

A quoi sert l'éditeur ?

Le livre ne matérialise plus tant les idéaux de la littérature que des impératifs propres à l'univers de la communication. Son statut change, le rôle de ceux qui l'éditent s'affaiblit, et le lecteur, au bout du compte, en pâtit

L'histoire de l'édition donne le sentiment d'une ritournelle. Ainsi, l'affirmation que « s'il y a trop d'éditeurs, il y a aussi trop de livres, et surtout trop de livres insignifiants et sans valeur, sans originalité, qui se tuent les uns les autres », est énoncée dès 1903 par Henri Baillié, dans *La Crise du livre*.

Doit-on conclure, bien hâtivement, que l'édition est secouée régulièrement par les mêmes maux ? Cependant, les évolutions tendanciennes observées aujourd'hui sont d'une nature différente. Les prophéties annonçant la mort du livre tué par la technologie numérique semblent joyeusement démenties par l'extraordinaire floraison d'une industrie du livre d'un type particulier : il n'est plus d'hommes ni de femmes politiques, de vedettes de cinéma, de grand chef étoilé ni d'actrices de telenovelas dont le parcours de carrière, comme au jeu de l'oie, ne doivent impérativement passer par la case « signer et publier un livre ».

Tel est le problème. Voilà un siècle, les éditeurs disputaient du devenir de l'objet livre : ils polémiquaient sur la dégradation de la qualité des papiers, la réduction des formats, la disparition des marges et la compacité du texte. J'entends par « objet livre » le résultat du travail de l'éditeur dès lors qu'il donne une existence objective à un texte de littérature. C'est dans l'univers de la littérature que cette démarche s'inscrit de part en part, et dans aucun autre : il s'agit pour l'éditeur de trouver la meilleure adéquation entre une écriture singulière et l'écho matériel qui la portera au plus loin. Au tournant du XX^e siècle, l'exemple des revues littéraires qui fleurissent en réaction au dilemme entre bibliophilie ou produit industrialisé est probant : ainsi, dans son premier numéro, le 1^{er} février 1909, *La Nouvelle Revue française* affiche pour ambition première de distinguer « en art, des problèmes de circonstance et des problèmes essentiels » pour ne s'intéresser désormais qu'aux « principes mêmes de toute création artistique ».

La volonté de porter haut les idéaux de la littérature ne va pas seulement conduire à la création, dès 1911, d'un comptoir d'édition pour être entre gens de la même compagnie, français et étrangers,

dans un catalogue des plus prestigieux. Elle mène Gaston Gallimard (1881-1975), le gérant du comptoir, à traduire cette exigence pour la littérature en une exigence pour son expression typographique, graphique et matérielle : dans sa correspondance, ses lettres aux auteurs, aussi grands soient-ils, revêtent une importance égale à celles qu'il adresse à des imprimeurs afin de préciser au plus près la qualité des papiers, japon, hollandaise ou vélin. Pour lui, comme à leur mesure pour les autres éditeurs qui s'établissent à cette époque (Bernard Grasset, par exemple), l'écriture littéraire en amont et le façonnage du livre qui en est le support en aval, c'est tout un. Le goût pour la littérature ne sera possiblement partagé que s'il est indissol-

cié d'un goût pour le bel exemplaire, même à un prix populaire. Le Beau ne se découpe pas entre le style et l'objet. Il est porté par une éducation matérielle et immatérielle du lecteur. C'était le régime du livre jusqu'à il n'y a guère.

Aujourd'hui, c'est la forme livre qui vient redéfinir les équations de l'éditeur. J'appelle « forme livre » un texte dont les termes sont dictés par des impératifs extérieurs à la sphère de la littérature – romanesque ou de savoir – et qui, pour les besoins de leur cause propre au seul univers de la communication, revêt la forme d'un livre (car celle-ci a toujours plus de légitimité qu'un simple blog), alors que le contenu suffisait dans un passé proche encore à remplir une tribune dans un journal, un entretien dans une revue, voire la légende d'un reportage photographique dans un hebdomadaire illustré.

On comprend plus aisément que toute analyse critique des changements actuels dans le régime du livre et du rôle de l'éditeur soit renvoyée à l'affirmation que rien n'a changé dans la com-

plainte de la surproduction par des interlocuteurs qui ne voient nulle contradiction à annoncer, quitte à s'en réjouir, la mort du livre : dans la grande lessiveuse de la société de communication, le livre perd son autonomie et occupe dans le cycle d'essorage des contenus une place qui lui est dictée par les étapes de la diffusion du message.

Remarquons que l'émergence de la forme livre, devenue une industrie au sein de l'univers de l'édition avec ses propres éditeurs, qui font très souvent preuve d'un réel talent (l'édition, quelle qu'elle soit, sans éditeur n'existe tout simplement pas), a été portée et nourrie par la constitution de grands groupes de communication (presse, édition,

voire chaînes de télévision et plateformes numériques).

Assurément, l'objet livre résiste, persiste, y compris dans les grands groupes éditoriaux qui lui aménagent des niches. Que l'avenir ne soit pas inéluctable ne doit pas conduire à ignorer ce qui nous apparaît comme une dynamique tendancielle, à la manière dont Marx esquissait « la baisse tendancielle du taux de profit » tout en devinant que le capital saurait y apporter des correctifs.

L'importance désormais prise par la forme livre, c'est-à-dire une régulation de l'édition par des impératifs qui lui sont extérieurs, conduit l'éditeur à faire prétendument siennes des contraintes qu'il ne maîtrise pas (stratégies politiques, motivations de l'industrie du divertissement, etc.) et dont il n'est qu'un rouage parmi d'autres. Il en résulte l'affaiblissement de sa position par la négation de son rôle. Quel est l'apport intellectuel de l'éditeur s'il s'alligne sur des choix d'auteurs faits à sa place, sur une parole formatée par d'autres mondes où le slogan réducteur se substitue à la parole élaborée, sur une écriture appauvrie par une « pasteurisation » de toute idée en amont, sur un calendrier qu'il n'a pas défini, bref tout ce qui est contraire à la lente constitution d'un catalogue animé par une vision person-

nelle ? Que nul ne s'étonne aujourd'hui que nombre songent à se dispenser de lui en recourant à l'autoédition.

La question est légitime : à quoi sert l'éditeur s'il n'est plus que le facteur, financièrement parasite, d'un message écrit et dicté par d'autres, qui pourrait à moindres frais être apporté directement au consommateur ? L'affaiblissement de leur rôle par les éditeurs eux-mêmes fait le lit de la vaste offensive présentement menée pour la constitution d'un « marché unique du numérique ». Chaque jour, la sainte alliance des mastodontes du Net et de la Commission ultralibérale européenne travaille à l'éradication de tout ce qui serait supposé faire obstacle, au nom du droit du consommateur (*fair use*), à la libre fluidité des messages numériques.

Au premier rang de ces barrières, il y aurait le droit d'auteur, ou copyright, c'est-à-dire la rémunération des auteurs et celle des éditeurs qui ont contracté avec chaque auteur pour assurer la diffusion de leur œuvre par tous moyens disponibles. Cette rémunération n'est pas une barrière à la propagation des acquis de l'intelligence commune : elle en est la condition, permettant que d'autres risques éditoriaux, économiques, commerciaux et financiers soient pris pour la mise en circulation d'œuvres plus à l'écart, plus rares et parmi lesquelles la postérité distinguera sans doute aucun les classiques

de demain. Cela porte un nom : la multiplication de l'offre. En ce sens, on ne dira jamais assez que le copyright participe du droit du lecteur à ouvrir ses horizons. Le mirage de la gratuité de l'accès aux œuvres vise à supprimer l'éditeur en poussant jusqu'à leur terme les logiques implicites des errements de celui-ci à l'heure de la forme livre. ■

Ce texte est une version de l'avant-propos inédit à l'édition espagnole, à paraître chez Trama Editorial, du *Livre et l'éditeur*, paru en 2008 chez Klincksieck.