FRANÇOIS CUSSET

Papier-substance contre papier-passage

« La littérature, c'est la civilisation », avait coutume de trompetter Victor Hugo. « Ecrire, ce contre-pouvoir », lui rétorqua Edgar Allan Poe depuis sa villa du Bronx. Un siècle plus tard, le livre n'a toujours pas le même rôle, ni la même définition, des deux côtés de l'océan... Blocs de couleurs contre sobres rectangles : les étagères de la Fnac et celles d'un megastore *Barnes & Noble* déploient-elles la même nourriture ? A l'ouest, ces jaquettes criardes avec leurs titres en relief, dont le prescripteur parisien se demande si elles n'empêchent pas de penser. A l'est, ces austères couvertures à l'auguste sommeil, dont l'empirique Yankee doute qu'elles fassent vendre.

Illustration pour Dissertations sur l'Arche de Noé *de J. Le Pelletier*, Rouen, 1700. © Jean-Loup Charmet.

A s'en tenir à l'objet, on se demande parfois si éditeurs français et américains font bien le même métier. Et quand ces gens du livre, quelle que soit la couleur du papier, se heurtent à sa mise à l'écran, libraires en-ligne et lectures en réseau, le fossé s'élargit encore, à la mesure de celui qui sépare les deux sens de ce "commerce" des mots cher à Montaigne. Papier/écran : la barre oblique se fait trait d'union, naïf et enthousiaste, dans l'édition américaine, et muraille infranchissable, sinon mur des lamentations, pour la majorité des éditeurs de l'Hexagone. Derrière ce tableau à peine simplifié, se profilent deux modèles professionnels antagonistes, le papier-passage contre le papier-subtance, qui correspondent à deux figures historiques du Livre, deux postures temporelles, deux phénoménologies de la culture —et, plus directement, deux univers socio-économiques sensiblement distincts. De leur rapport au support, dépend l'adaptation des vieux cerbères du texte, des deux côtés de l'océan, au nouveau marché du livre qui se dessine actuellement. L'évolution de l'Internet et des autres réseaux en-ligne a démontré, sauf à ceux qui n'ont pas voulu le voir, l'inanité du scénario catastrophe élaboré initialement, celui d'une disparition du support-livre et d'une relation de simple et seule concurrence, jusqu'à ce que mort s'en suive, entre la numérisation et l'édition-papier. Des tendances plus récentes ont en revanche accrédité l'idée que le rôle traditionnel de prescripteur culturel — d'instance de sélection et de légitimation — de l'éditeur avait de beaux jours devant lui, à l'heure où les réseaux noient le Texte dans une vaste confusion. Entre ces deux extrêmes, la survie comme samizdat, drapé dans sa dignité, et la conversion en simple pourvoyeur de "contenu" aux ordres des fournisseurs d'accès au réseau, l'avenir de l'éditeur traditionnel dépend désormais d'une juste distance au support, ancien et nouveau. La comparaison franco-américaine éclaire cet avenir d'une lumière crue.

Conter sans compter : le site web d'éditeur aux Etats-Unis

Sans que sa fonction leur apparaisse clairement, le site web est devenu depuis quelques années le passage obligé des éditeurs américains. Du géant de l'édition technique et juridique Thompson jusqu'à la cellule de résistance poétique Sun & Moon Press, chacun y est allé de son site, proposant à la population grandissante des internautes un catalogue des titres disponibles, une mise à jour des nouveautés de la saison, des possibilités de commande directe d'exemplaires (en réglant l'achat à l'écran par carte de cré-

dit), une sélection rarement objective des articles parus sur leurs titres phares, et, plus largement, tout un ensemble d'informations biographiques, bibliographiques, didactiques ou ludiques (le fameux edu-tainment cher aux disciples du modèle Disney) permettant au lecteur d'apprendre sur son livre ou son auteur favori ce que ce bon vieux parallélépipède broché de 2 ou 300 pages n'a pas toujours la place d'énoncer — quand bien même ce site web viserait à en encourager l'achat. Le site dernier cri de Warner Books, simple région du site géant de sa maison-mère, le groupe de communication Time Warner, a coûté à cette brillante fabrique de bestsellers la modique somme de 5 millions de dollars. Tandis que l'opus contre-culturel en-ligne monté à la va-comme-je-te-scanne par le petit éditeur bostonien Exact Change, moyennant quelques emprunts à des sites "frères" sur Antonin Artaud ou Lautréamont, aura coûté à ses deux fondateurs et seuls employés de longues nuits de sueur et l'aigreur éternelle de leur voisin de palier, dont ils ont détraqué le scanner à force d'en abuser.

En plus du courrier électronique, qui rend leur communication constante et allège un peu le monceau qui trône sur leur bureau, des pans entiers de l'activité des éditeurs américains se sont déplacés vers le Réseau, où l'on peut télécharger des extraits du livre que l'on souhaite acheter (l'effet bande-annonce), participer à des séances de cyber-signature de son auteur fétiche, envoyer un poème sur carte postale virtuelle à sa dulcinée ou, plus sérieusement, retrouver la trace d'un roman épuisé en librairie depuis un siècle. Les liens qu'offre le site plate-forme BookWire.com attestent du développement du domaine de la "littérature générale", ce coeur noble du marché du livre, sur le réseau : sites d'auteurs, d'éditeurs, de libraires, d'agents littéraires, par thème ou par genre, par aire culturelle ou par période de l'histoire littéraire. Bien entendu, comme dans tous les secteurs "traditionnels" qui ont dû monter leur site web, cette conversion au tout-à-l'écran n'a pas généré de revenus susceptibles de rentabiliser l'investissement initial. Les professionnels américains se sont rués sur le Net sans considération des retombées effectives, mus par l'impératif aveugle de l'avance technologique et par l'effet classique d'une contagion compétitive — y être puisqu'y est le voisin. Mais, même inquantifiables, les avantages pour le marché du livre dans son ensemble sont incontestables : optimiser la recherche (et rendre donc possible l'achat) du titre rare, développer l'arsenal promotionnel qui entoure tout bestseller digne de ce nom, améliorer la transparence du marché au détail, et fournir entre maisons moyennes ou petites ou entre libraires indépendants l'occasion de

précieuses alliances stratégiques. En effet, et c'est là ce qui infirme la réticence a priori du dernier pré carré des éditeurs français pour tout ce qui touche au Réseau, ce nouvel outil offre à beaucoup de petits éditeurs, sur un marché impitoyable, un second souffle bienvenu.

Trois catégories d'éditeurs se partagent un marché américain qui pèse bon an mal an quelques 20 milliards de dollars : d'abord les "groupes", filiales éditoriales de géants de la communication qui dominent le marché (de Simon & Schuster, premier éditeur américain et filiale du numéro un mondial de la communication Viacom-Paramount, à Harper Collins, propriété du téléphage Ruppert Murdoch, en passant par le tout-puissant Random House, société "soeur" du groupe de presse Condé Nast, ou encore Doubleday, Saint Martin's Press ou Henry Holt, autant d'éditeurs de renom qui sont des filiales de groupes allemands), ensuite une kyrielle de petites maisons à l'espérance de vie aussi courte que leur catalogue, et enfin, sans qu'elle suffise à compenser l'absence de maisons moyennes et indépendantes "à la française", la tradition américaine des presses universitaires. Tandis que les premiers ont investi dans le réseau des millions de dollars pour des résultats à la marge (tels que la meilleure visibilité, pour le lecteur qui n'y prêtait guère attention, de leur label éditorial), les seconds y ont trouvé un moyen de contourner par la vente directe, partiellement mais salutairement, le quasi monopole des grandes chaînes de librairie qui commandent de moins en moins de ces titres à faible tirage. Par les liens entre sites et les systèmes de commande groupée, ils ont pu aussi mettre en commun leurs faibles forces de frappe, sur le modèle de ces coopératives de distribution indépendante, comme Consortium ou PGW, sans lesquelles ils ne pourraient survivre. Quant aux presses universitaires, en proie à la réduction des budgets du campus ou à la crise de la distribution (comme de la lecture) des sciences humaines au sens large, elles y voient une solution de rechange pour les cas limites, regrettable certes mais préférable à l'absence pure et simple de tels travaux : éditer en ligne, avec un accès le plus souvent gratuit (grâce à une collaboration active avec les bibliothèques), telle thèse sur l'agronomie sub-saharienne, ou la figure du désir dans la littérature épistolaire du XIIème siècle, dont les ventes en librairie se seraient comptées sur les doigts de la main.

L'édition française ou le scepticisme numérique

En France, le retard désormais attesté dans le domaine des nouvelles tech-

nologies de l'information se double, en matière éditoriale, d'un réflexe corporatiste autant que culturel qui consiste à diaboliser la mise en réseau, puisque depuis Saint-Augustin et sa "maison de Dieu" la figure du livre, point de rencontre de la matière parfaite (dans sa limite même) et de l'esprit éternel (illimité), y est d'essence sacrée. Même si, comme tout retard, il tend peu à peu à se combler, seule une poignée de nos illustres éditeurs disposent aujourd'hui d'un site web, sur lequel, à côté d'un catalogue souvent incomplet et de quelques notices biographiques, se rencontrent encore plus rarement ces innovations américaines que sont les extraits numérisés, les liens entre catalogues, les interviews d'auteurs ou les systèmes de commande directe. Bien que deux groupes, Hachette-livre et CEP-Groupe de la Cité, représentent à eux seuls les deux tiers du marché français du livre (soit un degré de concentration bien supérieur à celui de l'édition américaine), leurs filiales aux noms plus familiers, heureusement très autonomes sur le plan éditorial, n'éprouvent pas de ce fait le besoin de réunir en un même espace, dut-il être virtuel, leurs puissances de promotion : imaginez Grasset, Fayard et Calmann-Lévy, dont les titres sont en concurrence directe sur les étagères de nos libraires (et c'est tout le bien-fondé d'une concentration à la française), soudain au coude à coude sur un grand site web littéraire Hachette. Au pays où la cooptation a tous les atours d'une institution, le système bien rodé des renvois d'ascenseur et des intrigues pour les prix littéraires est incompatible avec la notion, aussi peu noble que le support qu'elle implique, d'*économie d'échelle*.

Quant à ces fleurons de l'édition hexagonale, nos quatre maisons "moyennes" (soit quand même environ 1 milliard de francs de chiffre d'affaires chacune), avec leurs capitaux familiaux et leur longue histoire, Gallimard, Le Seuil, Flammarion et Albin Michel, elles innovent à petit feu, enserrées dans le carcan d'un fonctionnement interne qui ne favorise pas toujours la transparence ou, le cas échéant, trop conscientes — et on ne saurait leur donner tort — que la répartition sociologique de leur lectorat ne permet pas de le rencontrer si souvent sur le réseau. Parmi les maisons les plus avancées dans la "mise à l'écran" de leur offre de titres, se retrouvent quelques petits éditeurs qui ont pour ce medium une prédisposition d'ordre graphique (livres d'art, bande dessinée) ou épistémologique (sciences, guides pratiques). La réticence de la profession, en France, tient aussi et paradoxalement à sa fonction centrale dans l'ordre culturel : l'accès des instances culturelles supérieures que sont les éditeurs de nos fameux "essais" ou des littératures primées à tous les canaux linéaires qui

mènent au grand public — l'école gratuite, la radio et la télévision nationales, et même le politique — ne saurait les convaincre qu'est indispensable à leur rayonnement cette membrane souterraine et interactive, encore mystérieuse, qui relie tous nos ordinateurs. Au contraire aux Etats-Unis, société en rhizome que ne surplombe pas un pouvoir culturel univoque, les éditeurs de poésie expérimentale homosexuelle ou de pamphlets sur Henry Miller et D.H. Lawrence, marginaux par nature, trouvent du coup sur le réseau le porte-voix que ne leur offre pas l'agora du marché. Un schéma se dessine ici, qui concerne plus directement le livre "de création" (celui qui, selon la vieille distinction de Paul Valéry, ne répond pas à une demande préexistante), mais qui oppose clairement le modèle français en étoile au puzzle systémique américain : là où le livre est à la périphérie, l'écran individuel le recentre, là où le livre occupe le centre d'un système de valeurs, ce même écran (par opposition, il faut le noter, à l'écran "collectif" de la télévision) risquerait fort de le dé(con)centrer.

Que notre promiscuité médiatico-culturelle rapproche le système français du livre du modèle à sens unique de la "seringue hypodermique" (ou du "viol des foules" cher à la sociologie politique à l'ancienne), et n'encourage donc pas son alliance avec le Réseau, interactif et sans hiérarchie, cette évidence relève d'une problématique trop large pour être développée ici. En revanche, selon une approche plus modeste, les pratiques professionnelles en vigueur dans les deux pays illustrent et expliquent cette différence entre nos deux systèmes quant au passage du papier à l'écran. Le livre, comme produit industriel et comme fétiche culturel, est en France un mode d'existence de la chose textuelle vécu comme nécessaire, essentiel, isolé de ses possibles adaptations — nos services de cession des droits audiovisuels, électroniques ou étrangers, s'ils sont heureusement très sollicités, manquant en revanche singulièrement d'initiative. Au contraire, le texte est aux Etats-Unis, sur le modèle d'une culture poreuse, organique, transmise par une contagion presque chimique, cette entité souple et abstraite dont le livre n'est qu'une très temporaire incarnation, et dont les autres déclinaisons possibles, a fortiori si elles paraissent lucratives, contribueront au choix initial de l'éditeur.

Le livre-*mobil home* et le livre-cathédrale

Les maisons d'édition américaines sont prises dans une vaste chaîne de diversification du contenu, qui oblige sous l'égide d'un groupe intégré des studios de cinéma, des organes de presse, des filiales de production et de

merchandising, des développeurs numériques et des maisons d'édition à travailler au coude à coude autour d'une idée en métamorphose permanente, sans achèvement possible autre que sa consommation. D'où la part croissante qui revient à la cession de tous les droits dérivés dans le revenu d'un éditeur américain (une façon de se mettre à l'abri des aléas de la distribution en librairie, avec ses retours et ses mauvaises saisons). D'où, également, ce rôle essentiel dévolu à l'agent et à ses enchères, dans un système où le prix, même issu d'opérations peu rationnelles, fixe la valeur, et où l'éditeur renverra sans le lire tout manuscrit soumis directement par son auteur. D'où, enfin, la mauvaise surprise d'un auteur français lorsqu'il voit son texte modifié, remanié, transposé plus que traduit, pour répondre à la fameuse "demande" postulée par les tout-puissants services de marketing — loin, très loin de cette sacralisation du texte dans son inviolable intégrité, de cette relation fusionnelle entre l'éditeur et son auteur, de cet arrêt du temps autour d'une date de publication qui caractérisent encore, dans l'ensemble, nos pratiques éditoriales. Par fidélité à ce modèle du papier-substance, certains éditeurs français tels que Jérôme Lindon des éditions de Minuit continuent à s'opposer au passage de leurs auteurs en édition de poche, considérant la lettre et sa teneur comme intrinsèquement liées au format de son enveloppe. Tandis qu'aux Etats-Unis, où la cession des droits "poche" forme un véritable second marché, les formats sont déclinés à l'envie, loin de la simple dichotomie française entre livre relié et livre de poche : *hardcover*, *softcover*, *trade paperback*, *massmarket paperback*.

La continuité du texte au fil de ses supports successifs, sans que ne la fonde en rien ce papier arbitraire, a pour pendant au stade de la distribution la volatilité des modes d'acquisition du livre : la librairie indépendante, dont la France présente le plus dense réseau au monde, ne représente que 17% de la vente de livres aux Etats-Unis et perd des points chaque année, au grand dam des derniers défenseurs locaux de la graphosphère, concurrencée par des chaînes où l'on vient boire son café et lire son journal, des magasins de jouets ou de prêt-à-porter dont les comptoirs présentent les livres adéquats, des grandes surfaces aux discounts agressifs et, depuis peu, par les librairies virtuelles. Début 1997, la chaîne Barnes & Noble attaque en justice son concurrent virtuel amazon.com, un immense site web d'achat de livres, pour cause de superlatif illégitime, amazon se faisant appeler "la plus grande librairie de la terre" sans pouvoir présenter pour sa défense d'étagères ni de présentoirs tangibles. Pendant ce temps, nos bons libraires français, protégés en partie des rigueurs du marché par

le prosélytisme malrucien des pouvoirs publics, poursuivent l'informatisation de leurs stocks loin des grisants abîmes du Réseau — auquel ils préfèrent leur propre présence charnue entre les volumes, de nature à rassurer leurs plus fidèles clients. Bien sûr, s'ils ne sont ni chefs de maison ni cessionnaires de droits, certains éditeurs américains, épaulés par quelques universitaires inquiets, dénoncent le caractère modulaire et uniformisant du texte en réseau, eux-mêmes allergiques à la navigation en-ligne — moins par technophobie que par crainte d'y perdre un temps précieux. Au contraire, une poignée de leurs homologues français diffusent les voix discordantes, radicales autant qu'inécoutées, de la littérature de demain sur des sites web tissés de noir. Il n'empêche : le livre-*mobil home* et le livre-cathédrale ne voient pas du même oeil le monstre numérique qui hante leurs étagères.

Comme toujours, la vérité gît au milieu de l'Atlantique, elle tient dans cette main tendue qui relie sans qu'ils le sachent, par delà les flots déchaînés de la différence culturelle, ces gens du livre et de bon sens qui se retrouvent dans d'égales proportions à Manhattan et Boulevard Saint-Germain, comme à Sao Paulo ou à Johannesburg. Le juste milieu, qui seul permet de tenir la barre dans la tempête des supports et de leur illusoire révolution, consiste à se méfier avec une pareille vigilance du tout-à-l'écran comme du déni de progrès, du global comme du local, du papier-nié qui oublie sa nature de surface dans l'ivresse des profondeurs comme du papier-recroquevillé qui meurt d'oublier son autre d'électrons. Entre le nouveau mysticisme du support aléatoire et la stricte religion du Livre absolu, l'édition doit aujourd'hui manoeuvrer habilement pour relever le défi de sa majorité : entrer définitivement dans le Siècle, s'ouvrir à ceux qu'elle peut enrichir de son expérience de juste-filtre, aller construire ailleurs cette légitimité née d'une institution désormais sclérosée, opposer aux anciens cloisonnements comme aux naïves ouvertures sur le vide du contenu cette mission qui les fait vivre et dont rien n'autorise aujourd'hui à prédire le déclin, la mission du livre-monde. Tout plaisir a sa gestion. Un lecteur curieux manquera de belles rencontres s'il écarte a priori ces nouveaux espaces qui mènent *aussi* au livre. De même, un lecteur vigilant ne le sera plus si le temps des prémisses ou de la promenade, passé sur le Réseau sans pouvoir s'arrêter, finit par se substituer à celui qu'il consacrait autrefois, la tranche au creux de sa paume et un doigt sur la page, à cette irremplaçable épreuve de la Limite qu'occasionne toujours la lecture d'un bon livre.