

Le Temps
1211 Genève 2
022/ 888 58 58
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 37'021
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 840.007
N° d'abonnement: 1096729
Page: 11
Surface: 43'129 mm²

Le «renouveau» de la littérature romande est loin d'être réjouissant

Jérôme Meizoz



Unanime, la presse signale un regain d'intérêt du public pour les ouvrages d'auteurs «romands». Qu'on songe au succès du Livre sur les quais, à la nouvelle formule du Salon du livre, à la vogue des lectures publiques et aux nouveaux prix littéraires (Le Roman des Romands). Vitalité perceptible dans la nouvelle *Histoire de la littérature en Suisse romande* (Zoé) dont le geste de conservation et de classement a suscité le débat. De quoi ce renouveau proclamé (dans un optimisme parfois béat) est-il le signe?

Un tournant s'est amorcé avec la disparition des figures des années 1970 (Chessex, Chappaz, Haldas, Cuneo, Cherpillod, etc.), l'émergence de jeunes auteurs ainsi que de plusieurs maisons d'édition «pépinières». Joël Dicker a incarné ce nouveau souffle, avec un roman co-édité à Lausanne et Paris, primé et vendu à plus de 3 millions d'exemplaires. A cette occasion, on a pu constater l'impact d'un circuit littéraire transnational, ouvert par quelques prix français, des traductions – en 40 langues – et la presse mondiale.

Ce succès globalisé d'un auteur genevois a fait événement et contribue à un engouement pour le genre «noir»: succès du collectif *Léman noir* (2012), regain d'intérêt pour les romans d'Antoine Jac-

quier, Quentin Mouron, Sébastien Meier ou Frédéric Jaccaud, entré dans la «Série noire». Genre déjà bien représenté par Jean-Jacques Busino ou Jean Chauma, mais demeuré jusqu'ici en lisière. La donne a changé. Dans cette course au succès globalisé, la remise de soi aux jugements parisiens joue toujours à plein. Les écrivains «romands» vivent dans une double dépendance: à l'égard de Paris et, ici, aux modèles narratifs de la littérature mondialisée.

Quelles sont, ensuite, les conditions structurelles de tels événements éditoriaux? D'abord, malgré la crise du livre, une forte croissance de l'offre, avec la multiplication de petits éditeurs. Ensuite, la concurrence pour l'accès aux médias culturels en décline. S'y ajoute la montée en puissance des réseaux sociaux, dont le modèle viral touche des publics hors des cercles d'habités. Enfin, un travail de visibilité effectué sur les auteurs, car aucune parution n'a lieu désormais sans reportage photo, vidéos, trailers, etc. Les livres s'ajustent aux exigences du spectacle dont les logiques industrielles rendent caduque la question de leur valeur littéraire. Dans cette vision, la littérature est ramenée au seul «roman» au risque d'une biblio-diversité en chute libre.

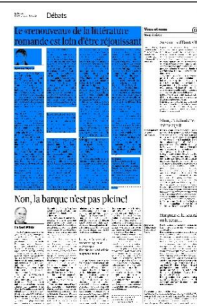
Les écrivains romands vivent dans une double dépendance: à l'égard de Paris et aux modèles narratifs de la littérature mondialisée

Le succès de *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert* – titre évoquant une variante adulte d'Harry Potter – tient moins aux qualités littéraires de ce «roman français», comme le qualifie Marc Fumaroli de l'Académie, qu'à la parfaite assimilation locale des techniques du roman anglo-saxon. Et depuis que le palmarès des «meilleures ventes» s'est imposé dans toute la presse, même spécialisée, le succès commercial apparaît comme un fait indéniable et pour tout dire: non argumentable. Les listes de best-sellers peuvent d'ailleurs être générées de manière automatique.

Les jeunes auteurs, baignés dans la communication et les réseaux sociaux, ont intégré que seuls les livres au bénéfice d'une soignée préparation médiatique ont l'espoir d'accéder à un large public. La réputation conférée par l'avis des pairs, le bouche-à-oreille du milieu culturel, la recommandation des revues spécialisées, tout cela, qui constituait la logique d'autonomie (et parfois de fermeture) de la vie littéraire, se voit surpassé par des méthodes de communication issues du marketing industriel.

Ces phénomènes, en soi, ne sont pas nouveaux: depuis les années 1830, la littérature est entrée dans l'orbite des industries culturelles. Une partie de la production s'est alignée sur les exigences du journalisme, comme en témoigne le succès du roman-feuilleton. Mais ce n'est qu'après 1945 que s'élabore une véritable logique industrielle, cherchant à maîtriser et reproduire les paramètres du succès.

Une tension croissante existe dès lors entre les ouvrages de fonds «à rotation lente» (classiques,



Le Temps
1211 Genève 2
022/ 888 58 58
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 37'021
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 840.007
N° d'abonnement: 1096729
Page: 11
Surface: 43'129 mm²

usuels, genres expérimentaux, etc.) et les best-sellers. Si ces modèles industriels sont anciens, la nouveauté tient à ce qu'un tel processus occupe désormais une place centrale dans les stratégies médiatiques et éditoriales.

J'en veux pour preuve, en Suisse romande, la systématisation d'un véritable réseau, issu avant tout du secteur privé et promouvant la littérature *mainstream*. Le prétendu «renouveau» littéraire en est un fruit: suppléments de rentrée littéraire (*L'Hebdo*/Librairie Payot); événements portés par le secteur de la librairie (Livre sur les quais); nouveaux prix littéraires liés à des groupes de presse ou à des collectivités publiques.

Un tel travail en amont a, me semble-t-il, deux corollaires: à mesure que la fabrication des succès s'automatise, le caractère mécanique du processus doit être réhumanisé par une touche glamour. D'où un soin particulier au *storytelling* autour des auteurs, gueules de «casting» (sic) tout émerveillées à la vue d'un tapis rouge. Comme bien des auteurs, je me suis prêté parfois

à ce genre théâtral dont la facticité saute assez vite aux yeux.

Second corollaire, plus inquiétant celui-là: le progressif reflux de la notion d'«œuvre». La philologie classique définissait celle-ci comme un ensemble de textes attribués, en relation d'organicité sur la durée. Or, le régime médiatique de l'événement, fondé sur l'obsolescence des produits et des noms, n'a que faire de ce type de temporalité. La ligne de faille apparaît ici entre le temps long de la consécration et le temps court de la demande du marché. Sur ces modalités, la presse quotidienne et l'université s'opposent structurellement: celle-ci travaille dans une logique d'œuvre, au risque de délaisser les «phénomènes» de la rentrée et de se limiter à une fonction conservatoire.

Alors, fête ou lendemain de fête? Le message structurel délivré par le succès de quelques best-sellers n'a rien de très réjouissant pour l'ensemble de la vie littéraire. Il en laisse voir les coulisses, sous forme de dépendances à l'égard de pouvoirs étrangers au champ culturel. La marchandisation croissante de

la littérature peut compter sur la curiosité sidérée de nombreux lecteurs devant les verdicts des «meilleures ventes».

Submergés par ces promesses enchantées, les réseaux sociaux peuvent-ils constituer un contrepouvoir? Pas sûr. Pour l'instant, seuls les services publics (radio-télévision, bibliothèques, universités et écoles) sont à même de proposer de réelles alternatives, visant la diversité culturelle et une réelle démocratisation de l'accès aux biens symboliques. Encore faut-il qu'ils soient décidés à ne pas imiter aveuglément les modèles issus du secteur privé...

Références:

Eva Illouz: «Les best-sellers et l'inconscient social», in **Hard romance. Cinquante nuances de Grey et nous**, Seuil, 2014, pp. 7-66.
André Schiffrin, **L'Argent et les mots**, La Fabrique, 2010.
Alain Vaillant, «De la littérature médiatique», **Interférences littéraires**, Leuven, no 6, mai 2011, pp. 21-33.

Ecrivain