

# *La Réclame*

Textes réunis par Jean-Jacques Lefrère  
et Michel Pierssens

Treizième Colloque des Invalides  
20 novembre 2009

PARAGRAPHES  
&  
Du Lérot, *éditeur*  
TUSSON, CHARENTE

2010

# Mallarmé et la réclame

Pascal Durand

Chacun sait que, dans ses écrits publiés et ses interventions publiques, Mallarmé, tout rédacteur de *La Dernière Mode* qu'il fut, fait passer de sales quarts d'heure à la réclame et à la quatrième page des annonces journalistiques, qu'il assimile volontiers à une « incohérence de cris inarticulés<sup>1</sup> ». « Comme le Poète a sa divulgation, de même il vit, écrit-il en 1892 ; hors et à l'insu de l'affichage, du comptoir affaissé sous les exemplaires de placiers exaspérés<sup>2</sup>. » Le « nom » du poète, écrit-il encore, « tourbillonne ou s'élève par une force propre jamais en rapport avec les combinaisons mercantiles<sup>3</sup> ». Et encore y a-t-il pire à ses yeux que l'affiche publicitaire : « Même la réclame hésite à s'y inscrire », observe-t-il ainsi dans *Le Mystère dans les lettres*, après avoir rapporté par métaphore l'usage non poétique du langage à une interminable muraille plâtreuse, hérissée de tessons, mais derrière laquelle aucun jardin ne serait enclos<sup>4</sup>. Quant à la rhétorique de l'annonce ou l'esthétique de l'affiche, inutile d'y songer. Ne déclarait-il pas à Jules Huret, en 1891, que « le vers est partout dans la langue où il y a rythme, partout, excepté dans les affiches et à la quatrième page des journaux<sup>5</sup> » ?

Tout cela est bien connu. Trop bien connu, car voici un premier sujet d'étonnement. En 1874, le même Mallarmé écrivait ceci à Zola : « Quant à moi, qui admire une affiche, dessinée et coloriée comme plus d'une, à l'égal d'un plafond ou d'une apothéose, je ne connais pas un point de vue en art qui soit inférieur à un autre ; et je jouis partout ainsi qu'il sied<sup>6</sup>. » Concession courtoise, dira-t-on, à un correspondant moins hostile au bas commerce des lettres et qu'il convient de reconforter en temps d'échec au théâtre et, de surcroît, dans une salle de deuxième caté-

1. Stéphane Mallarmé, « Le Livre, instrument spirituel », *Œuvres complètes*, tome II, Pléiade, 2003, p. 225.

2. « Étalages », *Œuvres complètes*, II, p. 223.

3. *Ibid.*, p. 222.

4. « Le Mystère dans les lettres », *Œuvres complètes*, II, p. 231.

5. Jules Huret, *Enquête sur l'évolution littéraire*, Thot, 1982, p. 74.

6. Lettre à Zola, 6 novembre 1874 (*Correspondance*, tome II, Gallimard, 1965, p. 51).

gorie<sup>1</sup>. En 1925, un habitué des Mardis n'en témoignera pourtant pas moins que « Mallarmé admirait beaucoup la disposition de certaines affiches [et] de la première page des journaux [...]. Il y a puisé l'idée [du *Coup de dés*]<sup>2</sup> ». Mais voici plus étonnant encore, dérobé cette fois au secret du laboratoire. Les esquisses en vue du *Livre* montrent que le poète envisageait de couvrir les frais de fabrication matérielle et de logistique éditoriale du volume – tiré à 480 000 exemplaires vendus un franc – par l'insertion de publicités commerciales sur les pages restées blanches : « l'annonce paie l'impression et papier<sup>3</sup> », note-t-il ; et encore : « La réclame paie l'impression et papier (loterie) – et le prix est à partager entre le vendeur et l'auteur<sup>4</sup>. » Elles montrent aussi, ces esquisses, qu'il comptait que la promotion auprès du grand public de ce livre sans auteur et à très bon marché serait assurée par les 480 membres de l'élite choisie admise aux séances de lecture de l'œuvre, lesquels, en s'engageant à payer 1 000 francs un volume vendu un franc en librairie, convaincraient le plus grand nombre, par leur propre crédit social converti en crédit symbolique, de la valeur incalculable de ce *Livre* voué à très grande diffusion, permettant du même coup à celui-ci d'atteindre son public cible et à son auteur anonyme d'être largement récompensé de ses efforts : « Ainsi, en convoquant ces 480 personnes, à qui je donne lecture [...] de vingt volumes ce qui vaudrait de la part de chacune 1000 francs, pour rien ; j'acquiers le droit de rentrer dans cette somme (de 480 mille francs,) en publiant le tout, soit en 480 mille volumes à 1 f : ou autant de mille exemplaires que de places. » Et il précise, en note à ce feuillet : « établir que cela vaut 1000 francs (le fait : que la foule achètera) preuve réciproque<sup>5</sup> ».

Comment interpréter ce double jeu et ce double langage ? Et aussi ce paradoxe voulant que plus Mallarmé s'éloigne de la sphère publique, plus

1. Mallarmé adresse en effet cette lettre à son confrère après avoir assisté à l'une des représentations de sa « farce amère », *Les Héritiers Rabourdin*, au Théâtre de Cluny. « La presse, lui écrit-il, a jusqu'à présent [...] fait preuve d'une irréflexion absolue. Quoi ! une enluminure populaire : oui, mais n'est-ce pas aussi le goût des délicats. [La phrase citée ci-dessus est insérée à cet endroit.] Que notre ami Manet peigne la toile de parade destinée à la baraque, qui ferait un cadre excellent aux *Héritiers* : toute la presse irait les applaudir et les y découvrir. Pourquoi n'a-t-elle pas fait abstraction du théâtre de Cluny ; où se donne ce scénario, rattaché à la vraie tradition française ! » (*Ibid.*, p. 50-51).

2. Paul Claudel, « La Philosophie du livre », *Positions et propositions*, *Œuvres en prose*, Pléiade, 1965, p. 76.

3. Jacques Scherer, *Le « Livre » de Mallarmé*, Gallimard, 1977, feuillet 166-167 bis.

4. *Ibid.*, feuillet 182.

5. *Ibid.*, feuillet 114 (A). Cette logique de financement et de validation symbolique a été fort bien décrite par Jacques Scherer (*Ibid.*, p. 108-124). J'en ai proposé une interprétation sociologique dans *Mallarmé. Du sens des formes au sens du jeu*, Seuil, 2008, p. 251-255.

s'affirment chez lui un intérêt porté à l'art de l'affiche, comme aussi à l'esthétique de la forme journal, et, plus curieusement, un souci de tirer parti de procédés publicitaires pensés en termes tantôt de ressources financières, tantôt de promotion symbolique et de cycle de consécration ?

Du côté de ses interventions publiques – interviews, articles, conférences, etc. – intervient très certainement ce qu'on pourrait appeler un effet de façade. La réclame condense tout ce qu'il est de bon ton, à l'époque, de considérer avec le plus grand dégoût lorsque l'on appartient à l'élite des poètes symbolistes. Et puis il faut bien aller dans les journaux, prononcer des conférences et y lancer des slogans tels que « On a touché au vers<sup>1</sup> » ou « Tout, au monde, existe pour aboutir à un livre<sup>2</sup> », si l'on veut faire savoir aux journalistes et aux lecteurs profanes qu'on n'est décidément pas de leur monde. Le retranchement à l'égard du public a ainsi été, chez Mallarmé, l'une de ses formes les plus affichées d'existence publique, selon une logique prévalant aussi dans le cas, très emblématique à cet égard, du *Livre* absolu sans cesse annoncé, et dont ses contemporains n'auront connu, au fond, que le vide prospectus.

Dans le secret du Grand Œuvre, tout porte à mettre le double dispositif publicitaire que Mallarmé a à l'esprit au compte du *sens pratique* qui le caractérise. Sens du concret, des contraintes et des ressources techniques et matérielles à engager dans les opérations du *Livre* idéal. Sens aussi des ressorts proprement sociaux présidant à la production et à la circulation de la valeur symbolique. Ce *Livre* auquel tout au monde est fait pour aboutir, comment d'autre part absorberait-il et résumerait-il le monde sans intégrer à son dispositif formel, comme à sa logique de production et de diffusion, l'ensemble non seulement des genres et des formes, mais aussi des rouages du marché éditorial ? Modèle réduit de l'univers, le *Livre* eût été aussi un modèle réduit de l'univers particulier dans lequel circulent les livres, cette « mentale denrée, comme une autre, indispensable<sup>3</sup> » et sujette, comme une autre, à « arrêter » et à relance de « ses opérations<sup>4</sup> ».

Rêverie de poète restée en l'état d'esquisse et de projet, sans doute. Mais cette rêverie n'en porte pas moins les signes d'une situation objective, que Mallarmé ne cesse pas de scruter dans ses grands écrits critiques relatifs au *Livre* et, en particulier, dans l'article « Étalages », décryptage ironique du système éditorial au lendemain du « krach de la librairie » de l'automne 1891, avec ses régularités interrompues, puis retrouvées, et les

1. *La Musique et les Lettres, Œuvres complètes*, II, p. 64.

2. « Le Livre, instrument spirituel », *Œuvres complètes*, II, p. 224.

3. « Étalages », *Œuvres complètes*, II, p. 219.

4. *Ibid.*, p. 223.

effets de « réclame » engagés jusque dans les discours de crise auxquels cèdent si volontiers ses acteurs : « Triomphe, désespoir [...] chez le haut commerce de Lettres ; tant que je soupçonne une réclame jointe à l'effacement, en raison de ceci et je ne saurais pourquoi sinon, que le roman, produit agréé courant, se réclama de l'intérêt comme atteint par la calamité<sup>1</sup>. » De quoi témoigne en effet, au total, le montage publicitaire imaginé par Mallarmé afin de pourvoir au financement économique et symbolique du *Livre*, sinon du marasme dans lequel s'enfonce, à la fin du siècle, le livre de poésie ? Un genre de livre désormais presque sans éditeurs sérieux et voué, chez un Lemerre ou un Vanier, au compte d'auteur plus ou moins déguisé. Et un livre voué à un genre en baisse constante de lectorat depuis 1850 et en voie avancée de déclassement au profit du roman. La réclame en vue du *Livre*, la Réclame dans le livre tiennent autant, sous ce rapport, d'un sens du concret que d'un fantasme réparateur : celui d'une poésie éditée, vendue, lue au-delà du cercle trop restreint des seuls lettrés et des pairs<sup>2</sup>.

1. *Ibid.*, p. 218.

2. Les remarques qui précèdent, transcription du bref exposé prononcé au XIII<sup>e</sup> Colloque des Invalides, sont détachées d'un article plus vaste en préparation, sous le titre *Le Mystère dans l'Étalage. Mallarmé et la réclame*.