de Clamecy, où son père était serrurier.
- 98 C. Marengo, *op. cit.*, p. 178.
- 99 W. Kirsop, « Les ventes au rabais de 1800 à 1830 », *Le commerce de librairie...*, *op. cit.*, p. 189.
- 100 *Ibid.*
- 101 Les journaux sont aussi concernés par ces pratiques.
- 102 D. Cooper-Richet, « La librairie étrangère à Paris au XIX^e siècle : un milieu perméable aux innovations et aux transferts », *Actes de la recherche en sciences sociales*, mars 1999, n° 126-127, pp. 60-69, et « L'imprimé en langues étrangères à Paris au XIX^e siècle : lecteurs, éditeurs, supports », *Revue française d'histoire du livre*, n° 116-117, 2002, pp. 203-235.
- 103 Ch. Charle, « Le temps des hommes doubles », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, n° 39, janv.-mars 1992, pp. 73-85.
- 104 Voir notamment D. Chollet, *Le Minotaure. Souvenirs d'un libraire de Paris (1948-1987)*, Paris, Éd. France-Europe, 2001. Cet ouvrage étudie l'histoire de la librairie-galerie spécialisée dans le 7^e art.
- 105 Voir l'excellent travail de C. Lemelle, *Adrienne Monnier et la Maison des amis des livres*, mémoire de maîtrise sous la direction de J.-Y. Mollier et D. Cooper-Richet, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 2002, ainsi que l'ouvrage récent de Laure Murat, *Passage de l'Odéon. Sylvia Beach, Adrienne Monnier et la vie littéraire à Paris dans l'entre-deux-guerres*, Paris, Fayard, 2003.
- 106 Dans A. Monnier, *Rue de l'Odéon*, Paris, Albin Michel, 1960, pp. 11-12.
- 107 *Ibid.*, p. 42.
- 108 *Ibid.*, p. 233.
- 109 *Ibid.*, p. 234.
- 110 *Ibid.*, pp. 230-240.
- 111 Ce n'est qu'en 1949 qu'ils s'installent dans les locaux actuels du boulevard Saint-Germain, en plein cœur de Saint-Germain-des-Prés.
- 112 B. Gheerbrant, *À la Hune. Histoire d'une librairie-galerie à Saint Germain-des-Prés*, Paris, Centre Georges-Pompidou, 1988, p. 11.
- 113 *Ibid.*, p. 86.
- 114 A. Salles, « Toulouse, ville de libraires », *Le Monde des livres*, vendredi 27 juin 2003, p. II.
- 115 *Libération*, 19 juin 2003.
- 116 L. Audion-Baudry, *op. cit.*, p. 47.
- 117 Né en 1922, Armel de Wismes a écrit de nombreux ouvrages sur Nantes, les ports bretons, la marine et les marins.
- 118 L. Audion-Baudry, *op. cit.*, p. 7.
- 119 *La Maison du rêve. Des écrivains rendent hommage aux libraires*, Québec, VBL-L'Hexagone, 2000, p. 28. Elle est l'auteure de nombreux romans parmi lesquels : *L'agonie d'une salamandre*, *Les funambules* et *Un homme foudroyé*.
- 120 *La maison du rêve...*, *op. cit.*, p. 80.
- 121 *Ibid.*, p. 130.
- 122 *Libraires, corps et âmes*, textes inédits réunis et publiés par D. Reynié, Paris, Éd. Vinci, 1994, p. 69.
- 123 *Ibid.*, p. 74.
- 124 *Ibid.*
- 125 *Ibid.*, p. 75.
- 126 Auteur d'un roman intitulé *Les feux de Yamachiche*, Montréal, VLB, 1997.

- 127 *La maison du rêve...*, *op. cit.*, p. 33.
 128 *Ibid.*, p. 131.
 129 *Libraires, corps...*, *op. cit.*, p. 191.
 130 *Ibid.*, p. 69.

Chapitre 4

- 131 M. Soriano, *Guide de littérature pour la jeunesse*, Paris, Flammarion, 1975, p. 222.
 132 B. Seibel, *Au nom du livre, analyse sociale d'une profession : les bibliothécaires*, Paris, Bibliothèque publique d'information, Centre Georges-Pompidou : Documentation française, 1988.
 133 G. Patte, *Laissez les lire !*, Éditions ouvrières, « Enfance heureuse », 1987.
 134 R. Debray, *L'État séducteur*, Paris, Gallimard (Folio), 2003. Voir aussi sa conférence « État éducateur, État séducteur », reproduite dans <http://www.grep-mp.org/conferences/Parcours-9-10/Etat-Seducteur.htm>.
 135 P. Bourdieu, « Le racisme de l'intelligence », court texte diffusé en 1983 sous le titre « Classe contre classe » et repris dans *Le Monde diplomatique* d'avril 2004, p. 24.

Chapitre 5

- * Je dois remercier Ahmed Silem pour les utiles suggestions et les fertiles discussions sur ce sujet. Toutefois, ma dette envers lui va bien au-delà de ce bref texte. Par contre, j'assume toute responsabilité sur les idées exprimées ici.
- 136 Sur cette date il y a incertitude. Les premières expérimentations commencent vers 1438, mais le premier livre, notamment la Bible, est imprimé en 1452. D'autres indiquent 1440 comme année d'invention (cf. <http://www.ideafinder.com/history/inventors/gutenberg.htm> et <http://www.iath.virginia.edu/elab/hf10228.html>). À propos de la relation droit d'auteur/copyright, cf. Françon (1991) et Strowel (1993).
 137 Cf. Patterson (1968), Merges (1995), Ulmer (1987).
 138 Cf. encore Patterson (1968), Merges (1995), Ulmer (1987), ainsi que Goldstein (1994). La définition de « droit d'auteur » n'est adoptée pour la première fois qu'en 1838, grâce à A.C. Renouard. Elle ne fut cependant utilisée de façon généralisée qu'après la deuxième moitié du XIX^e siècle (Strowel, 1993).
 139 Pour le développement exhaustif de l'histoire du copyright et du droit d'auteur, cf. Strowel (1993), Ulmer (1987) et Patterson (1968).
 140 Néanmoins, il y a aujourd'hui des essais des systématisations ; cf. par exemple Watt (2000) et, en général sur la propriété intellectuelle, Ramello (2003c).
 141 Les principaux partisans du droit d'auteur sont aujourd'hui les producteurs de logiciel pour ordinateur et les multinationales du disque et du cinéma qui, en vertu de leur grande concentration à l'échelle internationale, réussissent à se faire entendre haut et fort (Ryan, 1998). Dans une moindre mesure, nous trouvons ensuite d'autres catégories, parmi lesquelles les éditeurs traditionnels.
 142 Siwek (2002, p. 1) affirme que les « industries basées sur le droit d'auteur comprennent l'un des secteurs économiques ayant la croissance la plus rapide ».
 143 Cf. aussi Ramello (2003c).
 144 C'est par exemple en 1886 qu'est signée la Convention de Berne, l'un des accords les plus importants dans le domaine du droit d'auteur.
 145 La définition est empruntée à l'article de Johnson (1985).
 146 Le partage d'informations n'est pas uniquement lié à la prétendue « piraterie ». Elle a des marges plus grandes, liées par exemple à la pratique légale de la « copie privée » (Silva et Ramello, 2000).
 147 Pour se faire une idée de la quantité de contributions, voir par exemple le site <http://open-source.mit.edu/>.
 148 Ce débat est aujourd'hui encore ouvert et très vif. Dans le domaine scientifique, Dasgupta et David (1994) ont démontré que ces variantes sont loin d'être négligeables et qu'elles ont un poids considérable dans le résultat des activités inventives.
 149 US FTC and DOJ (1995), B 1.
 150 Sur ce thème appliqué au domaine de la propriété intellectuelle, cf. par exemple Cotter (1999).

Chapitre 6

- 151 Ce chapitre est une synthèse d'une thèse de doctorat réalisée par Sun-Ae Kim sous la codirection scientifique de S. Dalhoumi et A. Silem. Le docteur Sun-Ae Kim a assuré la rédaction initiale du chapitre. Il n'a pas été possible de joindre madame Sun-Ae Kim avant la publication. En raison de son intérêt et par soucis d'exhaustivité, ce texte est cependant publié. Il ne vaut que sous réserve de l'approbation définitive de madame Sun-Ae Kim.
- 152 Dans la méthode D&A, on parle généralement d'unité de décision ou DMU (*Decision making units*). Il peut s'agir d'entreprises, d'institutions diverses ou de départements au sein d'un même organisme.
- 153 Il s'agit des Centres d'acquisition et de diffusion de l'information scientifique et technique. Au début des années quatre-vingt, le ministère de l'Éducation nationale, en s'appuyant sur les bibliothèques universitaires, a mis en place un réseau d'acquisition et de diffusion de documents pour la recherche.
- 154 Il s'agit des ouvrages acquis depuis moins de dix ans en Lettres, et ceux acquis depuis moins de cinq ans en Droit-Sciences économiques, Sciences, Médecine, Pharmacie.
- 155 Il s'agit de tous les périodiques, imprimés et électroniques.
- 156 Plusieurs sources d'information contribuent à compléter cette étude. Les données relatives au travail des étudiants sont obtenues auprès du Ministère de la Jeunesse, de l'Éducation nationale et de la Recherche scientifique, et plus précisément auprès la Direction de la programmation et du développement.
- 157 Il s'agit d'un paradoxe dans la mesure où l'efficacité est la recherche de l'économie des moyens pour un niveau de production donné.

Chapitre 7

- 158 Cf. P. Billard, *L'âge classique du cinéma français. Du cinéma parlant à la Nouvelle vague*, Paris, Flammarion, 1995. Cf. également *Jeux d'auteurs, mots d'acteur, scénaristes et dialoguistes du cinéma français (1930-1945)*. Actes des colloques SACD 1992-1993, Institut Lumière/Actes Sud, 1994 et *Jeanson par Jeanson*, anthologie parue aux éditions René Château, 2000.
- 159 H. Jeanson, *Soixante-dix ans d'adolescence*, Paris, Stock, 1971.
- 160 Bibliothèque de l' Arsenal, RF n° 62943.
- 161 Préface de l'anthologie Jeanson *En verve*, Paris, Pierre Horay, 1971.
- 162 *Paris-Midi*, 18 mars 1934.
- 163 H. Jeanson, *op. cit.* p. 111
- 164 A. Billy, *Le balcon au bord de l'eau*, Paris, Fayard, 1949, p. 8.
- 165 « Un homme en liberté », entretiens avec Lucien Farnoux-Raynaud sur la RTF et la Chaîne parisienne, 1956-1957.
- 166 *La Flèche*, 3 avril 1937.
- 167 H. Jeanson, *op. cit.*, p. 127.
- 168 H. Béraud, *Les derniers beaux jours*, Paris, Plon, 1953, p. 37.
- 169 *Bonsoir*, 12 juin 1920.
- 170 Archives Jeanson à la SACD.
- 171 Cf. A. Sallée et Ph. Chauveau, *Music-hall et café-concert*, Paris, Bordas, 1985.
- 172 *Paris-Soir*, 26 janvier 1924.
- 173 *Bonsoir*, 12 mai 1920.
- 174 *Le Cri du jour*, 5 juin 1926.
- 175 Entretiens avec Max Favalelli pour l'émission *Dimanche dans un fauteuil*, 1963.
- 176 A. Warnod, *Drôle d'époque*, Paris, Fayard, 1960.
- 177 Cité dans J. Lorcey, *50 ans de vie parisienne*, Paris, France-Empire, 1977, p. 57.
- 178 *Op. cit.*
- 179 Citons en particulier *Toi que j'ai tant aimée*, créée en septembre 1928 à la Comédie-Caumartin, *Amis comme avant* un an plus tard, au théâtre Antoine ; *Pas de taille*, une comédie en un acte cosignée par Claude-André Puget, est montée par le Grand-Guignol en décembre 1930, *Tout va bien* lui succède en avril 1931 au théâtre Saint-Georges, *Parole d'honneur*, en 1934 au théâtre Michel. Par ailleurs, Jeanson n'a pas cessé d'écrire des revues satiriques, depuis celles qu'il donna aux Quat'zarts en 1920 à celles qu'il fait jouer au cabaret des Deux-Anes en 1932 (Boum !) et 1936 (*Hop, la... ho !*), en passant par *Pourquoà* (un acte aux Quat'zarts en 1923), *Une revue de Jeanson* (au Moulin de la chanson à l'automne 1930) et *Les nouveautés en revue*, au printemps 1931.
- 180 R. Wisner dans *La Volonté*, le 17 décembre 1929.

- 181 Pour les liens d'Henri Jeanson avec l'anarchisme et le pacifisme intégral, nous nous permettons de renvoyer à notre thèse *Le Canard enchaîné ou les fortunes de la vertu...* (Paris-I, 2000), partiellement publiée sous le même titre en 2001 chez Flammarion.
- 182 Ch. Charle, « Le temps des hommes doubles », *Revue d'histoire moderne et contemporaine* n° 39, janv.-mars 1992, p. 73-85.

Chapitre 8

- 183 O. Donnat, *Les Français face à la culture*, Paris, La Découverte, 1994, p. 164.
- 184 *Ibid.*, p. 147.
- 185 N. Heinich, *Le triple jeu de l'art contemporain*, Paris, Minuit, 1998.
- 186 Expression proposée dès 1961 par Edgar Morin dans *L'esprit du temps* (Paris, Grasset), que je préfère au terme méprisant et faux de « culture de masse », incapable de rendre compte de la diversité des pratiques ainsi dénommées.
- 187 F. Benhamou, *L'économie du star-system*, Paris, Odile Jacob, 2002, p. 13.
- 188 J.-P. Esquenazi, *Hitchcock et l'aventure de Vertigo*, Paris, CNRS Éditions, 2001.
- 189 E. Morin, *Les stars*, Paris, Galilée, 1984 (1957), p. 52.
- 190 Je me contenterai d'une chronologie française, sans m'étendre sur le fait que les pays anglo-saxons nous ont précédés sur ce terrain.
- 191 J.-P. Esquenazi, *Télévision et démocratie*, Paris, Presses Universitaires de France, 1999.
- 192 S. Chalvon-Demersay et D. Pasquier, *Drôles de stars*, Paris, Aubier, 1990.
- 193 M. Foucault, *L'archéologie du savoir*, Paris, Gallimard, 1969, p. 125.
- 194 Pour une analyse détaillée, cf. J.-P. Esquenazi, *Le pouvoir d'un média : TF1 et son discours*, Paris, L'Harmattan, 1996, pp. 49-60.
- 195 *Drôles de stars*, *op. cit.*, p. 144.
- 196 C'est sans doute à ce processus que nous devons la litanie de ces écrits plus ou moins romanesques dont on nous dit avec insistance qu'ils sont d'abord autobiographiques.
- 197 Morin avait déjà insisté dans *Les stars* sur ce double trait.
- 198 C. Lemieux, *Mauvaise presse*, Paris, Métailié, 1999.
- 199 E. Goffman, *Façons de parler*, Paris, Minuit, 1987, p. 22.

Chapitre 10

- 200 La revue *Esprit* de juin 2003 consacre son numéro à ce dossier. Pour une vision plus historique des phénomènes analysés, cf. *Où va le livre ?* éd. 2002-2003, dir. J.-Y. Mollier, Paris, La Dispute, 2002.
- 201 À l'issue du « marathon » de Bruxelles, on sait que Hachette Livre a été autorisé à reprendre 40 % de VUP, les 60 % restants (EDITIS) allant au fonds de Wendel Investissement.
- 202 A. Schiffrin, *L'édition sans éditeurs*, Paris, La Fabrique, 1999.
- 203 Cf. J.-Y. Mollier, *L'argent et les lettres. Histoire du capitalisme d'édition*, Paris, Fayard, 1988, pour une vision d'ensemble de ces phénomènes.
- 204 H.-J. Martin, « Le monde des éditeurs », *Histoire de l'édition française (1880-1920)*, dir. R. Chartier et H.-J. Martin, rééd. Paris, Fayard-Promodis-Éd. du Cercle de la Librairie, 1990-1991, 4 vol., T. III, p. 196.
- 205 E. Regnault, « L'éditeur », *Les Français peints par eux-mêmes*, Paris, Curmer, 1839-1841, 8 vol., t. IV, p. 105. Cf. aussi *L'écrivain chez son éditeur*, dir. A. Buisine et J.-Y. Mollier, *Revue des sciences humaines*, n° 219/1990-3, où ce texte est analysé dans l'éditorial, p. 7-8.
- 206 P. Hazard, *La crise de la conscience européenne (1680-1715)*, Paris, Fayard, 1961. Les textes qui composent ce volume avaient initialement été publiés en revue en 1932-1933.
- 207 P. Bénichou, *Le sacre de l'écrivain (1750-1830). Essai sur l'avènement d'un pouvoir spirituel laïque dans la France moderne*, Paris, José Corti, 1985.
- 208 E. et J. de Goncourt, *Journal. Mémoires de la vie littéraire*, rééd. Paris, R. Laffont, coll. « Bouquins », 1991, 3 vol., t. III, p. 665.
- 209 J.-Y. Mollier, « Écrivain-éditeur : un face-à-face déroutant », *Travaux de littérature*, XV/2002, pp. 18-39.
- 210 P. Assouline, *Gaston Gallimard*, Paris, Balland, 1984, pour de multiples exemples contemporains.
- 211 S. Tucoc-Chala, *Charles Joseph Panckoucke et la librairie française (1736-1758)*, Paris, Jean Touzot : Pau, Marrinpouey Jeune, 1975, et R. Darnton, *La grande aventure de l'Encyclopédie*, trad. fr., Paris, Perrin, 1981.
- 212 J.-Y. Mollier, *Louis Hachette (1800-1864). Le fondateur d'un empire*, Paris, Fayard, 1999, pp. 297-301.
- 213 F. Soulié, « Les éditeurs », *Revue de Paris*, 12 juillet 1835, p. 130 et suivantes.

- 214 L. Curmer, *AMM. Les membres du jury central de l'Exposition des produits de l'industrie française pour l'année 1839*, Paris, Curmer, 1839, cité par H.-J. Martin, *op. cit.*, p. 198.
- 215 J.-Y. Mollier, *L'argent et les lettres...*, *op. cit.*, ch. I et II.
- 216 R. Barthes et M. Foucault ont tous deux théorisé la mort de l'auteur et la victoire du texte, sans voir ce que les spécialistes de la bibliographie matérielle soulignent : la complémentarité de tous les éléments qui constituent un livre. Sur ce point, cf. Donald F. McKenzie, *La bibliographie et la sociologie des textes*, trad. fr., Paris, Éd. du Cercle de la Librairie, 1991.
- 217 E. Regnault, *op. cit.*, cité par H.-J. Martin, *op. cit.*, p. 198.
- 218 Ch. Charle, *La naissance des intellectuels*, Paris, Minuit, 1987.
- 219 E. Regnault, *op. cit.*
- 220 *Ibid.*
- 221 B. Leuilliot, *Victor Hugo publie « Les Misérables »*, Paris, Klincksieck, 1970, p. 16, et C. Millet, « Hugo, Lacroix, Verboeckhoven et Cie : " Chap. préliminaire. " l'affaire ou Hugo co-éditeur de son Œuvre », *Travaux de littérature*, t. XV/2002, p. 105.
- 222 Cf. la lettre de Diderot à Le Breton reproduite par P. Larousse dans la préface au *Grand Dictionnaire universel du XIX^e siècle*, Paris, Larousse, 1866, t. I.
- 223 *Pierre Larousse et son temps*, dir. J.-Y. Mollier et P. Ory, Paris, Larousse, 1995.
- 224 M. Lowry, *Le monde d'Alde Manuce. Imprimeurs, hommes d'affaires et intellectuels dans la Venise de la Renaissance*, trad. fr., Paris, Promodis-Éd. du Cercle de la Librairie, 1989.
- 225 J.-Y. Mollier, *Louis Hachette...*, *op. cit.*
- 226 J.-Y. Mollier, *La lecture et ses publics à l'époque contemporaine. Essais d'histoire culturelle*, Paris, Presses Universitaires de France, 2001, ch. III.
- 227 J.-Y. Mollier « Un entrepreneur schumpetérien », *Louis Hachette...*, *op. cit.*, ch. XIII.
- 228 J.-Y. Mollier, *La lecture et ses publics...*, *op. cit.*, ch. II.
- 229 H.-J. Martin, *op. cit.*, p. 182.
- 230 J.-Y. Mollier, *Michel et Calmann Lévy ou La naissance de l'édition moderne. 1836-1891*, Paris, Calmann-Lévy, 1984, p. 399-404.
- 231 Marzac, « Calmann Lévy », nécrologie publiée dans *Le Gil Blas* du 20 juin 1891 et citée in *Michel et Calmann Lévy...*, *op. cit.*, p. 426.
- 232 Cf. N. Richter, *Introduction à l'histoire de la lecture publique*, Bernay, À l'enseigne de la Queue du chat, 1995.
- 233 P. Bourdieu, *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.
- 234 J.-Y. Mollier, *Louis Hachette...*, *op. cit.*, pp. 413-415.
- 235 *Ibid.*, p. 413.
- 236 P. Assouline, *op. cit.*, p. 280.
- 237 J.-Y. Mollier, *Michel et Calmann Lévy...*, *op. cit.*
- 238 E. Parinet, *La librairie Flammarion de 1875 à 1914*, Paris, IMEC, 1992.
- 239 S. Grandjean-Hoog, *L'évolution de la librairie Arthème Fayard de 1857 à 1936*, thèse de doctorat d'histoire, dir. J.-Y. Mollier, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 1996.
- 240 J.-Y. Mollier, *L'argent et les lettres...*, *op. cit.*, p. 89.
- 241 J. Monfrin, *Honoré Champion et sa librairie (1874-1978)*, Paris, H. Champion, 1978.
- 242 F. Châtaigner, *Un éditeur atypique, Alain Moreau*, DEA d'histoire, dir. J.-Y. Mollier, Université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, 2002.
- 243 J.-Y. Mollier, *Où va le livre ?*, *op. cit.*
- 244 *Ibid.*, et *Les trois révolutions du livre*, A. Mercier dir., Paris, CNAM, 2002.

Chapitre 11

- 245 *Les intermédiaires culturels*, Actes du colloque du Centre méridional d'histoire sociale, des mentalités et des cultures (1978), Aix-en-Provence, Publications de l'Université de Provence, Paris, Honoré Champion, 1981.
- 246 L. Bénat-Tachot et S. Gruzinski (éds), *Passeurs culturels. Mécanismes et métissage*, Paris, Presses Universitaires de Marne-la-Vallée : Maison des sciences de l'Homme, 2001.
- 247 S. Gruzinski, *La colonisation de l'imaginaire : sociétés indigènes et occidentalisation dans le Mexique espagnol (XVI^e- XVIII^e siècles)*, Paris, Gallimard, 1988.
- 248 S. Gruzinski, « Un homme honnête, c'est un homme mêlé », in L. Bénat-Tachot et S. Gruzinski, *op. cit.* La même remarque vaut pour le terme de culture, sorte d'auberge espagnole des sciences humaines et dont Serge Gruzinski dit fort justement qu'il « colle à la plume ». Pour réfléchir sur cette notion de « culture », dont on rappellera qu'il a été recensé entre 150 et 200 définitions, cf. D. Cuche, *La notion de culture dans les sciences sociales*, Paris, La Découverte, nouv. éd., 2001.

- 249 M. Vovelle, « Les intermédiaires culturels : une problématique », in *Les intermédiaires culturels*, op. cit.
- 250 L'étude de cette reconstruction est aussi la perspective développée dans l'article précurseur de Michel de Certeau, Dominique Julia et Jacques Revel, « La beauté du mort. Le concept de culture populaire », in *Politique d'aujourd'hui*, 1970.
- 251 *Idem*, p. 17.
- 252 Ch. Charle, « Le temps des hommes doubles », repris in *Paris fin de siècle. Culture et politique*, Paris, Le Seuil, 1998, p. 91.
- 253 T. Loué, « Un modèle matriciel : les revues de cultures générales », in J. Pluet-Despatin, M. Leymarie et J.-Y. Mollier éd., *La belle époque des revues (1880-1914)*, Paris, IMEC, 2002.
- 254 C'est-à-dire une vision de l'espace public bourgeois très proche en fait de la définition qu'en donne Jürgen Habermas, *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise (1962)*, Paris, Payot, 1978, réédition 1991.
- 255 P. Bourdieu, *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Le Seuil, 1992.
- 256 Elle en compte effectivement 50 000. Cf. A. Karakatsoulis, *La Revue des Deux Mondes de 1920 à 1940 : une revue française devant l'étranger*, Thèse de doctorat sous la direction de J. Julliard, 2 vol., Paris, École des hautes études en sciences sociales, 1995.
- 257 Il n'existe pas véritablement d'étude d'ensemble du monde des revues pour le XX^e siècle, pas plus que pour le XIX^e. Pour le XX^e siècle, on renverra entre autres travaux à A. Boschetti, *Sartre et Les Temps modernes*, Paris, Minuit, 1987 ; Ph. Forest, *Histoire de Tel Quel (1960-1982)*, Paris, Le Seuil, 1995 ; G. Sapiro, *La guerre des écrivains (1940-1953)*, Paris, Fayard, 1999.
- 258 S. Monod, « Amédée Pichot : un grand Arlésien traducteur », in *Neuvièmes assises de la traduction littéraire (Arles, 1992)*, Arles, Atlas-Actes Sud, 1993. (Je remercie Marie-Françoise Cachin de m'avoir signalé cet article.)
- 259 K. Jones, *La Revue britannique. Son histoire et son action (1825-1840)*, Genève, Droz, 1939.
- 260 Ph. Régnier, « La littérature étrangère dans la Revue des Deux Mondes », in M. Espagne et M. Werner, *Philologique III. Qu'est-ce qu'une littérature nationale ? Approche pour une théorie intellectuelle du champ littéraire*, Paris, Maison des sciences de l'Homme, 1994.
- 261 Cf. la thèse de C. Pichois, *Philarète Chasles et la vie littéraire au temps du romantisme*, Paris, J. Corti, 1965.
- 262 A. Laborde-Milaa, *Un essayiste, Emile Montégut (1825-1895)*, Paris, Librairie M. Escoffier, 1922.
- 263 On voit bien du reste l'influence de la psychologie allemande sur les travaux d'Alfred Fouillée, in E. Ganne de Beaucoudrey, *La psychologie et la métaphysique des idées forces chez Alfred Fouillée*, Paris, Vrin, 1936.
- 264 D. Becquemont et L. Mucchielli, *Le cas Spencer. Religion, science et politique au XIX^e siècle*, Paris, Presses Universitaires de France, 1998.
- 265 Elle commence à paraître au dernier trimestre de l'année 1883 et disparaît en 1891 (d'après le catalogue des périodiques de la Bibliothèque nationale). Publiée sous la direction d'Angelo de Gubernatis, ses bureaux sont à Florence. On peut lire dans la présentation du premier numéro de la revue : « De même que nous essayons de combattre et de corriger notre égoïsme individuel, nous devrions faire tous quelques efforts pour élargir le cercle de nos idées nationales. Le meilleur moyen serait de se renseigner sur ce qui se produit dans les autres pays civilisés. Si notre nature est bonne, gardons-la ; personne n'exigera de nous que nous la changions ; mais si nous la cultivons davantage, l'esprit international, dans le sens le plus large et le plus noble du mot, pourra devenir notre meilleur éducateur. »
- 266 Les informations concernant ces deux dernières revues sont tirées de la thèse de Blaise Wilfert, *Paris, la France et le reste... Importations littéraires et nationalisme culturel en France (1885-1930)*, thèse d'histoire sous la direction de Ch. Charle, Université Paris 1, 2003.
- 267 A. Rasmussen, *L'Internationale scientifique (1890-1914)*, thèse d'histoire sous la direction de J. Julliard, Paris, École des hautes études en sciences sociales, 1995.
- 268 A. Rasmussen et V. Duclert, « Les revues scientifiques et la dynamique de la recherche », in J. Pluet-Despatin, M. Leymarie et J.-Y. Mollier éd., *La belle époque des revues (1880-1914)*, Paris, IMEC, 2002.
- 269 Cf. J. Lux, *Histoire de deux revues françaises (Revue bleue et Revue rose)*, Paris, 41 bis, rue de Chateaudun, 1910 et *Le cinquantenaire de deux revues françaises (1863-1912)*, la Revue bleue et la Revue scientifique, Paris, 1912.
- 270 A.-M. Thiesse, *Écrire la France, le mouvement littéraire régionaliste de langue française entre la Belle Époque et la Libération*, Paris, Presses Universitaires de France, 1991.
- 271 Cf. en annexe 1 la recension des revues provinciales sous la monarchie de Juillet. Cette recension, assez impressionniste, a été réalisée à partir de la *Bibliographie de la France*.

- 272 L'abonnement à une revue coûte 12 francs, et 25 pour l'ensemble des cinq revues.
 273 Fusionne avec *La Gironde*.
 274 Cette dernière devient la *Revue de Nîmes* en 1836.
 275 J.-P. Chaline, *Sociabilité et érudition. Les sociétés savantes en France*, Paris, Éditions du CTHS, 1998 ; cf. aussi, pour un point de vue différent, les analyses de M. Agulhon, « Conscience nationale et conscience régionale en France de 1815 à nos jours », in *Histoire vagabonde*, Paris, Gallimard, t. II, 1988.
 276 Sur ce dernier point, cf. C. Bertho-Lavenir, « La géographie symbolique des provinces. De la monarchie de Juillet à l'entre-deux-guerres », in *Ethnologie française*, XVIII, 1988.
 277 M. Espagne et M. Werner, *op cit.*
 278 B. Wilfert, *thèse citée*.
 279 Outre la thèse de B. Wilfert, cf. aussi l'article de Ch. Charle, « Champ littéraire français et importation étrangère. La naissance du nationalisme littéraire », repris in *Paris fin de siècle. Culture et politique*, *op. cit.*
 280 A.-M. Thiesse, *op. cit.* C'est aussi dans ce sens que vont les travaux de J.-F. Chanet, *L'école républicaine et les petites patries*, Paris, Aubier, 1996.
 281 A. Rasmussen, *L'Internationale scientifique (1890-1914)*, *op. cit.*
 282 Cf. en annexe 2 la tentative schématisée du fonctionnement du monde des revues.
 283 J.-Y. Mollier, « La revue dans le système éditorial », in J. Pluet-Despatin, M. Leymarie et J.-Y. Mollier éd., *La belle époque des revues (1880-1914)*, Paris, IMEC, 2002.
 284 P. Sorel, *L'imprimerie et la librairie en Bretagne (1780-1830)*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2004.
 285 T. Loué, *La Revue des Deux Mondes de Buloz à Brunetière. De la belle époque de la revue à la revue de la Belle Époque*, Lille, Presses du Septentrion, Thèse à la carte, 3 volumes, 1998.
 286 N. Bird-David, « L'analyse ethno-économique des systèmes économiques », *Revue internationale des sciences sociales*, 154, décembre 1997.
 287 Ph. Besnard, « La formation de l'équipe de l'année sociologique », *Revue française de sociologie*, 1, janvier-mars 1979.

Chapitre 12

- 288 Qu'il s'agisse de traductions (cf. Alaoui, 1991, Botrel, 1987, 1989ac, 1992, 2003, Saillard, 1997), de modèles éditoriaux (cf. Botrel, 1989d, 1997b, Trenc, 1996), d'images, d'adaptations d'œuvres dramatiques, de matériel typographique (Trenc, 1996), sans oublier la presse, les déplacements physiques ou la mode.
 289 En particulier les libraires et les éditeurs (Botrel, 1989, 1993), les libraires importateurs et exportateurs (Botrel, 1986, 1997a), les libraires espagnols (Botrel, 1988, 2001b), mais aussi des maisons d'éditions espagnoles (Botrel, 1989a) ou françaises (Botrel, 1970, 1993, 1997b, 2001c) et quelquefois aussi de simples courtiers, comme Ruiz Contreras (Botrel, 1970).
 290 Les modalités de passage à travers la parole pratiquées dans cette institution seraient évidemment à prendre en compte ; mais il s'agit d'une étude en soi (cf. Waquet, 2003).
 291 Clarín est l'auteur d'environ 2 400 articles dans plus de 60 publications périodiques espagnoles et étrangères, qui font l'objet d'une édition dans le cadre de ses œuvres complètes (cf. Alas, 2002, 2003), 4 autres tomes restant à publier.
 292 Dans son article « Un buen propósito » (*El porvenir*, 7-IX-1882), Clarín dénonce en Espagne ceux qui « croient que l'Espagne se suffit à elle-même, en s'inspirant de son histoire, de son ciel bleu, de sa guerre de huit siècles, de sa grandeur passée, sur les territoires de laquelle jamais le soleil ne se couchait, etc., etc. ; (où) tous, ou beaucoup, pensent que l'originalité exige une ignorance de troglodyte ». Pour lui, la littérature étrangère est, au contraire, un aliment nécessaire à la littérature de son propre pays et le système de « prohibition » en matière de littérature est absurde. Cela l'amène à se féliciter, en particulier, de ce qu'on traduise d'autres textes que ceux de la littérature française.
 293 On pourrait, avec profit, s'attarder sur les réserves manifestées par Clarín à l'égard de la traduction comme modalité de transfert « brut » et souvent « adulteré », lorsqu'il s'agit, comme dans la plupart des cas alors, de mauvaises traductions, et il est intéressant de constater que cette même inquiétude est présente chez Kautsky qui, pour la traduction de sa *Cuestión agraria* par l'éditeur Rodríguez Serra, exige que la traduction soit « autorisée » par Quejido ou Pablo Iglesias ; c'est Unamuno qui sera chargé par celui-ci de la révision de la traduction de Ciro Bayo (cf. Serrano, 1986). Pour Clarín, soucieux du progrès de la littérature espagnole, mieux vaut dans tous les cas une lecture dans la version originale et/ou la médiation de la critique éclairée ou, mieux encore, celle d'un véritable écrivain-traducteur.

- 294 Lui-même, qui est par ailleurs, passeur de modèles éditoriaux, avait eu le projet d'une « Biblioteca anglo-alemana », où il envisageait de publier, traduit directement de l'anglais, outre Carlyle, Oscar Wilde (Blanquat, Botrel, 1981).
- 295 Sur ce point, cf. Charle, 2002.
- 296 C'est une « mauvaise affaire », écrit-il, le 9 novembre 1898, mais je me considérerai heureux si j'arrive à propager la culture parmi les individus de ma race » (Asún, 1991, p. 169). Unamuno saluera cette œuvre « quichottesque » d'un homme de culture sans visée économiquement intéressée, à comparer avec d'autres entreprises parallèles, de la part d'hommes certes sans culture mais intéressés par le négoce...
- 297 Au total, entre 1889 et 1914, la revue, caractérisée par sa qualité, son actualité et son aménité, publiera 313 tomes de 200 à 375 pages imprimées sur deux colonnes, tirés à 4 000 exemplaires environ en 1889, un peu plus de 2 000 en 1891-1892 et entre 5 et 6 000 et même plus à l'époque de maturité (Villapadierna, 1980). Après 1914, la collection était vendue pour 600 pesetas. Lázaro publiera trois autres revues : *La Nueva ciencia jurídica* (à partir de 1892), *la Revista internacional* (à partir de 1894) et *la Revista de derecho y sociología* (à partir de 1895).
- 298 Il s'agit de la « Colección de personajes ilustres », de la « Colección de libros escogidos » (147 titres entre 1891 et 1895, vendus 3 pesetas le volume, qui sont pour la quasi-totalité des traductions d'auteurs recommandés par E. Pardo Bazán, non connus en Espagne ou déjà connus, mais dont ne sont retenues que des œuvres n'ayant pas été traduites en Espagne, comme Tolstoï (23 titres entre 1891 et 1894), Tourgueniev, Dostoïevski, Zola, Baudelaire, Ibsen, Barbey d'Aurevilly (*El cabecilla Destuches*, 1891), mais aussi Taine (14 titres), Spencer (17 titres), Schopenhauer (*El mundo como voluntad y como representación* (3 tomes, 1894-1902), Nietzsche (*Así habalaba Zaratustra*, en 1900), Fouillée, E. Caro « de l'Académie française ». Les deux autres collections sont : « Obras de derecho » et la « Biblioteca de jurisprudencia, filosofía e historia » (434 « œuvres »). En 1914, les droits de ces collections seront cédés à la maison d'édition Renacimiento. Une étude comparée de cette entreprise avec d'autres entreprises similaires en Europe permettrait de mieux apprécier l'originalité de ce projet de modernisation de l'Espagne avec « l'introduction de la littérature et de la science européennes depuis des présupposés encyclopédiques et européens » (Asún, 1991).
- 299 Pour les professeurs d'université de l'époque, affectés par des difficultés pécuniaires chroniques, le fait de voir acheter leurs compétences à des prix suffisamment rémunérateurs leur permettait de se détourner d'autres activités alimentaires (à titre d'exemple, Unamuno touche 200 pesetas pour la traduction des 207 pages de *La beneficencia* de Spencer, vendu 4 pesetas). Dans ce cas, cependant, Carlos Serrano met en relation cette intense activité de traduction avec le souci de celui qui est alors membre du Parti socialiste espagnol, de « connaître les lois de l'évolution des sociétés modernes, en particulier les lois économiques, dans le but de faire évoluer la société espagnole », besoins partagés par une partie de la société espagnole, y compris le mouvement ouvrier (Serrano, 1986, pp. 588-590). Unamuno sera d'ailleurs un traducteur militant pour le compte du Parti socialiste, auquel il proposera ses « livres populaires de propagande socialiste ». On ne peut évidemment exclure qu'il en ait été de même pour d'autres.
- 300 Cela ne l'empêche pas, lorsqu'il a le choix, de préférer recruter des professeurs d'universités de province qui traduisent « à un prix incroyablement bas. C'est pourquoi, dit-il, j'ai intérêt à leur confier les traductions ».
- 301 Un prologue de Clarín avait apparemment été annoncé qui ne figure pas dans l'édition définitive (cf. Asún 1991, p. 201, nota 201).
- 302 « Je tiens à ce que cette œuvre voie le jour en espagnol avant qu'elle ne paraisse en français », dit-il à Unamuno, à propos de *La beneficencia* de Spencer, publié « il y a longtemps en anglais mais pas encore en français » (Serrano, 1986, p. 586).
- 303 Après 1896-1902, les orientations de la maison d'édition se feront plus élitistes et elle publiera moins de littérature ; par la suite, seuls seront publiés en livre les textes déjà acquis pour la revue et des créateurs représentant le mieux leurs pays respectifs ; c'est sans doute le sens de l'édition des prix Nobel de littérature.

- 304 Ce n'est pas le lieu ici d'analyser le profil des collections ni de présenter par le menu les résultats obtenus avec ces 600 volumes et plus, correspondant à 250 auteurs. Il suffit de savoir que, selon Lázaro lui-même, il n'y a jamais eu 500 acquéreurs pour ses livres, que les professeurs d'université ne faisaient pas acheter ses manuels, et que « La España moderna », dont les livres étaient vendus 3 pesetas et plus, a pu souffrir de la concurrence, par exemple de la collection de Sempere publiée à Valence et près de 6 fois moins chère. En 1914, sur les 580 et quelque volumes publiés, avec des tirages variant entre 500 et 1 000 exemplaires, seuls 60 étaient épuisés (Asún, 1991, p. 169), et il n'est pas rare encore aujourd'hui d'en trouver sur le marché de l'occasion à l'état neuf.
- 305 Sociologue, ami des krausistes – l'ombre de Giner de los Ríos plane sur lui – et républicain membre du Partido republicano radical, S. Valentí Camp est l'auteur de *Atisbos y disquisiciones*, de *Ideólogos, teorizantes y videntes*, *Premoniciones y reminiscencias*, etc., et également traducteur de nombreux ouvrages.
- 306 Cette imprimerie et maison d'édition, qui avait repris la raison sociale de Ramírez y Cía, était, à l'époque, une des plus importantes de Barcelone (Vélez, 1989, p. 46).
- 307 La « Biblioteca contemporánea de ciencias sociales » (publicada bajo la dirección de Alfredo Calderón y S. Valentí Camp), ouverte avec *La decadencia de las naciones latinas* de Giuseppe Sergi (1901), la « Biblioteca de novelistas del siglo XX », la « Biblioteca sociológica internacional », dont il sera plus amplement question plus bas, et plus tardivement la « Biblioteca moderna de ciencias sociales », qui toutes répondent à un projet de régénération de l'Espagne.
- 308 Après la « Bibliothèque de philosophie » créée par Gustave Germer-Baillièrre en 1863, la « Bibliothèque scientifique internationale » est créée par Félix Alcan, en association avec Gustave Germer. En 1900, la maison d'édition a 1 200 titres à son catalogue, rien qu'en ouvrages universitaires, mais elle publie aussi des manuels scolaires du secondaire et des petites collections de vulgarisation (Martin, Chartier, 1985, p. 227). Dans la « Biblioteca sociológica internacional », on ne trouvera néanmoins aucune œuvre de Bergson ou de Durkheim, qui ne seront traduits qu'à partir de 1910.
- 309 Ses échanges épistolaires avec Unamuno nous permettent de comprendre comment il peut capter et traduire ou non en livre les suggestions d'un auteur qui est aussi une autorité, par exemple : « De Greef n'est pas autre chose qu'un honnête vulgarisateur. Pourquoi ne traduisez-vous pas W. James, quelque chose de ses *Essais* ? C'est le penseur moderne qui m'attire le plus. Je ne vous cacherai pas que je résiste mal aux Novicow, Max Nordau, Sergi, etc. Je les trouve lourds, sans finesse, enfin sans esprit. Emerson, en revanche, c'est un enchantement. » Si *Los ideales de la vida* de James est bien présenté comme étant en préparation, la liste des auteurs publiés par Valentí Camp montre qu'il a su aussi résister et s'opposer à Unamuno... (Vauthier, 2001, p. 494).
- 310 Dans le prospectus sont annoncés : R.U. Emerson, « célèbre filósofo norteamericano », *Siete ensayos*, 2 vol. (1904) ; G. de Greef, « ilustre profesor de la Universidad nueva de Bruselas », *Las leyes sociológicas* (1904) ; En prensa : Aquiles Loria, « gran economista italiano », *Problemas sociales contemporáneos* ; A. Carlos Kautsky, *La defensa de los trabajadores y la jornada de ocho horas* (publié en 1904) ; F. Giner de los Ríos, « eximio catedrático de la Universidad central », *Filosofía y sociología*. En preparación : G. de Azcárate ; Haroldo Häffing, « eminente profesor de la Universidad de Copenhague », *La Moral* ; Harnak, *La esencia del cristianismo* ; W. James « famoso psicólogo norteamericano », *Los ideales de la vida*. Sont évoqués les noms de É. Durkheim « el docto profesor de Burdeos » et « d'autres penseurs de mérite aussi reconnus que Ziegler, Roberty, Sully, Bordier, Sales y Ferré, Buylla, Posada, Henle, A. Calderón, Herckenrath, Dorado, Spir, Sombarth, etc. »
- D'après le Catálogo colectivo del patrimonio bibliográfico español qui attribue parfois des dates douteuses aux différentes éditions, en plus des œuvres mentionnées dans le prospectus, Valentí Camp a effectivement publié des œuvres de James, Mark Baldwin, Thomas Carlyle (*Los héroes*, 1907 ; *Sarto resartus* (1905), qu'Unamuno avait proposé à Lázaro, mais que celui-ci n'avait pas publié (Asún, 1991, p. 190), Ellen Key, Juan Caballero Rodríguez (1909), G. Cimbali (1906), Lino Ferriani, Edmundo González Blanco (1915), Simón N. Patten, Alfredo Niceforo (1907), Alvaro de Albornoz, A. Chiappelli (1908), Emilio Reich (1907), G. Sergi, G. Greef (*La evolución de las creencias y de las doctrinas políticas*), M. Thury, Chiappelli (*El socialismo y el pensamiento moderno*, traduit de la 2^e éd. italienne), Angel Vaccaro, E. Cicotti, Emilio Laurent (*La antropología criminal...*), I. Valentí Vivó (1841-1924), médecin et publiciste, professeur de médecine légale et de toxicologie à l'Université de Barcelone, etc.
- 311 C'est-à-dire quatre fois moins cher qu'un roman, hors collections populaires.

- 312 Il est difficile de se prononcer sur le succès de la « Biblioteca sociológica internacional ». Contentons-nous d'observer qu'elle a duré au moins jusqu'en 1915, en publiant de nouveaux titres dont la liste complète reste à établir.
- 313 Il s'agit, rapidement et imparfaitement caractérisés, d'Achille Loria (1857-1943), économiste et sociologue, auteur d'un livre sur Marx, de Giuseppe Sergi (1841-1936), anthropologue positiviste, professeur à l'Université de Rome entre 1884 et 1916), d'Alfredo Nicéforo, pénaliste et sociologue dont l'ouvrage *Fuerza y riqueza* fait l'objet d'un long développement dans *L'Enciclopedia Espasa Calpe*, d'Alessandro Chiappelli (1857-1931), néo-kantien, de N. Colajanni (1847-1921), homme politique, médecin, républicain garibaldien, professeur de statistiques à l'Université de Naples (*Latini e Anglo-Sassoni*, 2^e ed. Roma, 1906; *Razas superiores y razas inferiores o Latinos y Anglo-Sajones*, 1904), Giuseppe Cimbali, d'inspiration positiviste, darwiniste de la fin du XIX^e siècle, Lino Ferriani (1852-1921), sociologue et magistrat (*Deliquenti scaltri e fortunati*, 1897; *Delicuentes, astutos y afortunados*, 1908-1909), Pascual Rossi (1867-1905), sociologue (*I suggestinatori e la folla*, 1902; *Los sugestionadores y la muchedumbre*, 1906), Angel Vaccaro (1854-), darwiniste, spécialiste de sociologie juridique (*Genesis e funzioni delle leggi penali*, 1899; *Génesis y función de las leyes penales*, 1907), Ernesto Ciccotti, juriste. Il faudrait chercher dans telle ou telle collection italienne la raison de leur publication dans la « Biblioteca sociológica internacional », peut-être dans la « Biblioteca di scienze moderne », la « Piccola biblioteca di scienze moderne » ou la « Biblioteca di scienze sociali » (1900-1914), fondées par Giuseppe Fratelli Bocca jr. (Turi, 1997, p. 248).
- 314 Traduisent de l'italien : Valentí Camp lui-même, José Buixó Moncerdá, Miguel Domenge Mir (qui traduit également Ellen Kay), Félix Limendoux; du français, de l'anglais et de l'allemand, Pedro Umbert.
- 315 À titre d'exemple, ce que lui suggère la lecture de Colofanni et Sergi : « J'ai dans ma poche *El destino del hombre* de John [pourquoi pas Juan ?, pourquoi ne pas traduire les noms propres ?] Fiske. Je pense le lire et qu'il me dédommage de Colofanni. Que j'ai essayé de lire et que j'ai dû laisser. On dirait une série d'articles de journaux, d'une superficialité accablante. Pleins d'information alcanesque et de trivialisés du courant dominant. Il m'est aussi insupportable que le très insupportable et archisuperficiel Sergi » (Vauthier, 2002, p. 511).
- 316 Tout comme l'invitation faite à Unamuno d'ajouter du texte à son œuvre *Amor y pedagogía*, le différend avec Unamuno à propos d'une introduction irrévérencieuse à l'égard des érudits écrite pour un livre de fac-similés des éditions du *Quichotte*, et réglé par sa non-publication (Vauthier, 2002, p. 509), montre que si Santiago Valentí Camp savait imposer son point de vue, il pouvait être aussi le strict interprète de son patron... Ce qui est le signe *a contrario* de l'autonomie éditoriale dont il jouit la plupart du temps.
- 317 Sauf quelques hispanistes (Niño, 1988), les rares passeurs dans l'autre sens sont symptomatiquement d'origine étrangère : A. Savine, B. de Tannenber, I. Pavlovsky, à une époque où les transferts de l'Espagne en direction de l'Amérique hispanophone ne cessent de croître, de même qu'une sensibilité, de plus en plus exacerbée, face à cette ignorance. Clarín lui-même aura une seule occasion de s'adresser au public français, dans un numéro spécial de la *Nouvelle revue internationale* consacré à l'Espagne, en 1900, un an avant sa mort...

Chapitre 13

- 318 Cf. dans le présent ouvrage la contribution d'Ahmed Silem.
- 319 T. Monova, « La presse produit une masse énorme de textes tristes », *TEMA*, n° 28, 2003.
- 320 L'expression « presse tabloïde » désigne ici la presse à scandales au Royaume-Uni, qui a adopté originellement le format tabloïde. Il est bien évident qu'aujourd'hui toute presse au format tabloïde n'est pas inévitablement une presse à scandales.

Chapitre 14

- 321 J.-L. Harouel, *Culture et contre-cultures*, Paris, Presses Universitaires de France, « Quadrige », 1998, p. 13.
- 322 J. G. Herder, *Histoire et cultures. Une autre philosophie de l'histoire*, Paris, GF Flammarion, 2000.
- 323 E. Bumett Tylor, *Primitive culture*, reproduit en fac-similé, London, Routledge : Thoemmes, 1994 (1^{re} édition, John Murray, London, 1871).
- 324 F. Boas, *Race, language and culture*, New York, McMillan, 1940.
- 325 R. Linon, *Le fondement culturel de la personnalité* (1936), Paris, Dunod, 1968.
- 326 B. Malinowski, *Une théorie scientifique de la culture* (1944), Paris, Seuil, 1968.
- 327 A. Reginald Radcliffe-Brown, *Structure et fonction dans les sociétés primitives* (1952), Paris, Minuit, 1968.

- 328 C. Lévi-Strauss, *Anthropologie structurale*, Paris, Seuil, 1958.
- 329 P. Bourdieu, *La distinction*, Paris, Minuit, 1979.
- 330 R. Debray, *Transmettre*, Paris, Odile Jacob, 1997, p. 23.
- 331 *Ibid.*, p. 22.
- 332 Celles-ci ont pour caractéristique de se réfléchir sur la couche *E* ou la couche *F* de l'ionosphère. Une onde courte (entre 10 et 100 m) est rapidement arrêtée en surface : courbure de la terre, montagne, ou plus simplement par l'affaiblissement graduel de son énergie. Celles de ses composantes qui abordent suffisamment « d'aplomb », la couche *E* ou la couche *F*, réussissent à passer au travers (onde *T*). C'est seulement au-delà d'une certaine obliquité (angle) qu'elles sont réfléchies et que le récepteur *R* peut les recevoir. Résultat : les récepteurs entre *C* et *R* ne reçoivent rien, d'où des zones de silence. L'ionosphère étant constituée de couches d'électrons dus à l'irradiation du soleil, la nuit, la production d'électrons est ralentie, les couches sont moins conductrices, moins absorbantes, et ont un pouvoir réfléchissant plus accentué. Les ondes se propagent donc mieux la nuit que le jour.
- 333 Les stations Arménie, Malte et Syrie n'ont pas pu être enregistrées car, à la reproduction, la difficulté d'écoute est encore plus importante ; nous nous sommes contentés de prendre des notes par écrit.
- 334 F. Tonnies, *Communauté et société* (1887), Paris, CEPL : Retz, 1977.
- 335 P. Bourdieu, *Choses dites*, Paris, Minuit, 1987, p. 33.
- 336 Les Finnois sont cinq millions et les Estoniens qui parlent un dialecte finnois, un million. On peut donc dire que la langue finnoise, au sens large, représente six millions de personnes. Est-ce suffisant pour entretenir un service international de radiodiffusion ? Le hollandais, en revanche, est parlé par vingt millions de personnes dans le monde, du fait de ses anciennes colonies en Asie du Sud-Est.
- 337 I. Garcin-Marrou, *Terrorisme, médias et démocratie*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 2001, p. 109.
- 338 M. Raboy, « Le public fantôme : un acteur équivoque qui hante les débats sur les médias », in *Accusé de réception*, sous la dir. de S. Proulx, Paris, L'Harmattan, 1998, p. 108.

Chapitre 15

- 339 Cet article est en partie issu du livre que nous avons récemment publié : *Le théâtre dans l'espace public : Avignon Off*, Aix-en-Provence, Edisud, 2003.
- 340 Extrait du discours de Jean Macé lorsque, le 21 avril 1881, la Ligue de l'enseignement devient la Ligue française de l'enseignement, cité par B. Cacérés, *Histoire de l'éducation populaire*, Paris, Seuil, 1964, p. 46.
- 341 J. Lion, B. Miège, A.-N. Roux, *L'appareil d'action culturelle*, Paris, Éd. Universitaires, 1974, p. 25 et suivantes.
- 342 Cf. notamment P. Bourdieu, A. Darbel, *L'amour de l'art*, Paris, Minuit, 1969 ; P. Bourdieu, J.-C. Passeron, *Les héritiers*, Minuit, 1964 ; P. Bourdieu, *La distinction, critique sociale du jugement*, Minuit, ainsi que T. Veblen, *Théorie de la classe de loisir* (publié pour la première fois aux États-Unis en 1899), Paris, Gallimard, 1978.
- 343 Jean Vilar s'explique dans la revue *Bref*, n° 17 du 15 octobre 1955, où il répond à une interview de Sartre publiée quelque temps plus tôt par la revue *Culture populaire*, n° 15.
- 344 Dans cet article paru dans *France Observateur* le 2 mars 1957, il répondait indirectement à Jean-Louis Barrault qui, lors d'une interview publique dans la revue *Arts*, quelque temps plus tôt, avait déclaré : « Je crois qu'il n'y a de [théâtre] populaire que si l'on va jouer dans les usines avec des sujets qui préoccupent le populaire ». Texte cité in Jean Vilar, *Le théâtre service public*, Gallimard, 1993 (1^{re} édition 1973), pp. 196 et 200.
- 345 Cité par R. Abirached, « Théâtre (politique du) », in *Dictionnaire des politiques culturelles*, op. cit. p. 582, et par J. Lang, in Pichon, Durand, Auzias, *L'État et le théâtre*, LGDJ, 1968, p. 117.
- 346 J. Larrue, « Le festival et son public », *Cahier du conseil culturel*, supplément au n° 15 d'*Avignon expansion*, enquête menée sur 6 000 questionnaires.
- 347 Cf. sur ces questions, P. Rasse, *Le musée à la lumière de l'espace public*, Paris, L'Harmattan, 1999.
- 348 Elle vise bien sur à bousculer les idées reçues pour que s'exprime l'audace des créateurs et empêcher le monde de tourner en rond, de se replier sur ses habitudes, mais aussi à produire et à distinguer une caste dominante.

Chapitre 16

- 349 J.-F. Marcotte, « Interactions en réseaux et communautés virtuelles ». Actes du colloque *La communication médiatisée par ordinateur, un carrefour de problématiques*, Université de Sherbrooke, 15 et 16 mai 2001, <http://grm.uqam.ca/cmo2001/marcotte.html>.
- 350 H. Rheingold, *Les communautés virtuelles*, traduit de l'anglais par Lionel Lumbresco, <http://www.communaucique.qc.ca/pace-pcnp/comvirt/htm>.
- 351 *Ibid.*
- 352 Le phénomène des « rave », des fêtes collectives spontanées telles qu'à la suite de la victoire de la France en Coupe du monde en 1998, la montée de l'événementiel dans les grandes organisations correspondent tout à fait à cette recherche de la dimension collective et sociale de l'individu dans la société...
- 353 La dimension anthropologique est incontournable concernant les projets et analyses de communautés virtuelles comme le montre, par exemple, le projet de développement et d'expérimentation d'outils informatiques pour le design, l'implémentation et l'évaluation de communautés virtuelles mené au Canada conjointement par le Laboratoire de communication médiatée par ordinateur et le Groupe de recherche sur les usages et cultures médiatiques (http://cmo.uqam.ca/?page_nam=hexagram1102).

Chapitre 17

- 354 Qu'il me soit permis de remercier Diana Cooper Richet pour ses remarques toujours pertinentes, mais j'assume entièrement la responsabilité des faiblesses et des erreurs encore présentes.
- 355 R. Redeker, *Le déshumain Internet, l'école et l'homme*, Saint-Orens-de-Gameville, Éd. Itinéraires, 2001.
- 356 Ph. Ramsdale, *La circulation internationale de biens culturels sélectionnés 1980-98 (International flows in selected cultural goods 1980-98)*, publié conjointement par l'Institut de statistique de l'UNESCO (ISU) et la Division des politiques culturelles de l'UNESCO, Paris, 2000.
- 357 D. Throsby : « Économie de la culture », document consultable sur : <http://www.ens.fr/economie/ecocult.1/fevrier,2002>.
- 358 Pour un exposé plus détaillé, d'un point de vue économique, du droit d'auteur et des droits voisins, voir la contribution de Giovanni B. Ramello dans le présent ouvrage.
- 359 Intervention de Jean-Jacques Aillagon au Midem, Cannes, dimanche 19 janvier 2003.
- 360 Qu'on le déplore ou non, l'avant-gardisme ne relève pas d'une culture de masse ou culture démocratique, comme le pense Luc Ferry en déclarant qu'il faut « ouvrir le débat, derrière lequel se cache la question très importante de savoir ce qu'est une culture démocratique, ce que peut être l'art aujourd'hui dans une société où l'avant-gardisme est réservé aux élites, aux intellectuels, et la culture de masse au peuple », in « La politique menacée par la tentation morale », interview d'André Comte-Sponville et Luc Ferry, propos recueillis par Pierre-André Stauffer, *L'Hebdo*, 16 avril 1998, heb_info@ringier.ch, consultable sur WEBDO.
- 361 W. Baumol, « Unnatural value : or art investment as floating crap game », *American economic review*, 76, mai 1986, p. 10-14.
B. S Frey, « Arts markets and economics : introduction », *Journal of cultural economics*, 21 (3), 1997.
- 362 L. Benzoni, « Les biens culturels, une exception économique ? », *Revue de la concurrence et de la consommation*, n° 124, novembre-décembre 2001.
- 363 Ce phénomène d'externalité positive semble avoir été présenté pour la première fois par Adam Smith dans *Richesse des nations* en ces termes : « Si l'État encourageait... tous ceux qui, pour leur propre intérêt, voudraient essayer d'amuser et de divertir le peuple, sans scandale et sans indécence, par des peintures, de la poésie, de la musique et de la danse... il viendrait aisément à bout de dissiper dans la majeure partie du peuple cette humeur sombre... » (Livre V, ch. 1, sect. 3, cité par F. Benhamou : *L'économie de la culture*, Paris, La Découverte, « Repères » 1996 pour la 1^{re} éd., nouvelle édition en 2000, pp. 3 et 4).

- 364 Il y a souvent confusion dans la littérature aussi bien francophone qu'anglophone entre bien collectif et bien public. Le bien collectif est un bien pour lequel l'arrivée d'un consommateur supplémentaire ne réduit pas la satisfaction des consommateurs déjà présents; il peut être privé comme pour la consommation d'une émission de télévision en famille, ou public comme c'est le cas paradigmatique du phare en mer, ou la représentation diplomatique. Un bien public est un bien produit par une organisation (entreprise, administration) qui relève du secteur public. En d'autres termes le collectif se distingue de l'individuel et le public du privé. Un bien collectif peut être pur, c'est-à-dire qu'on ne peut pas utiliser le système d'exclusion des consommateurs par un système de prix; il peut être impur si l'on peut appliquer une exclusion, comme avec la salle de cinéma, ou une salle de théâtre: c'est le même film ou la même pièce qui sont regardés par des spectateurs en nombre limité qui ont pu avoir des places soit en payant, soit en arrivant les premiers.
- 365 F. Silva et G. B. Ramello, *Dal vinile a Internet, Economia della musica tra tecnologia e diritti*, Torino, Ed. Fondazione Giovanni Agnelli, 1999.
- 366 École philosophique allemande, d'inspiration marxiste, qui s'est développée à partir de 1923 et dont les principaux représentants sont Theodor Wiesengrund Adorno, Walter Benjamin, Max Horkheimer, Herbert Marcuse.
- 367 B. Miège, *Capitalisme et industries culturelles*, Presses universitaires de Grenoble, 1978.
- 368 Pierre Bourdieu reprend l'antienne de l'école de Francfort dans plusieurs petits essais. Le dernier en date est *Contre-feux 2. Pour un mouvement social européen*, Raisons d'agir éditions, janvier 2001. Cf. les chapitres « Grains de sable » et « La culture est en danger ».
- 369 On parle de la loi de Marshall. Ce dernier indique: « Plus on écoute de la musique, plus le goût pour celle-ci augmente ». Alfred Marshall, *Principles of economics*, 1890.
- 370 On ne fait que reprendre ce qui a déjà été dit sur ce point par beaucoup d'autres dont A. Marshall, P. Bourdieu et F. Benhamou.
- 371 P. Bourdieu, *Contre-feux 2, op. cit.*, p. 73.
- 372 *Ibidem*, p. 81
- 373 Dans le domaine du spectacle vivant, W.J. Baumol et W.G. Bowen expliquent en 1966 (*Performing arts. The economic dilemma*, Cambridge, Mass., MIT Press) les déficits permanents des institutions qui proposent ce service par la nécessaire évolution des rémunérations conformément à la tendance de l'économie, mais sans possibilité de réaliser des gains de productivité. On ne peut pas réduire le nombre d'instruments et d'instrumentistes dans un orchestre symphonique de 114 membres sans arriver, au-dessous d'un certain seuil, à dénaturer l'Œuvre, tout comme on ne peut pas faire l'économie d'Harpagon dans un spectacle qui présente la pièce de théâtre *L'Avare* de Molière. On ne peut pas augmenter le nombre d'entrées payantes en garantissant les mêmes qualités de confort, de visibilité, de proximité à tous les spectateurs. Et ces spectateurs ne seront nombreux que si le plateau présenté (acteurs, musiciens, metteur en scènes, joueurs dans une équipe de football, etc.) est prestigieux, donc très onéreux pour les organisateurs, conduisant à un déficit abyssal. Si l'on fait appel plutôt à des acteurs moins coûteux parce que moins renommés, les coûts fixes seront toujours là avec des recettes en chute, entraînant un déficit non moins abyssal. Tel est le dilemme du spectacle vivant que l'on désigne par les expressions de « loi de Baumol-Bowen » ou loi de la fatalité des coûts.

Conclusion générale

374 Cf. la contribution de Thomas Loué dans le présent ouvrage.

375 *Ibidem*.

376 Laurent Martin explique que ce personnage appartient aux gens de culture « multiscartes ».

Conception
lavitrinede**trafik**.com
04 78 29 16 19

Impression
Imprimerie Forézienne
Dépôt légal n° 57461
Août 2005

Peu de travaux se sont jusqu'à aujourd'hui intéressés aux questions, pourtant essentielles, de la circulation des idées et des transferts culturels, tant sur le plan national qu'international, qu'entre groupes sociaux ou civilisations différentes. La variété des interventions présentées ici développe donc le concept de passeur culturel – notion à la fois récente, difficile à cerner et encore objet de débats – qu'il soit journaliste, éditeur, traducteur ou libraire, créateur ou diffuseur d'information et de culture.

Les acteurs des différentes sciences sociales et humaines, engagés dans la culture et ses mutations depuis deux siècles, trouveront dans cet ouvrage de nombreux éclairages sur les médiations multiples autour des livres et de la littérature mais aussi dans le monde du spectacle vivant et des médias, y compris les plus modernes.

Cet ouvrage rend compte des contributions du colloque « Passeurs culturels dans le monde des médias et de l'édition en Europe (XIX^e et XX^e siècles) », qui s'est tenu à Lyon en septembre 2003.