



LE MYSTÈRE DANS L'ÉTALAGE MALLARMÉ ET LA RÉCLAME

Pascal Durand

Sur l'esthétique de la réclame, on connaît la position de Mallarmé ; très prévisible, elle est apparemment sans appel : « Le vers est partout dans la langue où il y a rythme », déclare-t-il à Jules Huret en 1891, « partout, excepté dans les affiches et à la quatrième page des journaux¹ ». Sa condamnation ne sera guère moindre, quatre ans plus tard, lorsqu'il invitera, dissertant du « Livre, instrument spirituel », à se représenter l'architecture du journal, depuis le « premier-Paris » et en passant par « les articles émergés à sa suite », comme un graduel refoulement de « la servitude originelle, l'annonce, en quatrième page, entre une incohérence de cris inarticulés² ». En 1896, ayant à réagir à l'offensive du jeune Proust contre « L'obscurité en poésie », c'est à la réclame qu'il songera pour établir le niveau, déjà bien inférieur, au-dessous duquel se situent, à ses yeux, les « ressasseurs » assignant à la poésie le même devoir d'intelligibilité immédiate qu'à leur propre « entreprise, qui ne compte pas littérairement », en ce qu'ils se contentent « d'exhiber les choses à un imperturbable premier plan, en camelots, activés par la pression de l'instant » : « Même la réclame hésite à s'y inscrire », ajoute-t-il en effet après avoir rapporté ce mixte de littérature et de journalisme à une muraille plâtreuse tout hérissée de tessons, mais derrière quoi aucun jardin ne serait abrité³. En 1874, le même Mallarmé – mais est-ce bien le même ? – écrivait pourtant 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

1. J. Huret, *Enquête sur l'évolution littéraire* (1891), éd. D. Grojnowski, Vanves, Thot, 1982, p. 74.
2. « Le Livre, instrument spirituel » (*La Revue blanche*, 1^{er} juillet 1895), dans *Divagations* (1897), *Œuvres complètes*, tome II, éd. B. Marchal, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 2003, p. 225.
3. « Le Mystère dans les lettres » (*La Revue blanche*, 1^{er} septembre 1896), dans *Divagations* (1897), éd. citée, p. 230-231.





un autre ; et je jouis partout ainsi qu'il sied⁴ ». Et en 1925, un ancien habitué des Mardis de la rue de Rome, Paul Claudel, témoignera que « Mallarmé admirait beaucoup la disposition de certaines affiches [et] de la première page des journaux, avant que les images photographiques ne soient venues la gâter. Il y a puisé l'idée [du *Coup de dés*]⁵ ». Gardons à l'esprit pour tout à l'heure cette flagrante distorsion, au sujet de la réclame et de son esthétique, entre le Mallarmé des interviews et des écrits publiés et le Mallarmé de la correspondance et des propos de cénacle.

Quant aux opérations présidant à la renommée du poète sur la scène littéraire et sociale, elles ne doivent rien, à le suivre, aux procédés de la réclame et de la promotion publicitaire. Comme il en va de « l'œuvre pure » selon ses vœux, qui tire son essor vers l'idéal de la mobilité interne de son orchestration formelle⁶, « le nom » du poète, soutient-il en 1892, « tourbillonne ou s'élève par une force propre jamais en rapport avec les combinaisons mercantiles⁷ ». Et d'imaginer, dans ce même texte, que la simple monstration d'un manuscrit sur beau papier à quelques témoins choisis suffirait à établir de proche en proche la célébrité du poète :

Une époque sait, d'office, l'existence du Poète.

Afin de compter, par leurs visages, ses invités, lui ne présenterait qu'intimement le manuscrit, il est célèbre ! Feuilles de hollandaise ancien ou en japon, ornement de consoles, en l'ombre ; ni quoi que ce soit, décidant l'essor extraordinaire, en l'abstention d'aucune annonce, le fait a lieu, ou le miracle. Pas de jeune ami, jusqu'au recul de la province, à l'heure – qui, silencieusement, ne s'en instruit. À rêver, ce l'est, à croire, le temps juste de le réfuter, que le réseau des communications omettant quelques renseignements les mêmes journaliers, ait activé, spontanément, ses fils vers ce résultat.⁸

N'a-t-il pas, au reste, montré l'exemple en publiant cinq ans plus tôt, à l'enseigne de *La Revue indépendante*, un premier recueil de ses *Poésies* sous la forme d'une édition photolithographiée d'après un manuscrit de sa main, tirée à 47 exemplaires dont 7 hors commerce ? « Comme le Poète a sa divulgation, écrit-il encore dans ce même texte de 1892, de même il vit ; hors et à l'insu de l'affichage, du comptoir affaissé sous les exemplaires de placiers exaspérés⁹ [...] ». À l'écoute ironique de sa « Muse vénale », Baudelaire, selon Benjamin, fut le premier poète à « [prétendre] à une valeur d'exposition » et à se faire « son propre impresario¹⁰ » sur le marché littéraire

4. Lettre à Émile Zola, 6 novembre 1874, dans *Correspondance*, tome 2, éd. H. Mondor et L. J. Austin, Paris, Gallimard, 1965, p. 51.
5. P. Claudel, « La philosophie du livre », dans *Positions et propositions, Œuvres en prose*, éd. J. Petit et Ch. Galpérine, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1965, p. 76.
6. Voir « Crise de vers », dans *Divagations* (1897), éd. cit., p. 211.
7. « Étalages » (*The National Observer*, 11 juin 1892), dans *Divagations* (1897), éd. cit., p. 222.
8. *Ibid.*, p. 222-223.
9. *Ibid.*, p. 223.
10. W. Benjamin, *Baudelaire. Un poète lyrique à l'apogée du capitalisme*, trad. J. Lacoste, Paris, Petite Bibliothèque Payot, 1982, p. 221.





en temps de capitalisme éditorial. Son cadet, lui, se refuse très ostensiblement à toute prostitution aux deux régimes conjoints de la vénalité et de la publicité, en adepte résolument désintéressé d'une ascèse du langage dont la gratuité trouverait son répondant – et comme sa garantie – dans l'indifférence des commerçants à son égard : « L'existence littéraire », se demande-t-il ainsi dans un autre texte de la même période, « a-t-elle lieu, avec le monde ; que comme inconvénient – / Certainement, je vise le Poète ne possédant pas d'intérêts quelque part, gratuité du produit ou dédain commercial ; les deux, par un nœud simple¹¹. »

La disjonction est donc absolue entre l'acte littéraire tel qu'il se le représente – « miracle préludant avec l'inspiration, achevé par la formation, alentour, d'une élite » – et le « compromis acceptable partout », qu'il s'agisse « en termes nets [de] se faire faire de la réclame », de « briguer » « insignes » et « décorations » ou d'« imposer à son industrie un rendement surfait » : « Nulle vente ni qu'homme trafique, avec l'âme ou, sinon, il ne comprend pas¹². » Mais, pour cohérentes qu'elles soient avec sa théorie poétique, cette position et ces dispositions aristocratiques n'en sont pas moins placées sous le signe de plusieurs inconséquences. La plus évidente est que ce poète hostile à tout compromis avec l'impur négoce de la renommée a bel et bien pratiqué la réclame éditoriale : d'abord sous divers pseudonymes dans *La Dernière Mode* (1874), en recommandant à ses lectrices les nouveautés parues chez Lemerre, Charpentier, Hachette ou Hetzel – la revue présentant aussi, sur deux pages, des annonces sous la forme visuelle de cartes de visite de « maisons de confiance » ; ensuite au titre de chroniqueur à la revue londonienne *L'Athenaeum*, pour le compte de laquelle – en se défiant certes, selon ses mots, des « marchands [exigeant pour tous leurs livres bons ou mauvais] une réclame uniforme¹³ » –, il a rédigé, de 1875 à 1876, de brefs billets anonymes portant notamment sur l'actualité de l'édition parisienne, occasion de soutenir, parmi les publications des libraires Adolphe Labitte et Alphonse Derenne, le *Vathek* de Beckford préfacé par ses soins et *L'Après-midi d'un faune*¹⁴. C'est que, sans doute, il y a loin des professions de foi à leur mise en pratique et que les besoins alimentaires du journalisme dispensent des radicalités du « littéraire pur¹⁵ ». C'est aussi que ces expériences dans le journalisme de mode et la chronique culturelle appartiennent à une phase intermédiaire dans la carrière d'un poète qui après 1884 aura à tenir son rang de maître inflexible sur ses principes et de modèle inapprochable pour toute la génération des symbolistes.

11. « Solitude » (*La Revue blanche*, 1^{er} novembre 1895), dans *Divagations* (1897), éd. cit., p. 256.

12. « Confrontation » (*La Revue blanche*, 1^{er} octobre 1895), dans *Divagations* (1897), éd. cit., p. 263.

13. Lettre à Arthur O'Shaughnessy, 30 octobre 1875, dans *Correspondance*, tome 2, éd. citée, p. 78. C'est lui qui souligne.

14. Voir les « *Literary Gossips* » du 20 novembre et du 11 décembre 1875, dans *Œuvres complètes*, tome 2, éd. cit., p. 423 et 430.

15. « Confrontation », *op. cit.*, p. 262.





PASCAL DURAND

LES TRAFICS DE LA « MENTALE DENRÉE »

Ces considérations fort idéalistes sur l'essor spontané de la renommée propre au « Poète », miracle obtenu en l'absence de tout procédé d'« annonce » et en dehors de toute « combinaison mercantile », Mallarmé les formule pour la plupart, au prix d'un autre paradoxe, dans un article qui est, de tous ceux qu'il a réservés à la question du « Livre », le plus directement et le plus explicitement en prise sur une conjoncture éditoriale concrète, à savoir le « krach de la librairie » survenu courant 1891 et dont les professionnels concernés – écrivains, journalistes, libraires, éditeurs – ont d'abondance débattu, notamment dans la grande presse. C'est à dresser le tableau ironique de cette crise et de ces discours de crise qu'il s'emploie pour l'essentiel dans ce texte paru en juin 1892 dans *The National Observer*, quelques mois après l'enquête menée sur ce même sujet par Paul Alexis, dans les colonnes du *Figaro*, auprès d'une quinzaine d'éditeurs¹⁶. Avec un titre, « Étalages », qui au pluriel, mais sous le signe d'une vénalité globale, désigne à la fois les étals des libraires, l'étalement inflationniste de la « production littéraire » et l'emballlement des discours de crise. Et en commençant par rappeler l'événement pour le récuser aussitôt :

Ainsi pas même ; ce ne fut : naïf, je commençais à m'y complaire. Un semestre a passé l'oubli ; et abonde, fleurit, se répand notre production littéraire, comme généralement.

Une nouvelle courut, avec le vent d'automne, le marché et s'en revint aux arbres effeuillés seuls : en tirez-vous un rétrospectif rire, égal au mien ; il s'agissait de désastre dans la librairie, on remémora le terme de « krach » ? Les volumes jonchaient le sol, que ne disait-on, invendus [...]. Triomphe, désespoir, [...] de pair, chez le haut commerce de Lettres ; tant que je soupçonne une réclame jointe à l'effarement, 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.

Personne ne fit d'allusion aux vers.

Rien omis en cette farce (importance, consultations et gestes) de ce qui signifiait qu'on allait donc être, à la faveur de l'idéal, assimilé aux banquiers déçus, avoir une situation, sujette aux baisses et aux revirements, sur la place : y prendre un pied, presque en le levant.

Non : ce semble que non, vantardise ; il faut en rabattre.

La mentale denrée, comme une autre, indispensable, garde son cours et je rentre d'une matinée, au dehors, de printemps, charmé ainsi que tout citadin par le peu d'ivresse de la rue ; n'ayant, en le trajet, éprouvé, que devant les modernes épiceries ou les cordonneries du livre, un souci mais aigu et que proclame l'architecture demandée, par ces bazars, à la construction de piles ou de colonnades avec leur marchandise.¹⁷

Toute une ponctuation d'expressions opère ainsi l'identification du livre et de la littérature à des marchandises soumises à hausse et à baisse sur un marché des valeurs – « production littéraire », « marché », « “krach” », « haut commerce

16. P. Alexis, « Le mouvement littéraire en 1891-1892 », dans *Le Figaro*, 14 et 19 octobre et 14 et 16 décembre 1891.

17. « Étalages », *op. cit.*, p. 218-219.





des Lettres », « produit agréé courant », « baisses [...] et revirements », « place », « mentale denrée », « cours », « modernes épicerie [...] du livre », « bazars », « marchandise ». L'analyse est, d'autre part, assez juste. Car s'il est vrai que les années 1880 ont été caractérisées par une très forte augmentation de la production éditoriale, ayant débouché sur un certain nombre d'initiatives syndicales au sein de la profession, c'est bien en effet le genre romanesque qui en a bénéficié avant de connaître, au cours des années 1890, une baisse très sensible. Et encore, par « produit agréé courant », Mallarmé n'a-t-il pas seulement à l'esprit le genre du roman en général, mais très probablement aussi le *roman moyen* dont un Ohnet, chez Ollendorff, est le représentant le plus emblématique et, à ce titre, le plus méprisé par les écrivains et éditeurs relevant de la sphère lettrée. Il semble en effet qu'une rumeur ait circulé dans la librairie française fin 1891, selon laquelle c'est par stocks entiers que des invendus de Georges Ohnet avaient été retournés à son éditeur par les gares¹⁸. Il est frappant en tout état de cause que la position exprimée dans « Étalages » recoupe sous deux angles celle des professionnels interrogés par Paul Alexis. Presque tous déniaient, comme le poète le fera, qu'un tel « krach » se soit produit : « racontars sinistres », pour Charpentier et Fasquelle ; « fumisterie [...] répandue par les auteurs eux-mêmes », pour Paul Calmann-Lévy ; « mauvaise action » pour Victor Havard ; « canard » digne d'un envoi de « papier timbré » pour Paul Ollendorff. Mais l'idée de « farce », qui leur est commune, se renverse chez lui. Là où ces éditeurs incriminent une fumisterie à leurs dépens, non seulement le poète semble envisager l'état de crise comme une « maladie chronique » de l'édition – selon l'expression qu'aura à ce sujet l'éditeur Henri Baillière¹⁹ –, mais il soupçonne plus sûrement, dans le *discours* de crise, avec les « consultations » et gesticulations qui le soutiennent, un procédé de « réclame » propre à un secteur tirant globalement intérêt à dramatiser les difficultés internes et les concurrences externes qu'il rencontre. Sa position, d'autre part, rejoint d'assez près celle qu'avait adoptée l'éditeur Lemerre (fils), seul dans sa partie à accueillir avec ironie et soulagement ce qu'il appelle « LE KRACH DES MAUVAIS VOLUMES²⁰ », avant de montrer au journaliste, « étalée sur une table, toute

18. Rumeur que s'emploie précisément à démentir son éditeur, Paul Ollendorff, dans l'enquête du *Figaro* : « — N'est-ce pas à propos d'un livre de M. Georges Ohnet qu'on a parlé de quarante-cinq mille exemplaires retournés par les gares ? / — Permettez ! D'abord M. Georges Ohnet n'a jamais été nommé... car si celui qui a lancé ce canard s'était avisé de nommer M. Ohnet ou tout autre de mes auteurs, j'eusse aussitôt envoyé du papier timbré à celui qui se serait permis de déprécier ainsi les écrivains de ma maison... » (P. Alexis, « Le mouvement littéraire en 1891-1892 », *Le Figaro*, 19 octobre 1891, p. 2.)

19. « La crise [est] pour le livre une maladie chronique, qui tient à sa nature même, il en souffre depuis sa naissance, il en vit, et il en vivra, il n'en guérira pas, et il n'en mourra pas : il est immortel. » (H. Baillière, *La Crise du Livre*, Paris, Flammarion, 1904, p. 16.)

20. « — Un krach, s'écrit-il, je crois bien qu'il y en a un !... Et nous nous en réjouissons, mon père et moi... Depuis assez longtemps, certes, nous l'avions pressenti et nous l'appelions de tous nos





une collection de ces livres qui sont la honte de la librairie et la déjection de la littérature : des couvertures cyniquement illustrées ; des titres gueulards, à grosses lettres, hautes comme la largeur de la main, et faits pour raccrocher le passant ainsi que les lanternes des maisons à gros numéro ; des textes vides, environ dix-sept lignes à la page ; et de la prose de plumitifs inconnus, qui ont dû bâcler leur ordure en huit jours, afin de profiter de quelque basse actualité²¹. » Cette proximité de positions est un signe que le libraire du passage Choiseul et le poète de la rue de Rome, en dépit du conflit qui les a opposés en 1876, considèrent à travers des catégories de perception à peu près semblables un champ éditorial n'ayant guère évolué, au cours des années 1880, dans un sens favorable, c'est le moins que l'on puisse dire, à leur conception du métier et de la littérature : montée en légitimité du genre romanesque sur fond d'inflation éditoriale ; essor redoublé de la publicité d'édition, que ce soit par voie d'affichage ou par voie d'annonces et de réclames dans les journaux ; triomphe commercial du *roman moyen*, opérant la soudure entre littérature industrielle et littérature lettrée ; déferlement enfin d'un journalisme professionnalisé doublement envahissant, puisque non seulement il domine quantitativement la sphère de la chose imprimée, mais déborde de plus en plus son propre secteur vers celui de l'édition, avec la montée en force du *livre de journaliste*, recueils de chroniques, de reportages ou de souvenirs, par quoi leurs auteurs aspirent à une double rentabilité de leur prose autant qu'à l'onction de légitimité littéraire et intellectuelle conférée par la forme livre²². Il y va, dans ce dernier cas, de la naissance d'un genre nouveau et d'une circulation accrue entre les deux mondes de l'édition et de la presse, que l'auteur d'« Étalages » ne manque pas d'enregistrer l'une et l'autre en déclarant que, face au « commerce » énorme de la presse, « il ne désapprouve que le retour de quelque trivialité au livre primitif qui partagea, en faveur du journal, le monopole de l'outillage intel-

vœux... Ce n'est pas trop tôt qu'il commence à se produire !... Et si nous voulions savoir lequel, c'est : "LE KRACH DES MAUVAIS VOLUMES" » (P. Alexis, « Le mouvement littéraire en 1891-1892 », *Le Figaro*, 19 octobre 1891, p. 2.)

21. « Tels sont, poursuit-il, les bouquins qui ne se vendent plus. Et le public, cent fois attrapé, a bien raison de résister aux "psit ! psit !" de cette librairie louche. » (*Ibid.*, p. 2.) Il est significatif que la description des couvertures de ces livres étalés emprunte ses traits caractéristiques (et ses valeurs prostitutionnelles) à l'esthétique de la réclame.
22. Sur ces deux derniers points, voir M. Angenot, « Ceci tuera cela, ou : la chose imprimée contre le livre », dans *Romantisme*, 1984, n° 44, p. 94-95. Quant au succès du livre de journaliste, le propos tenu par l'éditeur Victor Havard à Paul Alexis est éloquent : « Moi aussi, je nie le krach, mais j'avoue qu'il y a aujourd'hui malaise... un véritable malaise... De 1870 à 1884, nous avons eu de belles années... oh ! un véritable âge d'or. Tout se vendait, tout : non seulement les romans, mais les volumes de courtes nouvelles, même les simples recueils d'articles. Un journaliste tant soit peu connu, qui avait besoin de 50 louis, n'avait qu'à m'apporter le matin une trentaine de ses vieilles chroniques et un bon titre : il rentrait chez lui avec ses cinquante louis. Et cela non seulement chez moi, qui m'en était fait une spécialité [...], mais chez bien d'autres. » (« Le mouvement littéraire en 1891-1892 », dans *Le Figaro*, 19 octobre 1891, p. 2.)





lectuel [c'est-à-dire l'imprimerie]²³ ». Cette évolution générale du système éditorial n'est pas sans retombée objective, il est vrai, sur la définition du fait poétique et l'édition de poésie : car en même temps que rétrécit comme peau de chagrin la portion de visibilité du texte poétique, les poètes en sont de plus en plus réduits, en cette fin de siècle, aux contrats à compte d'auteur et aux tirages confidentiels, qu'ils retournent en prestige de la gratuité et en privilège d'un luxueux *entre soi*. « À quoi bon, remarque encore Mallarmé, trafiquer de ce qui, peut-être, ne se doit vendre, surtout quand cela ne se vend pas²⁴ ? » Pour ces poètes faisant de nécessité vertu, on est loin encore de la fin de l'ère Lemerre, quoi qu'en dira Zola quatre ans plus tard, quand, en une du *Figaro*, fort de ses années de présidence de la Société des Gens de Lettres, il prendra fait et cause pour Bourget dans le procès ayant opposé celui-ci à son éditeur relativement au droit de regard de l'auteur sur la comptabilité de ses ventes²⁵.

VALEUR VÉNALE ET VALEUR FIDUCIAIRE : LA PROMOTION DU « LIVRE »

La leçon que le poète tire de toute cette affaire de « krach » réel ou supposé soulève un autre paradoxe encore quant au rapport de Mallarmé, sinon aux annonces au sens strict, du moins aux effets d'annonce : « Le discrédit, où se place la librairie, conclut-il, a trait, moins à un arrêt de ses opérations [...] qu'à sa notoire impuissance envers l'œuvre exceptionnelle²⁶. » Car cet article, que l'auteur des *Divagations* y rangera sous la rubrique « Quant au Livre », relève en fait, avec deux autres – « L'Action restreinte » et « Le Livre, instrument spirituel » –, de cette sorte de campagne qu'il mène, dans ces années-là, en faveur d'un « Livre » absolu, qui représente aussi sa principale carte de visite dans le champ littéraire fin de siècle. Une campagne à laquelle contribue un slogan mémorable plus d'une fois repris et reformulé : « Une proposition qui émane de moi – si, diversement, citée à mon éloge ou par blâme – [...] sommaire veut, que tout, au monde, existe pour aboutir à

23. « Étalages », *op. cit.*, p. 221.

24. *Ibid.*, p. 223.

25. « La conclusion de tout ceci, écrira-t-il, est que M. Bourget a rendu un grand service aux écrivains, en faisant déclarer par un tribunal que le contrat d'édition est bien un contrat de participation, qui donne à l'auteur un droit de contrôle absolu. Et nous lui devons tous des remerciements, pour avoir fait définitivement fixer ce droit, au milieu des ennuis et des dégoûts d'un pareil procès. / Avec M. Lemerre, c'est la fin d'un monde. Ce qui lui arrive devait arriver, car il était le dernier de ces éditeurs à l'ancienne mode, mâtinés de bienfaiteurs et de joueurs, se vantant de ne pas tenir de livres, tutoyant leurs auteurs et les payant à leur fantaisie, en faisant entrer dans le compte la part d'immortalité dont ils se croyaient les dispensateurs. Tout cela, c'est bien fini et nous venons d'assister à l'écroulement. / La propriété littéraire est une propriété, et le travail littéraire doit être soumis aux mêmes lois qui règlent actuellement l'exploitation du travail, quel qu'il soit. La justice et la dignité sont là, et pas ailleurs. » (É. Zola, « Auteurs et éditeurs », dans *Le Figaro*, 13 juin 1896, p. 1.)

26. « Étalages », *op. cit.*, p. 223.





un livre²⁷. » Une campagne entamée dès 1883-1886 avec les confidences adressées à Verlaine, que celui-ci n'a pas manqué de relayer, à bonne place, dans la notice des *Poètes maudits* qu'il lui a consacrée (« Il travaille à un livre dont la profondeur étonnera non moins que sa splendeur éblouira tous sauf les seuls aveugles mais quand donc enfin, cher ami²⁸ ? »), puis dans l'un des portraits en série des *Hommes d'aujourd'hui* (« Un livre vaste qu'il prépare démontrera la vérité de ce que j'avance ici avec pleine certitude. Ce sera [...] un livre qui soit architectural et prémédité et non un recueil²⁹ »). Une campagne, enfin, prolongée par de nombreuses déclarations dans la presse et bien des propos de cénacle. Le « Livre » : urgence constamment rappelée ; porteur d'enjeux décisifs tant pour le destin de l'humanité dans son énigmatique séjour terrestre que pour le destin de la littérature en temps d'« universel reportage³⁰ » et de « notoire impuissance » de l'édition courante ; dispositif formel à peine esquissé, en l'absence criante de tout contenu prévisible. De ce « Livre » en effet, grande annonce faite à la littérature, les contemporains n'auront connu, au fond, que le vide prospectus : projet objectif sans doute pour le poète enfermé dans son laboratoire ; mais construction assurément, en direction du public et à son propre profit, de quelque chose qui ressemble, si l'on veut, à une image de marque – celle d'un nom associé à un concept et qui, quoique « tourbillonnant » ou « s'élevant » à vide, n'en font pas moins l'objet, par divers moyens et intermédiaires, d'un insistant effort de promotion.

Depuis que les notes préparatoires en vue de ce « Livre » ont été publiées – en 1957, par Jacques Scherer, qui les a aussi remarquablement éclairées³¹ –, nous avons accès, quant à nous, au secret du laboratoire et celui-ci réserve deux grands sujets d'étonnement relevant de la problématique qui nous occupe. Ces esquisses, faites pour la plupart de schémas et de calculs, concernent tantôt la structure formelle du « Livre » et la combinatoire de ses feuillets, tantôt l'organisation de ses séances de démonstration et de lecture rituelle, tantôt encore son montage éditorial, Mallarmé pariant à cet égard sur un tirage de 480 000 exemplaires vendus 1 franc pièce – tirage véritablement astronomique, excédant de beaucoup les ventes les plus industrielles d'un Zola par exemple et multipliant par dix mille celui de l'édition photolithographiée de ses *Poésies* en 1887. Laissons de côté ce qu'un tel projet, ainsi conçu, représente en fait de fantasme compensatoire à l'égard du sort réservé à l'édition de poésie à la fin du siècle, et en fait de tentative, évidemment désespérée, de tenir sous

27. « Le Livre, instrument spirituel », *op. cit.*, p. 224.

28. P. Verlaine, « Les Poètes maudits. Stéphane Mallarmé » (*Lutèce*, 1883, puis Vanier, 184), dans *Œuvres en prose complètes*, éd. J. Borel, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiade », 1972, p. 655.

29. P. Verlaine, « Stéphane Mallarmé » (*Les Hommes d'aujourd'hui*, Vanier, 1886), dans *Œuvres en prose complètes*, éd. cit., p. 794).

30. « Crise de vers », *op. cit.*, p. 212.

31. J. Scherer, *Le « Livre » de Mallarmé* (1957), Paris, Gallimard, nouv. éd. revue et augmentée, 1977.





contrôle, en les intégrant à la dynamique de l'œuvre à venir, tout ce qui échappe à un auteur lorsque son texte passe entre les mains des professionnels de l'édition. L'important pour notre propos tient aux solutions très pratiques que le poète envisage en ce sens. Elles consistent, d'un côté, à envisager que les coûts de fabrication matérielle de ce « Livre », absolu mais à très bon marché, soient couverts par des annonces publicitaires : « l'annonce paie l'impression et papier³² » ; « La réclame paie l'impression et papier (loterie) – et le prix est à partager entre le vendeur et l'auteur³³ ». Songe-t-il à l'insertion de cahiers de publicité comme à *La Revue blanche* ou à des annonces dans les emplacements blancs des volumes imprimés ? Il a sans doute deux modèles en tête à cet égard. Le plus évident n'est autre que ce qu'il appelle, on s'en souvient, « la servitude originelle de l'annonce », dont la grande presse tire son modèle économique depuis qu'Émile de Girardin a compris, pour en tirer parti, qu'un journal est, potentiellement et dans les faits, un produit vendu deux fois : une première fois aux annonceurs, une seconde fois aux lecteurs, ceux-ci étant d'ailleurs en quelque sorte prévenus à ceux-là, à proportion de la diffusion du journal. L'autre modèle tient à l'existence sur le marché éditorial français, depuis les débuts de la Troisième République, de petits volumes comportant des cahiers d'annonces publicitaires, à l'exemple de la « Bibliothèque contemporaine » chez Calmann-Lévy ou des guides Joanne chez Hachette³⁴. L'idée n'en reste pas moins saisissante, compte tenu des préventions par ailleurs affichées par le poète et d'une démarche qui – on peut s'en réjouir – n'a guère été mise à profit jusqu'à nous que dans certaines zones très périphériques du champ de l'édition.

Comment, d'un autre côté, assurer la promotion auprès d'un très vaste public d'un tel ouvrage à bon marché, que le poète imagine de surcroît sans nom d'auteur ? Telle est, pour une part, la fonction des séances de lecture en cercle restreint, dont il règle aussi méticuleusement le protocole et le rituel que le nombre et la qualité sociale de leurs participants, en prévoyant que le « Livre » ferait l'objet de démonstrations devant un total de 480 invités appartenant au monde de l'élite et dont chacun s'engagerait, en le faisant savoir, mais sans les déboursier, à payer mille francs cet ouvrage vendu 1 franc : « Ainsi, en convoquant ces 480 personnes, à qui je donne lecture [...] de vingt volumes ce qui vaudrait de la part de chacune 1 000 francs, pour rien ; j'acquies 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 bas de ce même feuillet : « établir que cela vaut 1 000 francs (le fait : que la foule achètera) preuve

32. J. Scherer, *Le « Livre » de Mallarmé*, éd. cit., feuillet 166-167 bis.

33. *Ibid.*, feuillet 182.

34. Voir, sur ce point, J.-Y. Mollier, *Michel et Calmann Lévy ou la Naissance de l'édition moderne (1836-1891)*, Paris, Calmann-Lévy, 1984, p. 440 ; James S. Allen, *In the Public Eye*, Princeton University Press, 1991, p. 30-31 et É. Parinet, *Une histoire de l'édition à l'époque contemporaine. XIX^e-XX^e siècle*, Paris, Seuil, coll. « Points Histoire », 2004, p. 31.





réci-proque³⁵ ». Et, sur un autre feuillet encore, il ajoute, que « c'est comme un emprunt dessus – si ceci fait en faveur du monde – à restituer au peuple – en exemplaires à bon marché ». Son pari est donc, semble-t-il, que la qualité sociale des invités payant de leur personne aux séances et peut-être leur réputation de goût contribuent non pas à la valeur intrinsèque de l'objet, mais à la perception et à la reconnaissance de cette valeur, par une sorte de transsubstantiation de l'objet livre à bon marché en « Livre » doté d'une valeur symbolique incalculable.

On peut évidemment ne voir qu'une scène mentale d'économie délirante dans ces calculs et ces rituels. On peut aussi y voir à l'œuvre, confusément, une sorte de théorie pratique de l'économie propre aux biens de culture, fondée sur la conscience que le poète semble avoir développée de la dimension fondamentalement *fiduciaire* de la valeur esthétique : à savoir une valeur qui dépend du crédit et du pouvoir de consécration détenu par celui qui l'émet ou qui la reconnaît. Pas de valeur sans signes de valeur, pas de signes de valeur sans espace pertinent de production, de circulation et de reconnaissance de ces signes. Et, dans le monde des biens de haute culture, pas de valeur qui puisse tirer de la simple publicité sa crédibilité, parce qu'elle demande plutôt un allongement du cycle de consécration, voulant que ce ne soit pas un annonceur qui formule, en camelot pressé, la qualité de l'objet vendu par lui, mais d'autres acteurs non directement liés à l'instance de production, et qui seront d'autant plus crédibles qu'ils paraîtront n'engager aucun intérêt, n'escompter aucun bénéfice dans leur acte de valorisation.

De la confiance à Zola en 1874 à la déclaration à Jules Huret en 1891, de tel article de *La Revue blanche* sur « Le Livre, instrument spirituel » au chantier très matériel du « Livre », rien donc de plus contradictoire que la position de Mallarmé à l'égard de la réclame et des combinaisons commerciales. Et sans doute faudrait-il également faire place, ici, à des figures comme celles du poète bateleur, bonimenteur, batteur de caisse ou bien encore jongleur, prestidigitateur et montreur de « trucs », telles qu'elles apparaissent dans « La Déclaration foraine³⁶ » ou dans les esquisses du « Livre », pour prendre la mesure de l'écart s'établissant chez lui entre son hostilité déclarée aux opérations de la réclame et la représentation allégorique qu'il aime à déployer d'un art qui, tout en répugnant au « démontage » public de son « mécanisme » le plus secret³⁷, n'en demande pas moins mise en scène, exposition et démonstration. C'est qu'il y va sans doute d'une friction entre un credo artiste et un esprit pratique – cet esprit pratique qu'un Anatole France s'amuse à lui prêter dans sa réponse à l'enquête lancée dans le *Figaro* en 1894 suite à la proposition que le poète y avait publiée pour appeler à l'institution par l'État d'un « Fonds littéraire » d'aide aux jeunes auteurs alimenté

35. J. Scherer, *Le « Livre » de Mallarmé*, éd. cit., feuillet 114 (A).

36. « La Déclaration foraine » (*L'Art et la Mode*, 12 août 1887), dans *Divagations* (1897), éd. cit., p. 93-98.

37. *La Musique et les Lettres* (1894), dans *Œuvres complètes*, tome 2, éd. cit., p. 67.





par des droits modiques à percevoir sur l'édition des écrivains tombés dans le domaine public : « Je savais bien que Mallarmé est de nous tous l'esprit le plus pratique³⁸. » C'est aussi qu'entrent en ligne de compte, sur cette question comme sur tant d'autres, plusieurs sites d'énonciation, voulant qu'une lettre (à Zola), une rubrique (dans un journal de mode), une déclaration (à un journaliste), un grand article (dans une revue symboliste) ou des notes de travail (personnelles) engagent des rapports différents non seulement à l'objet, mais encore à sa propre image d'écrivain. Ainsi, plus Mallarmé s'éloigne de la prise de position publique élargie, plus décroît jusqu'à s'effacer sa réticence à tenir compte des contingences techniques et commerciales propres à la « mentale denrée ». Du côté de ses interventions les plus publiques – interviews, réponses à des enquêtes, etc. – intervient très certainement ce qu'on pourrait appeler un effet de façade : la réclame, comme le commerce en général, condense tout ce qu'il est de bon ton 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, participer au trafic de la fausse monnaie sociale si l'on entend faire savoir aux journalistes et au public profane qu'on n'est pas du même monde qu'eux. Se tourne-t-il vers le public lettré et plus particulièrement ses pairs et disciples, à l'occasion des grands « poèmes critiques » qu'il livre au *National Observer* et à *La Revue blanche*, la condamnation et le dédain s'enveloppent d'ironie et d'exagération jouée, pour faire valoir, avec la plus grande insistance, que le salut de la haute littérature est inséparable de ce qu'il adviendra de son support en temps de débordement trivial de la chose imprimée. Dans le secret du laboratoire, enfin, il incorpore méthodiquement au rêve de l'œuvre les ressorts d'un *paratexte* et d'un *péritexte* éditorial allant de la forme matérielle de l'objet à sa réception, en passant par son montage financier et sa promotion.

Quelle image, au total, garder de lui pour notre propos général ? Celle d'un poète saisi en sens contradictoires par le démon de la publicité, sans doute, parce que tiraillé, plus généralement, entre un *sens des formes*, qui le porte à surjouer, sur fond de mercantilisme culturel croissant, l'idéal aristocratique d'une œuvre abritée de toute corruption, et un *sens des formalités*, qui l'incite à prendre en compte les contraintes de tous ordres auxquelles l'œuvre et son intelligibilité se trouvent assujetties. L'image aussi, bien davantage, d'un poète absorbé par une méditation sur le symbolique diffuse dans toute l'œuvre, mais se concrétisant, plus souvent qu'il n'y paraît, en réflexion sur la *valeur symbolique* et ses mystérieux processus de validation.

38. Ch. Morice, « Le Fonds littéraire », *Le Figaro*, 28 septembre 1894, p. 2.

