

## Au risque des médias : écrivain·e·s et impératif de célébrité au XIX<sup>e</sup> siècle

Violaine François, Université Paris-Est Créteil 

Marceau Levin, Université de Toronto 

*RELIEF – Revue électronique de littérature française*

Vol. 20, n° 1 : « Les écrivain·e·s du XIX<sup>e</sup> siècle et l'impératif de célébrité », dir. Violaine François et Marceau Levin, juillet 2026

ISSN 1873-5045, publié par Radboud University Press

Site internet : [www.revue-relief.org](http://www.revue-relief.org)

Cet article est publié en libre accès sous la licence CC-BY 4.0

### Pour citer cet article

Violaine François et Marceau Levin, « Les écrivain·e·s du XIX<sup>e</sup> siècle et l'impératif de célébrité », *RELIEF – Revue électronique de littérature française*, vol. 20, n° 1, 2026, p. 2-17.

[doi.org/10.51777/relief27029](https://doi.org/10.51777/relief27029)

# Au risque des médias : écrivain·e·s et impératif de célébrité au XIX<sup>e</sup> siècle

VIOLAINE FRANÇOIS, Université Paris-Est Créteil

MARCEAU LEVIN, Université de Toronto

## Résumé

Ce numéro explore la célébrité littéraire au XIX<sup>e</sup> siècle comme phénomène à la fois médiatique, social et esthétique. S'inscrivant dans le sillage des *celebrity studies* anglophones et des travaux francophones récents, il en déplace les perspectives en proposant d'envisager la célébrité non seulement comme un phénomène de réception, mais aussi comme un moteur des trajectoires d'écrivains et des formes littéraires elles-mêmes. Phénomène essentiellement médiatique, la célébrité prend ses racines au milieu du XVIII<sup>e</sup> siècle avant de s'imposer pleinement au XIX<sup>e</sup> siècle avec l'essor de la presse. Le numéro développe l'idée d'un impératif de célébrité : à mesure que l'espace médiatique se structure, les écrivains se voient soumis à l'injonction d'exister médiatiquement. La célébrité devient un système avec ses codes, ses contraintes et ses stratégies, auquel nul ne peut se soustraire sans risquer l'échec littéraire. Loin de se réduire à des contraintes normatives, cet impératif peut toutefois s'avérer fécond, stimulant l'innovation et engendrant de nouveaux modes d'expression. La célébrité apparaît ainsi comme un opérateur structurant du champ littéraire, qui reconfigure formes d'écriture, postures auctoriales et modes de légitimation.

À première vue, la célébrité semble indissociable des sociétés médiatiques contemporaines, comme si elle était née avec les industries culturelles du XX<sup>e</sup> siècle. De fait, son appréhension par la recherche universitaire est relativement récente et s'est d'abord construite à partir d'objets modernes. Les travaux fondateurs remontent à l'essai d'Edgar Morin, *Les Stars*, publié en 1957, dans lequel le sociologue assimile l'admiration suscitée par les vedettes de cinéma à une forme de culte religieux<sup>1</sup>. Dans les décennies suivantes, ce sont les chercheurs anglo-saxons qui ont pris le relais, notamment Richard Dyer, Neal Gabler et P. David Marshall dont les travaux se sont attachés à mettre au point la notion de « culture de la célébrité », qu'ils font coïncider avec le développement du *star-system* hollywoodien. Celle-ci désigne un ensemble de pratiques, de discours et de dispositifs médiatiques qui produisent, diffusent et consomment la visibilité des individus publics, en transformant leur image en objet d'attention collective et en ressource symbolique et économique. Cette culture repose sur la circulation médiatique, la reconnaissance du public et la construction d'identités publiques exposées. Au milieu des années 1990 paraissent plusieurs ouvrages centraux qui ont donné aux *celebrity studies* leurs cadres d'analyse. Neal Gabler publie une biographie du journaliste à ragots Walter Winchell, symptôme et acteur de la naissance de la célébrité moderne, fondée sur la visibilité, dans les années 1930-1950. Joshua Gamson analyse le passage, dans les années 1990, à une célébrité postmoderne, marquée selon lui par une conscience accrue,

---

1. Edgar Morin, *Les Stars*, Paris, Seuil, coll. « Le Temps qui court », 1957.

chez les publics eux-mêmes, de l'artificialité du système. Enfin P. David Marshall s'intéresse aux liens entre la célébrité et le pouvoir économique, culturel et social<sup>2</sup>.

En 2011, Nathalie Heinich constatait le « décalage transatlantique » entre les sphères universitaires anglo-saxonne et française en matière d'études sur la culture de la célébrité. Les quinze dernières années ont contribué à combler cet écart<sup>3</sup>. L'intérêt pour la célébrité fut avivé en 2012 par la parution de l'essai de Nathalie Heinich, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, tentative ambitieuse de penser la rupture opérée par l'arrivée des *mass media* dans la sphère culturelle à partir de la notion de « visibilité ». Proposant d'ajouter à la triade bourdieusienne des capitaux social, économique et symbolique un quatrième, le capital de visibilité, Heinich pose, comme critère fondamental de la célébrité, la dissymétrie : dissymétrie de visibilité (célèbre, vous êtes plus vu que d'autres), mais aussi dissymétrie de reconnaissance (vos traits sont reconnus, non ceux d'autrui). Dans la lignée des travaux de Ghislaine McDayter, qui voit dans la « *Byromania* » du début du XIX<sup>e</sup> siècle la naissance de la culture de la célébrité<sup>4</sup>, Antoine Lilti fait paraître en 2014 *Figures publiques. L'invention de la célébrité 1750-1850*, et place au milieu du XVIII<sup>e</sup> siècle le *terminus a quo* de la célébrité. D'après Lilti, ce phénomène, nettement distinct de la gloire comme de la réputation, résulte d'un ensemble de mécanismes nouveaux : le développement des grandes villes européennes, l'alphabétisation, les nouvelles techniques de gravure à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle ou la lithographie et l'essor des théâtres privés, qui contribuent au développement de la commercialisation des loisirs et à la formation de publics au sens sociologique que Gabriel Tarde donne à ce terme dans *L'Opinion et la foule*<sup>5</sup>. Ainsi articulée à la modernité, la célébrité est conçue comme une forme inédite de notoriété dont le ressort principal est la curiosité, laquelle n'est « pas toujours admirative et rarement unanime<sup>6</sup> ».

Dans cette perspective, il apparaît que les logiques que l'on associe volontiers à la culture médiatique contemporaine – et notamment au vedettariat cinématographique – sont en réalité déjà à l'œuvre dès le XVIII<sup>e</sup> siècle, en particulier dans les sphères littéraire et théâtrale. Aussi le personnel de la célébrité est-il majoritairement constitué de comédiennes, de comédiens, d'écrivaines et d'écrivains. Florence Filippi, Sara Harvey et Sophie Marchand ont retracé l'« émergence du vedettariat théâtral » depuis le XVII<sup>e</sup> siècle<sup>7</sup>, et Catherine Authier

2. Neal Gabler, *Winchell: Gossip, Power, and the Culture of Celebrity*, New York, Knopf, 1994 ; Joshua Gamson, *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*, Berkeley, University of California Press, 1994 ; P. David Marshall, *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1997.

3. Nathalie Heinich, « La culture de la célébrité en France et dans les pays anglophones. Une approche comparative », *Revue française de sociologie*, vol. 52, n° 2, 2011, p. 353-372.

4. Ghislaine McDayter, *Byromania and the Birth of Celebrity Culture*, Albany (NY), State University of New York Press, coll. « SUNY Series, Studies in the Long Nineteenth Century », 2009.

5. Gabriel Tarde, *L'Opinion et la foule*, Paris, Félix Alcan, 1901.

6. Antoine Lilti, *Figures publiques. L'invention de la célébrité (1750-1850)*, Paris, Fayard, coll. « L'épreuve de l'histoire », 2014, p. 14.

7. Florence Filippi, Sara Harvey et Sophie Marchand (dir.), *Le Sacre de l'acteur. Émergence du vedettariat théâtral de Molière à Sarah Bernhardt*, Paris, Armand Colin, coll. « Collection U », 2017.

« la naissance de la star féminine sous le Second Empire<sup>8</sup> ». Le micro-système médiatique qui unit petite presse et développement de spectacles populaires comme le café-concert a été remarquablement étudié par Marie-Ève Thérénty, qui s'est penchée sur les liens entre la chanteuse Thérèse et le journaliste Timothée Trimm<sup>9</sup>. Quant à la célébrité littéraire, son approche historique se trouve aujourd'hui à la confluence de deux champs de recherche très développés depuis une quinzaine d'années : les études sur la presse et l'ère médiatique, portées par un intérêt assumé pour la « civilisation du journal » qui se déploie au XIX<sup>e</sup> siècle, et les travaux sur la figure de l'écrivain dont l'entrée en régime médiatique, au cours des années 1830, inaugure un réaménagement profond des catégories de création et de réception de la littérature. D'une part en effet, la célébrité est un phénomène essentiellement médiatique, porté en particulier par l'essor d'une petite presse d'abord satirique et bohème, puis mondaine et peu à peu marquée, à la fin du siècle, par les cadrages journalistiques venus d'outre-Atlantique (l'interview, le reportage). L'essor de la culture de masse<sup>10</sup> après 1860 ne fait pas qu'unifier le champ culturel sous une logique médiatique : il suscite en retour des espaces marginaux reposant sur des principes de paraconsécration, qui jouent avec cette logique, la singeant et la subvertissant tour à tour. D'autre part, la personne de l'écrivain du XIX<sup>e</sup> siècle a été l'objet d'une attention ininterrompue de la part des chercheurs, depuis l'étude matricielle de Paul Bénichou sur le « sacre » de l'écrivain jusqu'aux réflexions de Jérôme Meizoz sur la « posture d'auteur<sup>11</sup> », en passant par les travaux de José-Luis Diaz sur ses « scénographies auctoriales<sup>12</sup> ». La recherche a considéré tantôt « l'écrivain comme marque<sup>13</sup> », tantôt ses « stratégies publicitaires<sup>14</sup> », tantôt encore elle s'est attachée à décrire la « littérature en personne<sup>15</sup> ».

Le présent numéro s'inscrit dans le sillage de recherches développées spécifiquement sur la célébrité littéraire. Centrale au XIX<sup>e</sup> siècle, la notion de gloire a retenu l'attention des chercheurs : un numéro du *Magasin du XIX<sup>e</sup> siècle* analyse la « machinisation » de la gloire au cours du siècle, reprenant à Villiers de L'Isle-Adam le titre d'une de ses nouvelles, « La

- 
8. Catherine Authier, « La naissance de la star féminine sous le Second Empire », *Les Spectacles sous le Second Empire*, Jean-Claude Yon (dir.), Paris, Armand Colin, 2010, p. 342-356.
  9. Marie-Ève Thérénty, « Thérèse Trimm : le mariage du café-concert et de la petite presse », *Presse, chanson et culture orale au XIX<sup>e</sup> siècle. La parole vive au défi de l'ère médiatique*, Élisabeth Pillet et Marie-Ève Thérénty (dir.), Paris, Nouveau Monde éditions, 2012, p. 41-63.
  10. Dominique Kalifa, *La Culture de masse en France. 1. 1860-1930*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », 2001 ; Loïc Artiaga et Matthieu Letourneux, *La Culture de masse en France. 2. 1930-1990*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », 2026.
  11. Jérôme Meizoz, *Postures littéraires. Mises en scène modernes de l'auteur*, Genève, Slatkine Érudition, 2007 ; *La Fabrique des singularités. Postures littéraires II*, Genève, Slatkine Érudition, 2011.
  12. José-Luis Diaz, *L'Écrivain imaginaire. Scénographies auctoriales à l'époque romantique*, Paris, Honoré Champion, coll. « Romantisme et Modernités », 2007.
  13. Marie-Ève Thérénty et Adeline Wrona (dir.), *L'Écrivain comme marque*, Paris, Sorbonne Université Presses, coll. « Lettres françaises », 2020.
  14. Brigitte Diaz (dir.), *L'Auteur et ses stratégies publicitaires au XIX<sup>e</sup> siècle*, Caen, Presses universitaires de Caen, coll. « Symposia », 2019.
  15. Jérôme Meizoz, *La Littérature en personne. Scène médiatique et formes d'incarnation*, Genève, Slatkine Érudition, 2016.

Machine à gloire<sup>16</sup> ». La perspective de la transformation historique de la gloire en célébrité s'est enrichie d'autres approches : un récent numéro de *Sur le journalisme* cherche à unir aux études sur la célébrité les travaux sur la poétique historique des formes et des supports pour dégager les « médiapoétiques » de la célébrité<sup>17</sup>. En 2026, un programme de recherches franco-brésilien aborde la notion sous un angle axiologique, s'intéressant aux « valeurs de la célébrité » en contexte transatlantique<sup>18</sup>. Ce dossier entend prolonger ces travaux tout en infléchissant ces perspectives. Il se donne pour objectif d'esquisser une chronologie propre au XIX<sup>e</sup> siècle, attentive aux mutations spécifiques de la célébrité, mais aussi d'en interroger le cadrage théorique au croisement de plusieurs disciplines. Surtout, il propose d'envisager la célébrité non seulement comme un phénomène de réception, mais aussi comme un moteur des trajectoires d'écrivains et des formes littéraires elles-mêmes, en examinant ses effets sur la fonction sociale des hommes et des femmes de lettres comme sur les modes de production des œuvres. Ce numéro sera suivi d'un second volume consacré aux XX<sup>e</sup> et XXI<sup>e</sup> siècles. Celui-ci prolongera la réflexion en se concentrant sur les dispositifs, les injonctions et les négociations propres à la célébrité littéraire<sup>19</sup> dans le contexte de l'essor des médias de masse et du déploiement du régime néolibéral<sup>20</sup>.

### Enjeux terminologiques et définitionnels

Attesté dès le XIV<sup>e</sup> siècle dans le sens de « célébration, cérémonie solennelle »<sup>21</sup>, le mot « célébrité » acquiert le sens qu'on lui connaît à la fin du XVI<sup>e</sup> siècle, notamment sous la plume de Robert Garnier, qui l'emploie dans ses tragédies *Marc-Antoine* (1578) et *Antigone* (1585). Les recherches dans les bases de données numériques (Frantext, Gallicagram, Google Ngram Viewer) révèlent que l'emploi en demeure très marginal jusqu'au milieu du XVIII<sup>e</sup> siècle, où le sens de réputation prend le dessus sur celui de « solennité », finalement indiqué comme « vieilli » dans la VI<sup>e</sup> édition du *Dictionnaire de l'Académie française*, en 1835. Même alors, le mot demeure intriqué avec de nombreux termes adjacents : gloire, réputation, renom, renommée, illustration. Les auteurs de *L'Encyclopédie* traitent conjointement les adjectifs « célèbre, illustre, fameux, renommé », qu'ils présentent comme des « termes relatifs à l'opinion que les hommes ont conçue de nous ». Il est à noter que l'auteur de l'article restreint le qualificatif « célèbre » à la « réputation acquise par des talents littéraires, réels ou supposés ». William Duckett, reprenant cet article dans son *Dictionnaire de la conversation et*

16. « La Machine à gloire », *Le Magasin du XIX<sup>e</sup> siècle*, n° 7, Champ Vallon, 2017.

17. Yuri Cerqueira dos Anjos, Adrien Rannaud et Mélodie Simard-Houde (dir.), « La vedette et ses plumes : presse, littérature et célébrité », *Sur le journalisme*, vol. 14, n° 2, 2025.

18. Le premier volet de ce programme a pris la forme d'un colloque : « Les valeurs de la célébrité (1850-1920) », Gilberto Araújo, Pedro Paulo Catharina et Éléonore Reverzy (org.), colloque international, Université fédérale de Rio de Janeiro / Université Sorbonne Nouvelle, 6-10 avril 2026.

19. Marceau Levin et Jérôme Meizoz (dir.), « La célébrité littéraire : dispositifs, injonctions, négociations. XX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècles », *Relief*, vol. 20, n° 2, 2026, à paraître.

20. Voir Jérôme Meizoz, *Faire l'auteur en régime néo-libéral. Rudiments de marketing littéraire*, Genève, Slatkine Érudition, 2020.

21. *Trésor de la langue française*, [atilf.atilf.fr](http://atilf.atilf.fr).

de la lecture en 1853, supprime l'adjectif « littéraire », le considérant sans doute comme trop restrictif<sup>22</sup>. Cet article de *L'Encyclopédie* ajoute en outre que l'idée de célébrité « n'emporte point celle de dignité », ce qui rejoint la position de Lilti concernant l'absence d'admiration comme critère de la célébrité. La célébrité est donc un phénomène ambivalent qui n'exclut pas les critiques.

Existe-t-il alors une différence de degré ou de nature entre ces termes voisins ? Les principaux dictionnaires du XIX<sup>e</sup> siècle (Larousse, Littré et l'Académie) s'accordent sur la définition suivante de la célébrité : « renom (ou réputation) qui s'étend au loin ». Quant à la gloire, elle est une « grande et honorable renommée » (Larousse) ou même une « célébrité grande et honorable » (Littré). Une telle confusion terminologique semble témoigner de la difficulté de l'époque à penser des phénomènes nouveaux et des bouleversements en cours. Pour les hommes et les femmes du XIX<sup>e</sup> siècle, il n'est qu'une différence de degré entre ces termes – ce que Larousse confirme en établissant une singulière hiérarchie entre « nom », « renom » et « renommée », où l'allongement progressif des mots correspond à l'intensification du sens.

Comme l'écrit Antoine Lilti, « il serait absurde de plaider pour une étanchéité absolue entre réputation, célébrité et gloire<sup>23</sup> ». L'usage fluctuant des termes au cours du siècle n'empêche pas, néanmoins, d'amorcer une tentative de définition : pour être mitoyens, ces termes ne sont pas équivalents. Selon Lilti, la célébrité se distingue de la gloire à deux égards : la gloire est posthume et relève de l'admiration, quand la célébrité repose sur la « contemporanéité entre une personne et un public<sup>24</sup> » et que son affect central est la curiosité. Aussi la célébrité s'accompagne-t-elle d'une charge sémantique ambivalente, qui peut être positive ou négative, liée à sa dimension spectaculaire. Nathalie Heinich observe par ailleurs que la diffusion spatiale de la célébrité remplace la persistance temporelle du renom dans les sociétés prémodernes. « J'ai porté mon nom aussi loin que j'ai pu », comme l'écrivit Rachel<sup>25</sup>. Avec l'étendue géographique, viennent la fréquentation et le nombre. Est célèbre le nom « imprimé cent mille fois<sup>26</sup> ».

Quant à la réputation, elle se distingue de la célébrité en ce que cette dernière tend à dissocier la figure publique de sa fonction (écrivain, homme politique, comédien) pour l'élever au rang de vedette d'un spectacle médiatique qui neutralise les différences de statut. On pourrait classer du côté de la réputation la notion de considération, employée dans les textes de lois sur la protection de la vie privée<sup>27</sup>. Enfin, la curiosité pour la vie privée de la célébrité distingue encore celle-ci d'une réputation, fût-elle étendue.

22. William Duckett (dir.), *Dictionnaire de la conversation et de la lecture*, Paris, Firmin-Didot / Michel Lévy frères, 1853-1860, t. IV, 1853, p. 761.

23. Lilti, *Figures publiques*, op. cit., p. 17.

24. *Ibid.*, p. 16.

25. Sylvie Chevalley, *Rachel. J'ai porté mon nom aussi loin que j'ai pu*, Paris, Calmann-Lévy, 1989.

26. Paul Laffitte, *Jéroboam ou la Finance sans méningite*, Paris, Éditions de la Sirène, 1920, p. 26, cité par Myriam Juan et Nicolas Picard, « Célébrité, gloire, renommée. Introduction à l'étude historique du fait d'être connu de ceux que l'on ne connaît pas », *Hypothèses*, n° 15, 2012, p. 87-96.

27. Le juriste Théodore Grellet-Dumazeau, dans son *Traité de la diffamation, de l'injure et de l'outrage*, distingue ainsi la considération, qui est extérieure et dépend de l'opinion des autres, de l'honneur, lié à l'identité

Il convient enfin de distinguer la célébrité d'un terme très répandu au XIX<sup>e</sup> siècle, qui lui est étroitement apparenté : la popularité, que Taxile Delord compare « à une échelle qu'on descend par le haut<sup>28</sup> ». Tout aussi éphémère que la célébrité, la popularité s'en distingue en cela qu'elle s'appuie principalement sur une adhésion du peuple. Quant à la célébrité, Larousse précise que son éclat attire davantage l'attention « des classes éclairées ». Médiatique et non intrinsèquement politique, la célébrité est façonnée par un *public* (audience ou lectorat), non par un *peuple*. Les textes au sujet de Béranger emploient ainsi plus volontiers « popularité » que « célébrité ». En effet, la notoriété du chansonnier repose sur une large adhésion populaire, suscitée à la fois par ses prises de position politiques antimonarchistes et par les modalités de diffusion de la chanson, qui touche jusqu'aux analphabètes.

Pour achever de cerner la célébrité, il convient également d'accorder une place à la notion d'actualité. Comme Adeline Wrona l'a montré dans son ouvrage sur le portrait, la catégorie de « contemporain » naît au cours du siècle comme un synonyme de célébrité<sup>29</sup>. Se multiplient les galeries de contemporains, dont les titres sont parfois complétés d'un adjectif comme « célèbres » ou « illustres ». Que « contemporain » en vienne à signifier « célèbre » signale à quel point la notion de célébrité est liée à celle d'actualité, qui se développe de façon concomitante. Pour qu'existe dans une société une sphère de la célébrité, une catégorie sociale des gens célèbres, il faut que soit acquise la perception d'une sphère temporelle commune : l'actualité<sup>30</sup>. Celles et ceux qui font exister cette actualité, ou l'incarnent avec le plus d'intensité, à savoir les contemporains, sont les célébrités. Toute la question est donc celle de l'appartenance à cette sphère de la contemporanéité et des moyens d'en faire partie.

### La célébrité à l'impératif

La condition sociale des producteurs culturels et au premier chef des écrivains a été bouleversée au XIX<sup>e</sup> siècle, à mesure que ceux-ci sortaient du régime du mécénat pour entrer dans une économie de marché<sup>31</sup>. Dans l'évolution progressive d'une société du face-à-face vers une société médiatisée, l'imprimé, puis l'image, jouent un rôle majeur dans la communication. En conséquence, les littérateurs se voient sujets à une exposition médiatique inédite. Dans les journaux, dans les dictionnaires biographiques, dans les brochures et les préfaces, mais aussi dans les lieux de sociabilité réelle (salons, cafés, cénacles, etc.), les

---

même de la personne. Voir *Traité de la diffamation, de l'injure et de l'outrage*, Riou, E. Leboyer / Paris, Joubert, 1847, t. I, p. 56.

28. Taxile Delord, « Les Biographes », *Le Siècle*, 27 octobre 1856, p. 3.

29. Adeline Wrona, *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, Paris, Hermann, coll. « Cultures numériques », 2012.

30. Voir Marie-Ève Thérenty, *La Littérature au quotidien. Poétiques journalistiques au XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Seuil, coll. « Poétique », 2007.

31. Voir Alain Vaillant, *La Crise de la littérature. Romantisme et modernité*, Grenoble, ELLUG, coll. « Bibliothèque stendhalienne et romantique », 2005.

hommes de lettres s'auto- et s'entre-décrivent<sup>32</sup>. Anthony Glinier a étudié la querelle de la camaraderie littéraire que cette prise de conscience du pouvoir d'influence de l'imprimé a générée chez des écrivains désireux de se faire un nom en s'associant entre eux<sup>33</sup>. Cette surexposition générée par la croissance de la sphère médiatique suscite le sentiment d'une hypermnésie générale. Rien n'échappe plus à la vigilance médiatique, qui évoque aussi bien Argus aux cent yeux qu'Ireneo Funes de Borges auquel l'oubli est interdit. Sainte-Beuve écrit ainsi dès 1832, sept ans avant son article sur la « littérature industrielle » :

Nous vivons dans un temps où la publicité met un tel empressement à s'emparer de toutes choses, où la curiosité est si indiscrete, la raillerie si vigilante, et l'éloge si turbulent, qu'il semble à peu près impossible que rien de grand ou de remarquable passe désormais dans l'oubli. Chaque matin une infinité de filets sont jetés en tous sens à travers les issues du courant, et remplacent ceux de la veille, qu'on retire humides et chargés. C'est, à une certaine heure de réveil, un bruit confus, un mouvement universel de ces filets qu'on retire à l'envi, et de ces filets qui tombent. Pas un instant d'intervalle, pas une ligne d'interstice, pas une maille brisée dans ce réseau : tout s'y prend, tout y reste, le gros, le médiocre, et jusqu'au plus menu ; tout est saisi à la fois ou tour à tour, et comparaît à la surface<sup>34</sup>.

Au-delà d'un phénomène social structurant, cette exposition médiatique croissante peut aussi être appréhendée à hauteur d'individus, en interrogeant ses effets concrets sur les trajectoires et les œuvres. Changer d'échelle pour observer la célébrité consiste ainsi à se tourner vers des figures singulières, qu'elles relèvent d'une notoriété exceptionnelle – comme Jean-Jacques Rousseau, Lord Byron ou Victor Hugo – ou plus relative. Une telle approche permet en effet d'intégrer également des auteurs et autrices moins consacrés, dont les parcours plus discrets éclairent autrement les logiques de visibilité, de reconnaissance et d'inscription dans l'espace public. Au XIX<sup>e</sup> siècle, la célébrité devient un système, pourvu de codes et de règles, auquel chaque acteur doit se soumettre pour étendre son renom. Ce système s'impose aux hommes et aux femmes de lettres comme une véritable injonction. La célébrité se constitue en impératif. Sainte-Beuve écrit que les poètes sont « bon gré, mal gré, un objet de publicité<sup>35</sup> » ; pour Balzac, l'intensité que les écrivains mettent dans l'écriture de certaines œuvres (qu'il appelle le brio) est due « aux commandements d'une gloire à soutenir<sup>36</sup> » ; quant à la « Machine à gloire » de Villiers de L'Isle-Adam, « elle vous en couvre – n'en voulût-on pas avoir : l'on veut s'enfuir, et cela vous poursuit<sup>37</sup> ». Pour celui ou celle qui la vit, l'expérience quotidienne de la célébrité relève d'une perturbation profonde des rapports sociaux. Les fantasmes et les attentes projetés sur la vedette lui interdisent d'entretenir des

32. Voir Anthony Glinier et Vincent Laisney, *L'Âge des cénacles. Confraternités littéraires et artistiques au XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Fayard, 2013.

33. Anthony Glinier, *La Querelle de la camaraderie littéraire : les romantiques face à leurs contemporains*, Genève, Droz, coll. « Histoire des idées et critique littéraire », 2008.

34. Sainte-Beuve, « M. de Senancour » [1832], *Portraits contemporains*, éd. Michel Brix, Paris, Presses universitaires de Paris-Sorbonne, coll. « Mémoire de la critique », 2008, p. 155-156.

35. Sainte-Beuve, « Victor Hugo en 1831 », *Portraits contemporains*, op. cit., t. I, p. 390.

36. Honoré de Balzac, *La Cousine Bette* [1846-1847], Paris, Flammarion, coll. « GF », 1977, p. 135.

37. Auguste Villiers de L'Isle-Adam, « La Machine à gloire », dans *Contes cruels* [1883], Paris, Calmann-Lévy, 1893, p. 61.

relations normales avec autrui. Dans *Modeste Mignon* d'Honoré de Balzac (1844), que l'on pourrait qualifier de grand roman de la célébrité de la période romantique, le poète Canalis, arrivé au Havre pour demander la main de Modeste, voit sa célébrité faire écran entre lui et les membres du cercle social des Mignon :

On ne peut nier, à voir la passion avec laquelle on poursuit une autographe, que la curiosité publique ne soit vivement excitée par la Célébrité. La plupart des gens de province ne se rendent évidemment pas un compte exact des procédés que les gens illustres emploient pour mettre leur cravate, marcher sur le boulevard, bayer aux corneilles ou manger une côtelette ; car, lorsqu'ils aperçoivent un homme vêtu des rayons de la mode ou resplendissant d'une faveur plus ou moins passagère, mais toujours enviée, les uns disent : – « Oh ! c'est ça ! » ou bien : – « C'est drôle ! » et autres exclamations bizarres. En un mot le charme étrange que cause toute espèce de gloire, même justement acquise, ne subsiste pas. C'est, surtout pour les gens superficiels, moqueurs ou envieux, une sensation rapide comme l'éclair et qui ne se renouvelle point. Il semble que la gloire, de même que le soleil, chaude et lumineuse à distance, est, si l'on s'en approche, froide comme la sommité d'une Alpe. Peut-être l'homme n'est-il réellement grand que pour ses pairs ; peut-être les défauts inhérents à la condition humaine disparaissent-ils plutôt à leurs yeux qu'à ceux des vulgaires admirateurs. Pour plaire tous les jours, un poète serait donc tenu de déployer les grâces mensongères des gens qui savent se faire pardonner leur obscurité par leurs façons aimables et par leurs complaisants discours ; car, outre le génie, chacun lui demande les plates vertus de salon et le *berquinisme* de famille<sup>38</sup>.

Le passage décrit par anticipation le fonctionnement de ce que les chercheurs appellent aujourd'hui une relation « parasociale », soit cette « intimité à distance<sup>39</sup> » qui est au cœur du rapport du public avec la célébrité. Après avoir été un objet de fascination, une fois cette distance brisée et ce « charme étrange » dissipé, le poète se voit soumis à l'injonction nouvelle d'être un homme comme les autres, pourvu des mêmes compétences mondaines que le premier venu. Ainsi, la célébrité ne va pas sans contradictions. Par un retournement paradoxal, l'omniprésente exhibition des noms propres et des visages se mue dès la première moitié du siècle en une valeur accordée à l'inconnu : « À une époque où tout nom et toute personne s'affichent avec une sorte de fureur, c'est déjà presque une nouveauté que l'incognito en littérature », écrit Louis de Loménie dans le prospectus de sa *Galerie des contemporains illustres* au début des années 1840. Au cours du siècle, il devient quasiment obligatoire pour qui veut vivre de sa plume de se livrer à la publicité et de participer activement aux diverses sociabilités littéraires et artistiques. Relayés dès le lendemain par la presse – notamment lors des banquets de revue –, les noms des participants assurent une double inscription, physique et discursive, dans l'espace littéraire. Il faut encore accepter de voir ses traits reproduits ou son œuvre sommée de dévoiler sa vie. Un tel impératif commande ainsi un travail de la célébrité, parallèle au travail créatif, que chacun doit accomplir sous peine de se condamner à l'oubli ou au chômage. Entre le début et la fin du XIX<sup>e</sup> siècle se met en place ce qu'on pourrait appeler une double condition de l'écrivain : il est

38. Honoré de Balzac, *Modeste Mignon*, *La Comédie humaine*, dir. Pierre-Georges Castex, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », Pierre-Georges Castex (dir.), 1976, t. I, p. 1145.

39. Donald Horton et R. Richard Wohl, « Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance », *Psychiatry*, vol. 19, n° 3, 1956, p. 215-229.

à la fois un créateur et un chargé de relations publiques. Outre les tâches liées à son activité d'écriture (écriture, relecture, correction, etc.), il doit accomplir une autre série de tâches (rendre des services et des visites, se faire photographier, envoyer des notes biographiques, réseauter). Ce numéro entend poser la question de l'interaction entre ces deux ensembles de pratiques.

Or, ces dernières ne sont pas fixes : pratiques d'écriture et modes d'inscription dans la vie littéraire se transforment au fil du siècle, redéfinissant sans cesse les rapports entre écrivain au travail et écrivain mondain. Dès lors, la question de la périodisation du phénomène s'impose. Il est évident que l'histoire de la célébrité (et donc de son caractère injonctif) épouse celle de l'ère médiatique. On a vu avec Antoine Lilti que le phénomène de la célébrité prend sa source au milieu du XVIII<sup>e</sup> siècle. Dans les années 1820 et 1830, Byron en Angleterre et dans une moindre mesure Chateaubriand en France font l'objet d'une curiosité sans limites, d'une véritable manie, au sens propre du terme. Mais pour que la célébrité devienne véritablement un dispositif auquel nul ne peut se soustraire sans risquer l'échec littéraire, il faut attendre la mise en place d'un véritable système médiatique, dont 1836, date de la création de *La Presse* par Émile de Girardin, est une étape fondamentale<sup>40</sup>. Après la révolution de 1848, le durcissement de la censure au seuil du Second Empire, en interdisant la discussion politique, entraîne le report de l'attention publique sur les mœurs, les célébrités et la vie mondaine. En 1857, dans *Le Journal des Débats*, Hippolyte Rigault fournit un témoignage de ce virage des intérêts :

Tout conspire de nos jours pour induire en indiscrétion les correspondants du public ; tout, jusqu'à l'habitude prise par la critique de chercher de préférence les hommes dans les écrivains, et de raconter leur vie plutôt que leurs idées ; tout, jusqu'aux lois nouvelles qui régissent la presse, et qui, en abritant l'État contre les excès de la curiosité publique, les détournent un peu vers les particuliers. De là cette popularité significative des portraits littéraires, des biographies, des chroniques, et même des autographes, et l'étendue croissante des révélations<sup>41</sup>.

Par ailleurs, la seconde moitié du siècle voit se multiplier de nouveaux espaces et de nouvelles formes de sociabilité littéraire : les banquets, les conférences, les cafés et les brasseries, puis les cabarets artistiques dans les années 1880, autour du *Chat Noir*. Ces lieux ne se contentent pas d'accueillir la vie littéraire : ils en redéfinissent les modalités mêmes, en faisant de la lecture à voix haute, de la récitation, du discours ou du monologue autant de formes de « performance » par lesquelles l'écrivain donne corps à son œuvre. De la table de brasserie à la scène du cabaret, en passant par la tribune académique, ces dispositifs offrent ainsi des occasions toujours plus nombreuses de prendre la parole, d'élargir son public et de mettre en scène sa figure d'auteur, contribuant à renforcer et à transformer les logiques de la célébrité.

40. Alain Vaillant et Marie-Ève Thérénty, 1836. *L'an 1 de l'ère médiatique. Étude littéraire et historique du journal La Presse d'Émile de Girardin*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2001.

41. Hippolyte Rigault, « Feuilleton du *Journal des Débats*. Revue de quinzaine », *Le Journal des Débats*, 10 décembre 1857, p. 1.

1860 constitue également une inflexion majeure, grâce au format carte de visite, breveté par Disdéri, qui permet l'essor de la photographie de portrait et inaugure un « marché périodique du portrait d'écrivain<sup>42</sup> ». Les portraits-cartes ouvrent aussi la voie au succès du portrait-charge, puisqu'une séance de pose n'est désormais plus nécessaire pour se faire caricaturer. Au tournant du siècle, le développement de la publicité commerciale et des grandes entreprises modifie en profondeur le paysage médiatique et les modalités d'accès à la célébrité. Coexistent ainsi de grandes entreprises éditoriales financées par des marques, comme *L'Album Lefèvre-Utile* (où s'invente le parrainage des vedettes par les marques industrielles), et des textes d'une ironie amère comme *L'Introduction à l'étude de la stratégie littéraire* de Fernand Divoire. Dans ce texte publié en 1912, l'auteur analyse avec cynisme les méthodes employées par les écrivains pour conquérir la notoriété, en insistant aussi bien sur la chaîne réticulaire des dons et contre-dons (« l'escalier des services prêtés et rendus » et le système des dédicaces et préfaces, notamment) que sur des scénographies auctoriales qui passent autant par le choix de la tenue vestimentaire, l'importance de « se faire une tête » (il faut être caricaturable pour devenir célèbre, écrit Divoire) que par des choix génériques : le sonnet pour qui fréquente les salons, les romans d'Alsace-Lorraine pour les patriotes et la description des horreurs des Bataillons d'Afrique pour les antipatriotes. « Et surtout, ni Ibsen, ni Shakespeare<sup>43</sup> », ajoute Divoire. L'existence d'un tel anti-manuel signale le degré d'institutionnalisation des stratégies d'accès à la célébrité à la veille de la Grande Guerre. Reste à savoir comment relever, étudier et penser les multiples façons dont l'impératif de célébrité s'impose aux écrivains.

### La négociation médiatique et ses traces : mener l'enquête

L'objectif de ce numéro est d'identifier, d'interroger et d'analyser les traces concrètes laissées par les logiques médiatiques dans les pratiques littéraires du XIX<sup>e</sup> siècle. Ces traces peuvent être singulières ou collectives, diffuses ou manifestes, mais elles méritent d'être examinées avec une attention méthodologique et pragmatique, plus qu'avec un regard strictement historique.

Il s'agit ainsi d'évaluer, autant que possible, l'incidence des impératifs médiatiques sur les pratiques littéraires au fil du siècle. Une telle perspective suppose de croiser les outils d'analyse – stylistiques, sociologiques, médiatiques – afin de saisir un phénomène qui excède les frontières disciplinaires. Car la recherche, plus ou moins assumée, de la célébrité ne constitue pas seulement un horizon culturel : elle engage en profondeur les modalités mêmes de la pratique littéraire.

Cette incidence peut d'abord se lire dans les œuvres, où la quête de visibilité infléchit les choix formels, les dispositifs énonciatifs et les stratégies de lisibilité, laissant entrevoir des formes d'ajustement à un public élargi. Elle se manifeste également en dehors des textes,

42. Voir Adeline Wrona, « Le portrait-carte, de la photographie au journal. Le marché périodique du portrait d'écrivain », *CONTEXTES* n° 14, « Le portrait photographique d'écrivain », dir. Jean-Pierre Bertrand, Pascal Durand et Martine Lavaud, 2014.

43. Fernand Divoire, *Introduction à l'étude de la stratégie littéraire*, Paris, E. Sansot & Cie, 1912, p. 60.

dans un ensemble de pratiques sociales et professionnelles – participation aux sociabilités, mise en scène de soi, gestion de la présence publique – qui contribuent à façonner des *ethos* d’auteur et à orienter des trajectoires auctoriales. Ces deux niveaux, loin d’être disjoints, dessinent un espace de négociation constant entre création et exposition, où se redéfinissent les conditions d’exercice de la littérature. C’est à l’exploration de ces dynamiques et de leurs traces que ce numéro entend contribuer. Le terme « pratique littéraire » est ici pris dans un sens volontairement large : il désigne tout autant ce qui se joue dans les œuvres que ce qui se déploie autour d’elles. Il constitue une échelle pertinente pour observer les marques d’ajustement des écrivaines et écrivains aux nouvelles exigences de visibilité, qu’il s’agisse d’effets de style, de choix génériques, de mises en scène de soi ou de stratégies de diffusion de l’œuvre. S’il est par ailleurs question de négociation, c’est dans le sens d’un compromis entre singularisation et normalisation. Nous gageons, par cette approche, que cette injonction n’est pas seulement à lire comme une limitation mais peut s’avérer féconde. Loin de se réduire à des contraintes normatives ou à une uniformisation des formes, ces exigences peuvent aussi stimuler l’innovation et engendrer de nouveaux modes d’expression littéraire. Le développement des Souvenirs littéraires, l’essor de l’interview, la vogue des conférences d’auteur ou encore les lectures publiques dans les cabarets artistiques en sont autant d’exemples. Ces dispositifs participent d’une saturation de l’espace public par la figure de l’écrivain, tout en redéfinissant les modalités de la création littéraire. En réponse aux attentes médiatiques, ils instaurent de nouvelles formes de présence littéraire, à la fois scénographiques, discursives et sociales.

Penser la célébrité comme un impératif permet ainsi de rassembler des corpus et des pratiques en apparence hétérogènes, et d’en révéler les principes structurants. Les frontières traditionnellement établies – notamment entre littérature dite « populaire » et « grande littérature » consacrée par l’histoire littéraire – deviennent plus poreuses<sup>44</sup>. On peut être célèbre en tant qu’auteur dans une collection jeunesse, comme la comtesse de Ségur pour *La Bibliothèque rose*, en raison d’une œuvre unique, à l’image du *Gaspard de la Nuit* d’Aloysius Bertrand, ou en cultivant une posture publique particulière. De la même manière, selon qu’on est poète, romancier ou dramaturge, parisien ou provincial, homme ou femme, selon son origine sociale ou son engagement politique, les modalités d’accès à la célébrité varient, mais peuvent obéir à des logiques comparables. Dans cette perspective, la célébrité ne saurait être envisagée comme une simple propriété individuelle ni comme un sous-produit de la consécration. Elle doit plutôt être comprise comme un opérateur structurant du champ littéraire, qui en reconfigure les régimes de visibilité et les modes de légitimation. Elle engage un ensemble de dispositifs – médiatiques, sociaux, discursifs – à travers lesquels se négocient des positions et se stabilisent des formes d’auctorialité. Dès lors, l’analyse des trajectoires et des œuvres gagne à être réinscrite dans ces économies de la visibilité, où se redéfinissent ensemble les critères de reconnaissance, les hiérarchies symboliques et les conditions mêmes de production du littéraire.

---

44. Voir Julie Anselmini et Chantal Massol (dir.), *Écritures et discours « populaires » (XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles). Nouveaux regards*, Grenoble, UGA Éditions, coll. « Bibliothèque stendhalienne et romantique », 2023.

## Parcours

Les contributions réunies dans ce numéro s'organisent selon une progression qui mène d'une réflexion d'ensemble sur les transformations de la célébrité littéraire au XIX<sup>e</sup> siècle à l'analyse de trajectoires individuelles, avant de s'ouvrir sur ses marges et ses reconfigurations. L'article de José-Luis Diaz, placé en ouverture, formule l'hypothèse d'un basculement, après 1830, d'un régime de gloire à un régime de célébrité médiatique : celui-ci se distingue par son instabilité et son caractère prosaïque, à l'écart de l'idéal des premiers romantiques, tout en imposant aux écrivains de nouvelles tensions, entre rejet affiché et appropriation stratégique des formes de visibilité. Avant 1830 dominant le registre et l'imaginaire de la gloire, dont Chateaubriand, Stendhal et Balzac sont les représentants emblématiques. Toujours inaccessible, cette gloire est un « absolu », une « mystique à l'impératif ». La souffrance que génère cette poursuite forcément vaine de la gloire devient, dans un renversement tout romantique, la condition même de la grandeur. À partir de 1830, l'essor de la presse transforme l'espace littéraire, et la gloire cède la place à la célébrité – éphémère, démocratique, médiatique et dissociée de tout mérite. Marchandise parmi les marchandises, la célébrité se fabrique à grand renfort de réclame – et les écrivain·e·s de déployer alors « manèges » et « charlatanismes » destinés à se mettre en vitrine. De la nourriture préférée d'Eugène Sue au nombre de cigares fumés par George Sand, les écrivains « pass[ent] mythe sans difficulté ». Mais parmi ces derniers, les réactions ne sont pas toujours enthousiastes. José-Luis Diaz détaille ainsi les différentes postures adoptées par les auteurs et les autrices face à ce nouvel impératif de célébrité : Balzac, théorisant ce nouveau régime dans *La Comédie humaine* tout en y participant pleinement lui-même, offre un riche exemple de la position ambiguë des écrivains face à la célébrité.

Plusieurs études de cas mettent en lumière ces contradictions et ces ajustements que l'impératif de célébrité impose au fil du siècle. À travers les figures de François-René de Chateaubriand et Alphonse de Lamartine, Samantha Caretti montre la discordance entre une posture affichée de refus de la publicité et des pratiques effectives de promotion de soi, dans un geste pensé sur le mode sacrificiel. La chercheuse analyse les postures paradoxales de deux écrivains qui, tout en affichant leur répugnance pour les logiques de la réclame, font preuve d'une réelle expertise dans la gestion de leur image : Lamartine négocie avec ses éditeurs, supervise les annonces et soigne formats et prix de ses éditions jusqu'à rédiger lui-même certains articles, tandis que Chateaubriand déploie un « sens de la promotion » en accordant ses publications aux circonstances politiques du moment. La chercheuse se refuse cependant à réduire cette posture à un pur artifice rhétorique : le tiraillement entre l'idéal du sacerdoce poétique et les servitudes de la célébrité médiatique comporte, selon elle, une part de sincérité. Samantha Caretti étudie avec précision la façon dont Lamartine alterne entre une posture de poète dilettante, auteur par accident, et la recherche de « popularité », notion centrale pour qui s'intéresse à la célébrité au XIX<sup>e</sup> siècle – et dont un Béranger, poète aussi illustre en son temps qu'oublié de nos jours, fut l'incarnation.

Thierry Poyet prolonge cette dynamique au milieu du siècle en examinant les paradoxes de Gustave Flaubert : la question de la célébrité s'y reconfigure en enjeu

esthétique, davantage orienté vers l'œuvre que vers la personne de l'écrivain. Avec Flaubert, l'enjeu n'est plus de s'afficher comme le martyr d'un système honni, mais de refuser bel et bien d'y participer. Bien qu'il fréquente assidûment les salons littéraires et convoite les décorations, l'Ours de Croisset déclare n'écrire pour personne et refuse, par exemple, d'adapter ses romans pour le théâtre. Mais au-delà de la mondanité, ce qui animerait Flaubert, selon Poyet, c'est la postérité de son œuvre – ce pourquoi il refuse les « colifichets de pacotille » (l'Académie, les prix) au profit de « l'immortalité que donne le Beau ».

Avec Louisa Siefert, étudiée par Henri Berger-Martín, c'est une tension semblable qui se donne à lire : désireux d'une gloire nécessairement posthume, les parnassiens prônent l'effacement de soi et l'impersonnalité. Dans ce cadre, la recherche de la célébrité, démocratique et médiatisée, est frappée d'infamie. Toutefois, la poète, comme les autres jeunes parnassiens, aspire dans les faits à la reconnaissance immédiate. Berger-Martín parcourt les différentes stratégies mises en place par Siefert : le choix du théâtre, mais aussi d'une poétique autofictionnelle où sa propre vie est partiellement dévoilée dans sa production poétique. Outre la publication des œuvres et ses effets, la mise en musique des poèmes, par Massenet notamment, ainsi que les portraits picturaux ou photographiques constituent des canaux supplémentaires de construction de la notoriété poétique, dont témoigne également la correspondance. Mais le contrôle de son image d'autrice, *a fortiori* parce qu'elle est une femme, échappe partiellement à Louisa Siefert : elle est ainsi proclamée « Muse de la Patrie » durant la guerre franco-prussienne. Aussi la célébrité apparaît-elle comme un processus contradictoire, entre singulier et collectif, entre dévoilement de l'intimité et allégorisation à portée nationale.

Morgane Kieffer, enfin, déplace la perspective vers un horizon contemporain en montrant comment Pierre Michon, à partir de sa lecture d'Honoré de Balzac, pense la célébrité comme une tension constitutive de l'expérience littéraire elle-même, établissant ainsi un dialogue fécond entre les logiques du XIX<sup>e</sup> siècle et le monde littéraire contemporain. Balzac, aussi bien sujet à la « frime » que touché par la « Grâce », incarne le dimorphisme auctorial d'un XIX<sup>e</sup> siècle réinventé par le XXI<sup>e</sup>. La filiation établie entre Balzac et Michon par ce dernier révèle la permanence d'un imaginaire du « Grand Auteur » dans le champ littéraire contemporain – Morgane Kieffer analyse pourtant l'ironisation progressive à laquelle Michon soumet cette pensée de la consécration littéraire et de la monumentalisation au fil de son œuvre, de *Trois auteurs* (1997) à *J'écris l'Iliade* (2025).

Mais la célébrité littéraire ne saurait être pleinement comprise sans l'exploration de ses marges, où s'inventent des modalités alternatives – et parfois détournées – de visibilité et de reconnaissance. Étudiant ce qu'il appelle le « carnaval de la célébrité », Jean-Didier Wagner se penche sur un dispositif médiatique propre à la petite presse : le couple caricature-biographie, largement diffusé dans la deuxième moitié du XIX<sup>e</sup> siècle. Le paradoxe de ce produit médiatique tient à sa dimension comique : peut-on rendre célèbre en se moquant ? Jean-Didier Wagner voit dans cette « promotion par le rire » et dans l'autodérision caractéristique de cette presse bohème le révélateur du caractère carnavalesque de la fabrique de la célébrité au XIX<sup>e</sup> siècle – et le chercheur ne manque pas de

rappeler les nombreux liens métaphoriques qui unissent petite presse et univers de la foire et du cirque.

Dans son étude intitulée « Se faire un non », Pascal Durand analyse également la mise en place de « machines à célébrité » dans la presse, de Nadar à Dornac en passant par Eugène de Mirecourt. Ces machines produisent des singularités en série, au long de défilés souvent teintés d'ironie facétieuse : les portraits-charges y côtoient les biographies comiques. À la fin du siècle, une autre machine entre en jeu qui participe de la socio-dynamique culturelle de masse, fondée sur la grande presse cette fois qui fabrique la célébrité des écrivains à grand renfort de reportages, d'interviews et d'enquêtes comme celle de Jules Huret. Mais face à ces machines, les écrivains minoritaires font acte de résistance en inventant des espaces et des modes alternatifs de consécration. Ces « ripostes » du camp artiste émanent de Lautréamont, Rimbaud, Verlaine et surtout Mallarmé, qui théorise une « capillarité » de la reconnaissance, s'opérant magiquement pour ainsi dire et bien loin des opérations industrielles de la presse. Dans cette opposition entre la production mécanisée de la célébrité par les médias et les circuits de consécration de l'avant-garde, Pascal Durand voit la dissociation du « capital de visibilité » et du « capital symbolique », mais aussi la marque d'une disjonction entre champ médiatique et champ littéraire.

Mais tout le monde n'est pas Mallarmé, qui fonde sa posture d'auteur sur la rareté, l'invisibilité et la reconnaissance de quelques *happy few*. Les écrivains que l'histoire littéraire appelle *minores* ont déployé des stratégies moins élitistes pour capter une part de renommée. Vincent Laisney s'attache à ces formes de célébrité indirectes, acquises en prenant appui sur une instance mieux dotée symboliquement. Il existe ainsi une célébrité collective, qu'obtient l'individu en s'affiliant à un groupe identifié (les romantiques, les naturalistes, les symbolistes) ; une célébrité « par ricochet », lorsque des proches d'un « grand auteur » tirent leur notoriété de leur proximité même avec celui-ci, indépendamment de tout mérite littéraire ; enfin une célébrité « en différé », lorsque des auteurs mineurs exploitent rétrospectivement leurs souvenirs des grandes figures – ce que Vincent Laisney appelle le « capital mémoriel » – et publient leurs *Souvenirs* afin de s'approprier un peu du rayonnement posthume du grand homme autrefois fréquenté. Toute la question porte donc sur la possibilité de conversion du capital mémoriel en capital de visibilité. Si la déperdition est considérable, une telle opération n'en est pas moins réelle : Boswell est connu par Samuel Johnson, Maxime Du Camp par Flaubert.

Afin de conclure le numéro, il nous a semblé essentiel d'aborder explicitement la question de la célébrité sous l'angle du genre. L'entretien avec Damien Zanone met en évidence les contraintes spécifiques qui pèsent sur les écrivaines au XIX<sup>e</sup> siècle, prises dans une tension entre visibilité publique et normes sociales, et montre comment celles-ci élaborent des stratégies de contournement, de négociation ou de redéfinition de la célébrité. Le supplément proposé par Sophie Bros et Violaine François prolonge ces analyses en donnant à lire des textes intimes et fictionnels d'écrivaines, qui permettent de saisir au plus près les formes concrètes et situées d'une expérience genrée de la célébrité littéraire.

Ainsi, de l'analyse des cadres médiatiques aux études de cas, puis des formes marginales aux enjeux de genre, ce numéro entend rendre compte de la complexité d'un impératif de célébrité qui, loin de se réduire à une simple quête de reconnaissance, engage en profondeur les pratiques, les postures et les représentations de l'écrivain-e moderne.

## Bibliographie

- ANSELMINI Julie et MASSOL Chantal (dir.), *Écritures et discours « populaires » (XIX<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles). Nouveaux regards*, Grenoble, UGA Éditions, coll. « Bibliothèque stendhalienne et romantique », 2023.
- ARTIAGA Loïc et LETOURNEUX Matthieu, *La Culture de masse en France. 2. 1930-1990*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », 2026.
- AUTHIER Catherine, « La naissance de la star féminine sous le Second Empire », dans Jean-Claude Yon (dir.), *Les Spectacles sous le Second Empire*, Paris, Armand Colin, 2010, p. 342-356.
- BALZAC Honoré de, *La Cousine Bette* [1846-1847], Paris, Flammarion, coll. « GF », 1977.
- *Modeste Mignon* dans *La Comédie humaine*, Pierre-Georges Castex (dir.), Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », 1976, t. I.
- CERQUEIRA DOS ANJOS Yuri, RANNAUD Adrien et SIMARD-HOUE Mélodie (dir.), « La vedette et ses plumes : presse, littérature et célébrité », *Sur le journalisme/About Journalism/Sobre Jornalismo*, vol. 14, n° 2, 2025.
- CHEVALLEY Sylvie, *Rachel. « J'ai porté mon nom aussi loin que j'ai pu »*, Paris, Calmann-Lévy, 1989.
- DELORD Taxile, « Les Biographes », *Le Siècle*, 27 octobre 1856, p. 3.
- DIAZ Brigitte (dir.), *L'Auteur et ses stratégies publicitaires au XIX<sup>e</sup> siècle*, Caen, Presses universitaires de Caen, coll. « Symposia », 2019.
- DIAZ José-Luis, *L'Écrivain imaginaire. Scénographies auctoriales à l'époque romantique*, Paris, Honoré Champion, coll. « Romantisme et Modernités », 2007.
- DIVOIRE Fernand, *Introduction à l'étude de la stratégie littéraire*, Paris, E. Sansot & Cie, 1912.
- DUCKETT William (dir.), *Dictionnaire de la conversation et de la lecture*, Paris, Firmin-Didot / Michel Lévy frères, 1853-1860, t. IV, 1853.
- FILIPPI Florence, HARVEY Sara et MARCHAND Sophie (dir.), *Le Sacre de l'acteur. Émergence du vedettariat théâtral de Molière à Sarah Bernhardt*, Paris, Armand Colin, coll. « Collection U », 2017.
- GABLER Neal, *Winchell: Gossip, Power, and the Culture of Celebrity*, New York, Knopf, 1994.
- GAMSON Joshua, *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*, Berkeley, University of California Press, 1994.
- GLINOER Anthony, *La Querelle de la camaraderie littéraire : les romantiques face à leurs contemporains*, Genève, Droz, coll. « Histoire des idées et critique littéraire », 2008.
- et LAISNEY Vincent, *L'Âge des cénacles. Confraternités littéraires et artistiques au XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Fayard, 2013.
- GRELLET-DUMAZEAU Théodore, *Traité de la diffamation, de l'injure et de l'outrage*, Riom, E. Leboyer / Paris, Joubert, 1847, t. I.
- HEINICH Nathalie, « La culture de la célébrité en France et dans les pays anglophones. Une approche comparative », *Revue française de sociologie*, vol. 52, n° 2, 2011, p. 353-372.
- *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 2012.
- HORTON Donald et WOHL R. Richard, « Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance », *Psychiatry*, vol. 19, n° 3, 1956, p. 215-229.
- JUAN Myriam et PICARD Nicolas, « Célébrité, gloire, renommée. Introduction à l'étude historique du fait d'être connu de ceux que l'on ne connaît pas », *Hypothèses*, n° 15, 2012, p. 87-96.
- KALIFA Dominique, *La Culture de masse en France. 1. 1860-1930*, Paris, La Découverte, coll. « Repères », 2001.
- LAFFITTE Paul, *Jéroboam ou la Finance sans ménagerie*, Paris, Éditions de la Sirène, 1920.

- LEVIN Marceau et MEIZOZ Jérôme (dir.), « La célébrité littéraire : dispositifs, injonctions, négociations. xx<sup>e</sup>-xxi<sup>e</sup> siècles », *Relief*, vol. 20, n° 2, 2026, à paraître.
- LILTI Antoine, *Figures publiques. L'Invention de la célébrité (1750-1850)*, Paris, Fayard, coll. « L'épreuve de l'histoire », 2014.
- Le Magasin du XIX<sup>e</sup> siècle*, « La machine à gloire », n° 7, Champ Vallon, 2017.
- MARSHALL P. David, *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1997.
- MCDAYTER Ghislaine, *Byromania and the Birth of Celebrity Culture*, Albany (NY), State University of New York Press, coll. « SUNY series, Studies in the Long Nineteenth Century », 2009.
- MEIZOZ Jérôme, *Postures littéraires. Mises en scène modernes de l'auteur*, Genève, Slatkine Érudition, 2007.
- *La Fabrique des singularités. Postures littéraires II*, Genève, Slatkine Érudition, 2011.
- *La Littérature en personne. Scène médiatique et formes d'incarnation*, Genève, Slatkine Érudition, 2016.
- *Faire l'auteur en régime néo-libéral. Rudiments de marketing littéraire*, Genève, Slatkine Érudition, 2020.
- MORIN Edgar, *Les Stars*, Paris, Éditions du Seuil, coll. « Le Temps qui court », 1957.
- RIGAULT Hippolyte, « Feuilleton du *Journal des Débats*. Revue de quinzaine », *Le Journal des Débats*, 10 décembre 1857.
- SAINTE-BEUVE, « M. de Senancour » [1832], *Portraits contemporains*, éd. Michel Brix, Paris, Presses universitaires de Paris-Sorbonne, coll. « Mémoire de la critique », 2008, p. 155-156.
- « Victor Hugo en 1831 », *Portraits contemporains*, éd. Michel Brix, Paris, Presses universitaires de Paris-Sorbonne, coll. « Mémoire de la critique », 2008, p. 390.
- TARDE Gabriel, *L'Opinion et la foule*, Paris, Félix Alcan, 1901.
- THERENTY Marie-Ève, *La Littérature au quotidien. Poétiques journalistiques au XIX<sup>e</sup> siècle*, Paris, Seuil, coll. « Poétique », 2007.
- « Thérèse Trimm : le mariage du café-concert et de la petite presse », dans Élisabeth Pillet et Marie-Ève Thérénty (dir.), *Presse, chanson et culture orale au XIX<sup>e</sup> siècle. La parole vive au défi de l'ère médiatique*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2012, p. 41-63.
- THERENTY Marie-Ève et WRONA Adeline (dir.), *L'Écrivain comme marque*, Paris, Sorbonne Université Presses, coll. « Lettres françaises », 2020.
- VAILLANT Alain, *La Crise de la littérature. Romantisme et modernité*, Grenoble, ELLUG, coll. « Bibliothèque stendhalienne et romantique », 2005.
- VAILLANT Alain et THERENTY Marie-Ève, 1836. *L'an I de l'ère médiatique. Étude littéraire et historique du journal La Presse d'Émile de Girardin*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2001.
- VILLIERS DE L'ISLE-ADAM Auguste, « La Machine à gloire », *Contes cruels* [1883], Paris, Calmann-Lévy, 1893, p. 61-82.
- WRONA Adeline, *Face au portrait. De Sainte-Beuve à Facebook*, Paris, Hermann, coll. « Cultures numériques », 2012.
- « Le portrait-carte, de la photographie au journal. Le marché périodique du portrait d'écrivain », *CONTEXTES* n° 14, « Le portrait photographique d'écrivain », dir. Jean-Pierre Bertrand, Pascal Durand et Martine Lavaud, 2014. [doi.org/10.4000/contextes.5942](https://doi.org/10.4000/contextes.5942)