

L'écrivain-d'affaires : la littérature mise à prix

Jacques Godbout

Volume 23, Number 5 (137), September–October 1981

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/29969ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Collectif Liberté

ISSN

0024-2020 (print)

1923-0915 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Godbout, J. (1981). L'écrivain-d'affaires : la littérature mise à prix. *Liberté*, 23(5), 57–61.

chroniques

Le réformiste

JACQUES GODBOUT

L'écrivain-d'affaires : la littérature mise à prix

La fin de ce siècle marquera-t-elle la mort d'une conception romantique de la littérature ? Et l'apparition d'une vision économique de l'écriture ? La naissance des syndicats, des Unions, les querelles de Sociétés de perception, les nouveaux slogans qui appuient le droit au salaire de l'écrivain, les attitudes inattendues des poètes qui s'étonnent de n'être pas payés pour chaque ligne rimée, les politiques gouvernementales qui, au fédéral en ce qui touche aux droits d'auteurs pour les livres empruntés en bibliothèque, au provincial pour ce qui est de la photocopie, problèmes traités au niveau international par ailleurs, et jusqu'à la publication d'un engagement formel du gouvernement québécois sur la rémunération des créateurs, est-ce autant de symptômes d'une idéologie galopante ?

L'éditeur Laffont, dans un texte publié pour célébrer l'anniversaire de sa maison, se désolait récemment de ne plus trouver les relations avec les auteurs aussi agréables qu'autrefois. Hier le simple fait d'être publié, mis en librairie, suffisait à l'écrivain. La gloire était notre salaire. Aujourd'hui chacun se conduit comme un locataire et recourt à la Régie des Loyers pour le moindre accroc. L'éditeur est vu comme un propriétaire avec qui le bail est négocié durement. Il n'y a plus, ou presque, de grandes amitiés entre des écrivains et des directeurs de maisons d'édition. Les auteurs changent de toute façon d'éditeur comme de chemise, et l'écrivain même n'est pas étonné et ravi d'être « découvert ». Cela lui revient, croit-il, *de droit*. Tout un chacun s'étonne de ne pas être sur la liste des best-sellers.

Or il me semble, une fois encore, que cette attitude nouvelle, cette conception de la *littérature payante*, n'est pas une idée d'intellectuel, mais une réalité du marché que les écrivains se tuent à justifier et structurer. Quand nos livres, après trois semaines sur un comptoir, parce qu'ils n'ont pas bougé, sont retirés d'office comme des tomates trop mûres, nous ne sommes plus en littérature pour la gloire, mais en littérature pour l'argent. Le modèle de l'écrivain n'est plus le héros militaire ou l'aventurier, c'est le comptable, le courtier. La littérature ne se discute plus dans les cafés enfumés, elle se débat à la bourse des traductions et au coût du papier, à Francfort, à Montréal ou à New York. La littérature a été mise à prix. L'écrivain aussi. Il faut faire le Goncourt. Et il en est de même pour les autres arts.

Au temps du roi l'élite écrivait pour l'élite et cherchait la reconnaissance de la cour. Corneille voulait tant une pension que, quand il l'obtint, il cessa tout de go d'écrire. La diffusion de l'imprimé et de l'instruction fit du peuple par la suite le *benefactor*. Pour séduire le peuple il fallait être *avec* lui. Le poète des temps classiques était un sage qui maniait le code mieux que quiconque. Virtuose. Son modèle ? Le gentilhomme, qui ne bouleverserait jamais l'ordre établi. Puis le romantisme s'installa avec la révolution industrielle. Tout devint possible, même s'enrichir sans pour autant appartenir à la noblesse. L'écrivain se mit à écrire pour changer le monde, il était le fils « rebelle » de la bourgeoisie. Son modèle ? Le militaire qui se battait l'épée nue pour la gloire de la patrie, l'aventurier qui explorait des contrées lointaines au temps béni des colonies.

On pourrait poursuivre ces descriptions en les raffinant. Qu'il suffise de dire que l'écrivain-type et sa justification ne sont pas le fruit d'une volonté des littéraires. La principale tâche du « milieu » consiste en effet à justifier à *mesure* les changements de modèles.

Pierre Maheu, dans un article posthume publié par *le Temps fou* (au printemps dernier), a merveilleusement décrit les limites et le rôle de l'homme politique. Celui-ci, a-t-il démontré, ne précède pas la volonté populaire et même ne change rien à la réalité. Il est, écrit Maheu, « l'agent de la réalité ». C'est à dire qu'il confirme dans des lois des états de fait déjà acquis. Un gouvernement ne fait somme toute que légaliser ce qui est économi-

quement possible et déjà accepté dans les mœurs. Qu'en est-il de l'artiste ? Est-il lui aussi un « agent de la réalité » ?

La conception romantique du rôle de l'artiste (du poète, de l'écrivain, de l'intellectuel) nous a tous plus ou moins amenés à voir celui qui pratiquait l'écriture comme un « révolutionnaire ». L'écrivain sur les barricades. L'écrivain à l'avant-garde. Et le reste, jusqu'au suicide bien sûr. C'est Shelley qui écrit : « *poets are the unacknowledged legislators of the world* ». Or comme le dit Michael Walther dans la *N.Y.R.B.* : « *He was not speaking in metaphor. He meant that they really do discover, shape and announce the moral law* ». C'est que l'artiste a comme fonction de préparer le terrain, d'assouplir les mœurs. Il est l'avant-garde de l'agent de la réalité. Le libéralisme économique avait besoin de consommateurs « libérés » ? Le poète a accompli sa tâche et livré la marchandise : y compris les féministes.

Les auteurs de films et de livres de science-fiction, d'Adamov à Lucas, ne font pas autre chose. Ils nous préparent à une guerre des étoiles pas si lointaine, et personne parmi nous ne s'étonnera de rencontrer un jour des astronautes en scaphandre sur le Champ-de-Mars. Depuis des années Ray Bradbury décrit les traumatismes que nous aurions pu subir s'il n'avait écrit sur les traumatismes que nous n'avions encore subis.

L'homme politique est l'agent de la réalité. Le poète est son messager. Il est celui qui met la société en mouvement, fait circuler les idées, propage les images, négocie des comportements dans la marge pour mieux les étaler ensuite au grand jour. Le poète romantique, aventurier du cœur, de la politique, des formes ou des mœurs, aura amoindri les chocs de l'industrialisation et empêché les sociétés occidentales d'exploder.

Or où en est la *Réalité* aujourd'hui ? De quoi a-t-elle besoin ? De qui sommes-nous les marionnettes ? Dans quel scénario ? Avant-hier écrivains de cour, hier écrivains des peuples, aujourd'hui écrivains de marché semble-t-il. Les poètes font des chansons qui font des ritournelles qui font des films qui font vendre des produits. La poésie a trouvé dans l'Agence de publicité l'éditeur de la nouvelle marginalité. Il se publie bien sûr encore des poèmes difficiles, comme l'on fait encore de l'art non-figuratif, mais cela a peu d'importance. Ce n'est plus en effet une activité sociale ayant pour but d'annoncer de nouvelles lois

morales, mais une activité officielle, de bonne société, encouragée par les Conseils des Arts afin de rassurer les poètes sur eux-mêmes. De toute manière, à s'entre-lire et s'entre-regarder ces créateurs finiront tous comme Molinari par vendre leurs œuvres aux musées en échange d'une cote et d'un dégrèvement fiscal.

C'est ainsi qu'il faut lire, je crois, les conseils donnés aux hommes d'affaires en ce qui concerne le marché de l'art. Je n'en veux pour exemple que ceux de M. Don Beach, comptable agréé de l'Ontario, qui dans le *Financial Times* (18 mai 1981) sous le titre « Investir dans l'art pour le plaisir et le profit » expliquait que le domaine de la peinture n'est pas mystérieux, mais réglé comme du papier à musique. Après avoir affirmé que l'on ne doit jamais acheter un tableau que l'on n'aime pas, Mr. Beach établissait ainsi les critères d'investissement en art (on peut remplacer artiste par écrivain, galerie par éditeur, exposition par prix, style par œuvre, productivité par périodicité, et le reste) :

- L'artiste choisi doit être connu au Canada et si possible à l'étranger.
- Être connu veut dire avoir eu des tableaux dans des expositions, concours, encans et être « bien vu » de ses confrères.
- Les œuvres doivent être vendues par une galerie reconnue.
- L'artiste doit posséder un style unique, constant, et doit contrôler la qualité et la quantité des œuvres qu'il place sur le marché.
- Il ne faut jamais investir en plus de quatre ou cinq artistes à la fois.
- Il faut faire affaire avec un intermédiaire sérieux qui non seulement peut aider à l'achat, mais aussi à la vente.
- Il faut éviter de tomber dans les styles à la mode car ils ne durent jamais très longtemps.

Ces conseils, parus dans le *Financial Times*, sont répétés dans toutes les publications du genre. Les termes sont donc les mêmes s'il s'agit d'acheter une part en bourse ou un tableau. Mais ne sont-ils pas ceux-là mêmes que nous nous sommes donnés en littérature ? Au fait est-ce bien nous qui nous les sommes attribués ? N'avons-nous pas, tout simplement, codifié les lois du marché ? Le commerce, dans nos sociétés industrielles avancées, n'a plus besoin de l'artiste comme le décrivait Shelley. Il en a besoin comme d'un producteur, dans une économie du désir dont les objets

doivent être rentables. D'où la nouvelle conception qu'a de lui-même l'écrivain : celle d'un homme d'affaires doublé d'un agent littéraire, qui, entre deux contrats à la télévision, se remémore avec nostalgie l'époque où le scribe était un héros.

Le poète a tenu dans ses mains la lyre, puis le fusil ; aujourd'hui on le rencontre avec son attaché-case. Il est professeur, il reçoit un salaire de la société comme une P.M.E. reçoit une subvention, il produit « son œuvre » et tourne la roue du marché !

Tom Wolfe a publié dans *Harper's* un extraordinaire article intitulé *From Bauhaus to our House* dans lequel il décrit le fonctionnement des chapelles intellectuelles et leur influence sur l'architecture contemporaine. C'est une analyse magistrale des rapports entre la médiocrité de la pensée et la misérable architecture de l'angle carré. Il y déshabille entre autres Le Corbusier qui jamais ne survivra à cette critique. Mais Tom Wolfe lui-même tombe dans le panneau en oubliant que la seule tâche des architectes, depuis le Bauhaus, était justement la rationalisation sous forme d'idéologies « de gauche » de l'utilisation des matériaux usinés. Tant et si bien qu'aujourd'hui les architectes, ayant accompli leur tâche, sont en voie de disparition, remplacés par les ingénieurs et la table à dessin électronique.

Que faire ? Existe-t-il un interstice, une faille dans la Réalité ? Sommes-nous condamnés à n'être que les étoiles d'une configuration galactique qui nous échappera toujours ? Et si je pose ces questions est-ce en toute liberté d'esprit, ou parce qu'il faut trouver un nouveau modèle, celui de l'écrivain-d'affaires étant déjà dépassé ?