

Grands et petits, marbres et plâtres : le carnaval de la célébrité

Jean-Didier Wagneur, Bibliothèque nationale de France 

RELIEF – Revue électronique de littérature française
Vol. 20, n° 1 : « Les écrivain·e·s du XIX^e 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

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

Pour citer cet article

Jean-Didier Wagneur, « Grands et petits, marbres et plâtres : le carnaval de la célébrité », *RELIEF – Revue électronique de littérature française*, vol. 20, n° 1, 2026, p. 100-120.
doi.org/10.51777/relief27037

Grands et petits, marbres et plâtres : le carnaval de la célébrité

JEAN-DIDIER WAGNEUR, Bibliothèque nationale de France

Résumé

Dans un contexte où la presse devient le premier vecteur de visibilité, le petit journal satirique et littéraire occupe une position importante mais généralement méconnue. Animé par un personnel d'écrivains-journalistes, ce type de publication est en effet prédisposé au compte rendu de la vie littéraire et artistique, d'autant que les législations répressives (1835 puis 1852) l'ont vite contraint à désertier le combat politique. Le petit journal a élaboré une forme particulièrement récurrente : la biographie caricaturale qui apparaît tôt et pollinise l'ensemble du champ. Elle offre aux écrivains une célébrité par le rire soutenue à la fois par un *storytelling* et la fabrique d'un « double caricatural » qui prennent place dans un monde fictionnel en accord avec l'imaginaire des pratiques sociales.

À notre époque, les écrivains qui visent à l'immortalité, au lieu d'aller frapper au *Temple de Mémoire*, comme on disait il y a cinquante ans, vont tout simplement frapper à la porte d'un *courtier de publicité*, et ce personnage lui vend, à prix débattu, de l'immortalité pour vingt-quatre heures. – À moins qu'il n'ait payé pour être mis sur les planchettes affiches des cafés de Paris, car alors l'immortalité dure un mois tout entier. – C'est bien gentil¹ !

Nous aborderons la question de la participation des écrivains au jeu médiatique de la célébrité² dans le périmètre de la petite presse littéraire et satirique, où cette notion est d'un emploi constant. Elle s'y articule en effet à l'espace et à la temporalité portés par la civilisation du journal³ en liaison avec l'expansion des industries de la publicité. La mission éminemment prescriptive du petit journal, s'affirmant comme le *courtier de la vie moderne*, en fait un vecteur de diffusion important au service de l'individualisme du dix-neuvième siècle. Certes, il n'est pas le seul support : presse quotidienne et hebdomadaire, imprimés, lithographies, gravures, affiches, photographies, encarts et objets publicitaires offrent des approches

-
1. « La Gloire à notre époque », *La Caricature*, 24 janvier 1841.
 2. Sur l'histoire de ce concept et les notions associées, on se reportera à Antoine Lilti (*Figures publiques. L'invention de la célébrité (1750-1850)*, Paris, Fayard, 2014) et pour une approche sociologique à Nathalie Heinich (*De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard, 2012). On peut approcher la période à laquelle nous nous attachons à la jonction de ces deux problématiques confrontées à l'intense développement de la presse et de la publicité sous ses formes multiples. Le concept de célébrité y est fortement attesté en même temps que les industries de l'image favorisent au sens premier la visibilité.
 3. Dominique Kalifa, Philippe Régnier, Marie-Ève Thérénty et Alain Vaillant (dir.), *La Civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIX^e siècle*, Paris, Nouveau Monde éditions, 2011. Une analyse des fréquences des occurrences sur Gallicagram souligne la forte présence du terme « gloire » puis de celui de « célébrité » dans le corpus général de la presse. Les deux courbes tendent à se rapprocher à partir de 1850. Ce résultat est néanmoins à relativiser en fonction des titres numérisés, des données OCR disponibles, de l'impossibilité de catégoriser les types de presse et surtout de la non-segmentation entre articles et publicités.

segmentées investissant toutes les formes possibles de la notoriété : des célébrités artistiques jusqu'à celles de la rue, en passant par celles de la médecine, de la finance, de l'industrie, des bals et des cafés, non sans s'intéresser par contrecoup aux oubliés et délaissés. Tout au long du siècle, des centaines de petits journaux ont néanmoins assuré une grande part de la communication littéraire⁴ : comptes rendus de publication, biographies, échos, reportages et interviews. De fait, ils ont joué un rôle important dans la médiatisation des actrices et acteurs des champs politique et culturel. Ces interventions ne sont pas seulement de nature textuelle, l'image leur est fréquemment associée pour produire une forme fréquente : la *biographie caricaturale* que chaque titre adapte à sa ligne éditoriale⁵. Nous nous intéresserons ici à la manière dont elle se développe dès le *Panthéon charivarique* (1838-1842) de Benjamin Roubaud, avec d'autres questions : comment le petit journal s'inscrit-il dans une économie de la célébrité qui affecte aussi son personnel d'écrivains-journalistes ? Comment la nature comique de cette presse affecte-t-elle l'axiologie classique du mérite et de la valeur qui fait toujours partie de la conscience bourgeoise dominante comme du champ littéraire⁶ ?

Une collusion d'intérêts

Rappelons qu'au XIX^e siècle, le personnel de la petite presse n'est pas composé de journalistes professionnels mais de gens de lettres. Sauf rares exceptions, les écrivains ont tous été contraints, à un moment de leur carrière, d'écrire pour le journal, tant pour des raisons économiques que pour acquérir de la visibilité. Le compte rendu de la vie littéraire est ainsi mené par un personnel qui est non seulement partie prenante du champ, mais soumis au même impératif : s'imposer dans le monde médiatico-littéraire pour se faire un nom puis pour progresser. Que ce soit collectivement (la rédaction) ou individuellement, se servir du journal comme outil d'autopromotion est une pratique constante, résultat d'une acculturation au nouveau monde médiatique qui se met en place sous la monarchie de Juillet.

La célébrité est économiquement nécessaire, car avec l'aspiration de l'écrivain à la reconnaissance de sa valeur littéraire se pose aussi la question de son crédit commercial. Cela d'autant qu'avec la pratique généralisée du feuilleton (chroniques ou romans) et des variétés, le journal a progressivement pris la place régaliennne du livre auprès du lectorat⁷. L'écrivain vit désormais dans un régime des lettres hybride et fortement communicationnel, qui stimule les ambitions et nourrit l'arrivisme. La vocation artistique qui s'est démocratisée à partir du

4. Alain Vaillant, « Pour une histoire de la communication littéraire », *Revue d'histoire littéraire de la France*, vol. 103, n° 3, 2003, p. 549-562.

5. Sur le biographique, voir Hélène Dufour, *Portraits, en phrases. Les recueils de portraits littéraires au XIX^e siècle*, Paris, Presses universitaires de France, 1997 ; Jean-Luc Chappey, *Ordres et désordres biographiques. Dictionnaires, listes de noms, réputation, des Lumières à Wikipédia*, Seyssel, Champ Vallon, 2013 ; Marceau Levin, *La Fabrique des hommes du jour. Les biographies contemporaines en France (1850-1870)*, thèse de doctorat, Université de Sherbrooke et Université Lumière Lyon 2, 2023.

6. Notons que c'est l'époque où la librairie multiplie les œuvres complètes du corpus canonique des « grands écrivains de la France » pour reprendre une célèbre collection de Hachette, pratique partagée par les écrivains du siècle. Cela s'accompagnant de la portraitomanie et de la statuomanie.

7. C'est une fréquente constatation ; voir l'étude d'Arnould Frémy, *Comment lisent les Français d'aujourd'hui ?*, Paris, C. Lévy, 1878.

romantisme a induit une plus forte compétition avec l'entrée de nouveaux candidats en quête d'espace de publication et de visibilité⁸. L'écrivain doit donc déjà être connu pour être édité et vendre ses productions, plus tard pour obtenir des distinctions voire des sinécures (bibliothèques, académies ou charges diverses). Cette question de l'argent est déterminante en dernière instance, bien que scotomisée par un biais idéaliste hérité d'un éthos chrétien latent, qui modèle la perception de l'artiste et de son travail sur un scénario quasi monacal. Autrement dit, seule la quête de la gloire littéraire devrait faire vivre un auteur déjà suffisamment comblé par le simple fait d'être publié : idée qui perdure, comme en témoignent les débats sur le statut de l'auteur dans la société contemporaine.

Quant au monde de l'édition, celui-ci a vite assimilé les procédures de la communication moderne. Les éditeurs recherchent la publicité de leurs marchandises, ils ont une connaissance précise des journalistes, de leur sensibilité et leur font le service de presse de leurs productions, tout en insérant parallèlement des annonces publicitaires dans les journaux. Les plus importants sont parfois actionnaires ou propriétaires de titres⁹ et en attendent un effet sur leur chiffre d'affaires. En conséquence, champ littéraire et champ médiatique interfèrent constamment et la question de la célébrité se trouve prise au centre d'une collusion d'intérêts.

Fabrique de la célébrité

Dès la monarchie de Juillet, les journaux parlent de plus en plus des hommes et des femmes du jour, en cherchant à repérer celles ou ceux de demain. Chaque titre « pousse » sur le devant de la scène des individualités dont le profil lui est compatible, soit esthétiquement soit politiquement, voire appartient aux mêmes réseaux de sociabilités. De même, chaque journal a ses cibles privilégiées, les « plastrons¹⁰ » dont il se moque, mais la forte viralité médiatique ajoute aussi ses exigences : il faut parler d'untel parce que les autres titres en parlent, la mission du journal étant de « coller » à l'actualité. Reste que ce phénomène reposant sur la répétition, la mémoire du lecteur ne retient souvent d'un nom que le fait qu'il est connu, au mieux qu'il s'agit d'un écrivain, d'un comédien ou d'un artiste. La célébrité est à ce stade plus statistique que qualitative et logiquement cette configuration relève de la tautologie. C'est

8. Population assimilée à une bohème littéraire dès la fin des années 1830, notion qui va se développer comme une mythologie des lettres.

9. Voir Jean-Yves Mollier, *Michel et Calmann Lévy ou la Naissance de l'édition moderne. 1836-1891*, Paris, Calmann-Lévy, 1984 ; Valérie André, Paul Aron et Jean-Didier Wagneur, avec la collaboration de Françoise Cestor, *Abécédaire Monselet*, Tusson, Du Lérot, 2024, notamment la notice : « Semaine théâtrale (La) », p. 247-248.

10. Terme du vocabulaire militaire : « pièce de devant de la cuirasse, qui préserve la poitrine » (Larousse). En escrime, elle protège le tireur. A ensuite pris le sens de quelqu'un « en butte aux importunités, aux plaisanteries, aux sarcasmes des autres » (*ibid.*). La petite presse a adopté ce terme pour désigner ses victimes habituelles, celles qui sont très régulièrement éreintées. On les a aussi dénommées « têtes de Turc » ou « têtes de pipes » en relation avec les attractions foraines du même nom. Reposant sur le comique de répétition, ce sont souvent des plaisanteries propres à la subculture de chaque journal qu'il partage en connivence avec ses lecteurs. Ainsi d'Hippolyte de Villemessant dans la petite presse ou de Francisque Sarcey dans *Le Chat noir*.

ce que résume ce bon mot attribué à Heinrich Heine : « il était connu pour sa notoriété¹¹ ». Aussi pour asseoir la célébrité d'un nom faut-il encore lui associer une « vie » d'écrivain.

L'individualisme exacerbé couplé au développement de la réclame, le *struggle for life* darwinien qui règlera de plus en plus la compétition littéraire¹² ont obligé les acteurs culturels à la mise en scène de soi : ce que José-Luis Diaz a théorisé autour du « scénario auctorial¹³ ». Dans la ligne des analyses de Paul Valéry du champ littéraire, Daniel Oster a parallèlement souligné que « l'écrivain ne peut jamais être un sujet qu'à condition d'être aussi ou d'abord une *figure*. Il lui faut toujours à cet égard "entrer en scène", et en littérature les coulisses mêmes font partie de la scène¹⁴ ». Ouvrir les coulisses est une fonction cardinale du petit journal, qui se plaît à combler le tropisme voyeur du lecteur en révélant des moments de vie publique ou privée, en visitant les bureaux et les ateliers, en croquant l'écrivain au café ou en robe de chambre, jusqu'à s'attacher à sa vie sentimentale, son animal domestique¹⁵ ou à ses instruments de travail. Si le principe de saturation peut imposer un nom, une personnalité ne peut véritablement prendre vie dans l'espace public qu'à partir d'une fiction, un récit emblématique. Le *storytelling* prend alors le relais du scénario auctorial, en offrant une *vulgate* que les journaux construisent en faisant de la vie des autrices et auteurs une légende. Que ce soit Sand, Nerval ou Baudelaire, le journaliste prélève et amplifie un détail de leur existence : le vêtement masculin de l'une, le homard en laisse de l'autre, les cheveux verts du troisième. Ce sont, parmi bien d'autres, des biographèmes sensationnels plus ou moins controuvés qui portent quasiment une individualité sur une tête d'épingle. La *persona*¹⁶ médiatique composée d'un nombre restreint de traits définissant une individualité a pris le pas sur l'auteur et l'anecdote sur l'œuvre.

L'entrée de l'image lithographique dans la presse est venue compléter ce dispositif qui s'est paradoxalement constitué en détournant une forme classique de la *fama* fortement connotée : « le panthéon¹⁷ ». La naissance de cette microforme¹⁸ hybride est largement redevable à Benjamin Roubaud.

11. Cette citation court les livres sans qu'on en puisse localiser la source, cela jusqu'à Louis Althusser et Jacques Roubaud.

12. Notamment au sein de la génération de 1870. Voir Émile Goudeau, *Dix ans de bohème*, éd. Michel Golfier et Jean-Didier Wagneur, avec la collaboration de Patrick Ramseyer, Seyssel, Champ Vallon, 2000.

13. José-Luis Diaz, *L'Écrivain imaginaire. Scénographies auctoriales à l'époque romantique*, Paris, Honoré Champion, 2007.

14. Daniel Oster, « Préface », dans Albert Cassagne, *La Théorie de l'art pour l'art en France chez les derniers romantiques et les premiers réalistes* [1906], Seyssel, Champ Vallon, coll. « Dix-neuvième », 1997, p. 8. On se reportera aussi à *L'Individu littéraire*, Paris, Presses universitaires de France, 1997 et à *La Gloire*, Paris, P.O.L., 1997.

15. Voir Georges Docquois, *Bêtes et Gens de lettres*, Paris, E. Flammarion, 1895.

16. La petite presse a largement usé de ce principe dans son fonctionnement même, voir *infra* et Jean-Didier Wagneur, « Vignettes, profession de foi, univers fictionnels. Un dispositif médiatique de la petite presse », dans Delphine Gleizes et Axel Hohnsbein (dir.), *Visages de l'objet imprimé. Les frontispices au XIX^e siècle*, Paris, Sorbonne Université Presses, 2024, p. 405-422.

17. Voir Jean-Claude Bonnet, *Naissance du Panthéon. Essai sur le culte des grands hommes*, Paris, Fayard, 1998.

18. Guillaume Pinson et Marie-Ève Thérenty (dir.), « Microrécits médiatiques. Les formes brèves du journal, entre médiations et fiction », *Études françaises*, vol. 44, n° 3, 2008.

Du Panthéon littéraire au Panthéon médiatique

Genre en évolution au cours du siècle, le biographique plonge ses racines dans l'Antiquité. Les programmes des lycées et collèges ont en effet modelé l'éloquence de plusieurs générations de journalistes au contact des *Hommes illustres*, de *La Vie des douze Césars*, des *Vies parallèles* et du *De Viris illustribus* (1779) de l'abbé Lhomond¹⁹. Le discours y est gouverné par la vertu, l'exemplarité, l'héroïsme, c'est l'inscription dans la mémoire de figures tutélaires : la constitution d'un Panthéon.

Celui-ci existe toujours sous sa forme imprimée officielle ou académique²⁰, mais il est progressivement confronté aux pastiches initiés par la communication médiatique en régime réclamista et en voie de massification. Le petit journal a parallèlement mis en place un système de publicité reposant sur le comique, comme nous le verrons, qui fonctionne comme un instrument puissant au service des productions culturelles. Cela a induit un brouillage de l'axiologie classique héritée de l'Antiquité qui se poursuit en mineur dans les milieux littéraires marqués par le romantisme et en tension avec le nouveau critère de la célébrité qu'a analysé Antoine Lilti. Qu'est-ce qu'être célèbre, si ce n'est devenir une « illustration » pour des raisons accessoires : des faits et gestes, des bons mots, une différence, voire une excentricité qui fascinent une société urbaine aliénée et dont l'existence factice réclame des héros modernes, des expériences et des divertissements. Le périodique a pour fonction d'écrire le présent et de lancer les modes, il favorise le présentisme²¹, l'immédiateté et sait s'adapter à la rumeur comme aux opportunités. Cela impose deux espaces et deux temporalités concurrentes qui cohabitent néanmoins dans le système, même si elles restent fondamentalement antithétiques : à savoir, pour les artistes, l'éternité de la gloire *versus* la gloriole médiatique. Voisinent ainsi selon une opposition fréquente dans l'imaginaire social : le « marbre » et le « plâtre »²². Le présent impose l'oxymorique « célébrité du jour » repris à satiété. On admire certes Voltaire, Rousseau, Hugo, mais aussi nombre de fétiches éphémères qui tous voisinent sans solution de continuité dans les gazettes.

19. Il en est de même pour la formation des dessinateurs de presse au sein des Beaux-Arts et des ateliers où ils étudient et imitent les grandes œuvres de l'histoire de l'art.

20. *Le Charivari* ne se contente pas de faire sourire des célébrités du temps, mais assure aussi parallèlement et sérieusement leur promotion. Ainsi Charles Philippon pour la direction des dessins et Louis Huart pour celle des textes, lancent-ils, en même temps que le *Panthéon charivarique*, la *Galerie de la presse, de la littérature et des beaux-arts* qui de 1839 à 1841 publie des biographies illustrées du tout-Paris culturel. Benjamin Roubaud y a participé comme les autres dessinateurs du journal. On dénombre aussi de nombreuses entreprises usant de la photographie avec les contributions au moins de trois artistes importants : Eugène Disdéri, *Galerie des contemporains*, texte biographique par Dollingen, Paris, Chez les Auteurs, 1860-1862 ; Étienne Carjat, *Panthéon parisien, album des célébrités contemporaines*, biographies par Louis Jourdan, Paul de Saint-Victor, Méry [et al.], Paris, à la photographie Carjat, 1864, et la *Galerie contemporaine littéraire, artistique, publication hebdomadaire formant album de luxe*, Paris, L. Baschet, 1876-1884 ; Pierre Petit, *Galerie des hommes du jour*, Portraits photographiés de la maison Pierre Petit et Trinquart exécutés d'après nature par Pierre Petit, biographie rédigée d'après des documents authentiques sous la direction de Théodore Pelloquet, Paris, 1861. On se reportera aussi à Adeline Wrona, « Des Panthéons à vendre : le portrait d'homme de lettres, entre réclame et biographie », *Romantisme*, n° 155, 2012, p. 37-50.

21. François Hartog, *Chronos. L'Occident aux prises avec le temps*, Paris, Gallimard, 2020.

22. Par exemple : Laurent Tailhade, *Plâtres et Marbres*, Paris, Eugène Figuière et C^{ie}, 1913.

***Le Panthéon charivarique* de Benjamin Roubaud**

Un panoramique des industries biographiques illustrées de la célébrité littéraire produites par le petit journal se doit de débiter par le *Panthéon charivarique* de Benjamin Roubaud. Il y eut certes auparavant, notamment dans *La Caricature* et *Le Charivari*, nombre de portraits-charges, mais Roubaud invente proprement un format médiatique qu'il sérialise en posant les composantes du genre.

Publié du 18 février 1838 jusqu'au 6 juin 1842 dans *Le Charivari*²³, le *Panthéon charivarique* est constitué de cent caricatures. La librairie Aubert les proposait parallèlement en vente à l'unité à soixante centimes avec possibilités de souscription, et elles seront assez vite réunies en volume²⁴. Né en 1811, Benjamin Roubaud est entré au *Charivari* en septembre 1833 et n'a que vingt-sept ans lorsqu'il s'attaque à son projet. C'est le « benjamin²⁵ » d'une rédaction qui compte d'illustres signatures : Philippon, Grandville, Daumier, Traviès et Gavarni. Outre les caricatures politiques et sociales publiées avant les lois de 1835, Jean-Pierre Dantan (Fig. 1), son aîné d'une dizaine d'années, y a donné des représentations de ses bustes caricaturaux des grandes figures du temps qui avaient pour vocation de décorer les intérieurs bourgeois. Ses sculptures ont été reproduites et réunies en un *Musée Dantan* publié chez Delloye en 1838 dont le titre complet est *Galerie des charges et croquis des célébrités de l'époque*. Le journal cite ce précédent dans le prospectus du *Panthéon charivarique*, tout en insistant sur la singularité du projet du jeune dessinateur :

Ces charges ne sont point une imitation servile de celles de Dantan. M. Benjamin, l'artiste intelligent et spirituel auquel nous avons confié leur exécution, les a conçues sous un autre point de vue. On a pu remarquer en effet que les charges de Dantan, si piquantes en plâtre, perdaient, reproduites au crayon beaucoup de leur esprit et de leur ressemblance.

Cela prouve que les conditions d'un bon travail de ce genre diffèrent essentiellement pour la peinture et pour la statuaire. C'est en peintre que M. Benjamin a compris et rendu les siennes. Le *Panthéon charivarique* sera donc une œuvre tout à fait originale, en même temps qu'un des monuments les plus complets, et nous osons dire, les plus curieux de la charge contemporaine²⁶.

Chaque caricature du *Panthéon charivarique* est accompagnée non d'une biographie comme dans le recueil de Dantan – c'est Louis Huart, un journaliste du *Charivari*, qui les avait rédigées – mais d'une strophe humoristique en vers de mirliton qui rééquilibre souvent le trait incisif d'un éloge. Le *Panthéon charivarique* reflète la physionomie littéraire et artistique de l'époque et nombre de ces dessins sont restés dans la mémoire : Hugo pensif adossé à Notre-Dame (Fig. 2), un pied sur le Théâtre-Français, l'autre sur l'Académie ; Balzac en robe de chambre ;

23. L'abonnement au journal coûte soixante francs, vingt francs plus cher que le quotidien *La Presse* de Girardin, ce qui induit un lectorat aisé, lettré et jeune. Mais la particularité de ces journaux est leur large affichage et les circulations secondaires (cafés, prêts entre amis, cabinets de lecture...).

24. La datation pose néanmoins problème. Il semble que l'album ait été commercialisé avant même la fin de la publication dans *Le Charivari*. Il l'a été aussi par sections : soixante planches en 1839, soixante-huit en 1841, puis la totalité chez Beauger (16, rue du Croissant) en 1842.

25. Il choisira son seul prénom pour signer ses productions.

26. « Panthéon charivarique », *Le Charivari*, 18 février 1838.

Gautier en Jeune-France. Chaque planche précise la profession du caricaturé : acteurs et auteurs dramatiques ; chanteurs, compositeurs et instrumentistes ; journalistes, littérateurs, romanciers, poètes et critiques ; dessinateurs, peintres et sculpteurs. Les modèles reflètent les pratiques culturelles du lectorat. En utilisant la catégorisation qui figure sur la marge supérieure des estampes, on peut calculer que c'est le monde du théâtre qui domine (32 %), viennent ensuite les Beaux-Arts (20 %) en liaison avec le Salon, puis à égalité le journalisme et la littérature (17 %), enfin la scène lyrique (14 %) qui, si on l'ajoute au théâtre, monte la part des spectacles, premiers loisirs des Parisiens, à 46 %.

Tous les sujets sont représentés en situation, dotés de cette « grosse tête » qui est la signature de Roubaud et qui va largement s'imposer. Les acteurs sont représentés en scène ou en costume de leur plus récent succès ; les hommes de lettres assis souvent à leur bureau ; les peintres et les sculpteurs devant le chevalet ou la selle. Chacun a un trait physique accentué, la chevelure, le front, le nez, l'embonpoint, voire un habit en conformité avec son avatar. Ainsi Roger de Beauvoir parade en « lion » du boulevard et l'austère Gustave Planche, critique de la *Revue des deux mondes*, en pauvre hère. Enfin, comme dans toute mythologie et hagiographie, ces personnalités se distinguent par des attributs – instruments de leur « martyre » –, permettant au lecteur de les identifier rapidement : pour les écrivains, ce sont leurs livres aux titres bien apparents, des succès de librairie qui peuvent aussi déterminer leur apparence physique. Si Daumier tient simplement sous le bras son recueil des dessins de Robert Macaire, Frédéric Soulié, auteur des *Mémoires du diable* (1837), laisse voir un appendice caudal satanique, Paul Delaroche, peintre d'histoire, est grimé en Napoléon et, le calembour régnant ici, Paul de Kock se présente évidemment en un étrange gallinacé.

Usant de la réduction caricaturale et de l'exagération²⁷ qui typifie ses sujets, Benjamin Roubaud sérialise un dispositif textuel et iconique qui fera modèle. La référence au Panthéon y est triplement affirmée. D'abord dès le titre de la série, avec l'épithète « charivarique²⁸ » qui l'inscrit d'emblée dans la tonalité foraine²⁹ de cette presse. Puis avec la caricature qui ouvre l'album³⁰ où Roubaud se met en scène grimpé sur une échelle adossée au célèbre monument (Fig. 3). La sentence officielle du fronton, « Aux grands hommes la patrie reconnaissante », est détournée en un « Aux grands hommes la Charge reconnaissable ». Enfin, le Panthéon est présent dans la caricature de David d'Angers qui, à la suite de la commande de Guizot, en 1830, en avait sculpté le nouveau fronton. Le poème qui accompagne sa caricature est une

27. « [La caricature] consiste à forcer dans un seul sens un trait, et un seul, chez un être conjuguant en lui de façon équilibrée une multitude de traits qui se limitent mutuellement et composent une unité » (Georg Simmel, « Sur la caricature », dans *La Parure et autres essais*, trad. et prés. Michel Collomb, Philippe Marty et Florence Vinas, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1998).

28. Voir Valérie Stiénon, « La communauté charivarique de la blague », dans Alain Vaillant et Yoan Vêrilhac (dir.), *Vie de bohème et petite presse du XIX^e siècle*, Nanterre, Presses universitaires de Paris Nanterre, 2018, p. 57-69.

29. Sur cette dimension, voir Jean-Didier Wagneur, « Le journalisme au microscope. Digressions bibliographiques », *Études françaises*, vol. 44, n° 3, 2008, p. 23-44 ; « Les enfants des paradistes », *Le Magasin du XIX^e siècle*, n° 9, « L'universel cabotinage », José-Luis Diaz et Jean-Claude Yon (dir.), 2019, p. 95-100 ; et « Le vaudevillisme du petit journal : Momus, Arlequin et Bilboquet », *Romantisme*, « Vaudevillesque », Violaine Heyraud (dir.), n° 213, 2026, à paraître.

30. Elle conclut la série et a paru le 6 juin 1842.

flèche pour la monarchie de Juillet en même temps qu'un vœu accompagnant un grand républicain :

Le Panthéon, à défaut de grands hommes,
Denrée un peu trop rare à l'époque où nous sommes,
Grâce à David (d'Angers) offre au moins au regard
Son beau fronton, vrai chef d'œuvre de l'art.
De l'Institut puisse ce digne membre,
Passant par l'atelier, arriver à la Chambre³¹.

Benjamin Roubaud dessinera aussi des défilés comiques qui prolongent le Panthéon. À la suite de Grandville³² qui avait publié « Les Bacchanales de 1831 » dans *La Caricature*, les 17 février et 10 mars 1831, puis la « Grande course au clocher académique » (29 décembre 1839), Roubaud donne « Le Grand chemin de la postérité » en 1842, trois planches où il exploite la caricature de grand format en s'inspirant des cortèges carnavalesques populaires, non sans offrir en cela un écho à la vogue des panoramas. En 1854, le *Panthéon-Nadar* reprendra ce principe comme les nombreuses revues graphiques qui concluent l'année dans certains petits journaux, telle celle dessinée par Marcelin pour *Le Figaro*³³ qui résume 1858 en une revue militaire. Roubaud meurt jeune en 1847, à trente-cinq ans seulement. Face aux Daumier, Grandville et Gavarni, son œuvre a été longtemps reléguée au second plan³⁴, il fut néanmoins célébré par les dessinateurs de presse comme un précurseur : Alfred Grévin, Paul Hadol et André Gill reprendront sa série dans *Le Charivari* en 1866-1867. Titrées « Nouveau Panthéon charivarique », ces nouvelles caricatures sont suivies des nécessaires strophes humoristiques.

La biographie pour rire

Accompagnant les nombreux articles sur les célébrités du temps ou les éreintages³⁵ en règle, ce dispositif caricature/biographie que l'on peut définir comme *biographie caricaturale*

31. « David d'Angers » par Benjamin Roubaud, « Panthéon charivarique », *Le Charivari*, 26 avril 1839.

32. Voir aussi « La procession du diable » de Gavarni, le 24 mars 1831, et le 21 avril « L'enterrement de la Liberté ».

33. « Revue comique de l'année 1858 », *Le Figaro*, 20 janvier 1859.

34. Sur Benjamin Roubaud, voir le site fort documenté qui lui a été consacré par Jean-Paul Roubaud et Pierre Quiblier : www.benjamin-roubaud.fr et, des mêmes, le catalogue d'exposition *Benjamin Roubaud, 1811-1847, dessinateur, caricaturiste, peintre : un artiste roquevairois méconnu*, Vienne, Éditions7, 2020. On se reportera aussi à l'importante étude de Ségolène Le Men, « Les grands hommes du jour illustrés par la caricature : l'exemple du *Panthéon charivarique* de Benjamin Roubaud », dans Thomas W. Gaehtgens et Gregor Wedekind (dir.), *Le Culte des grands hommes, 1750-1850*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2009, p. 468-503.

35. Si les portraits de la petite presse sont souvent spirituels ou ironiques, ils pratiquent aussi de vrais éreintages. Ainsi des « Types à la mode de Caen » d'Alfred Delvau dans *Le Journal amusant*, courant 1858, ou des « Nullités connues » de Caton le censeur dans *Le Bouffon* en 1867. Cette dernière rubrique s'attachait à mettre au pilori la « masse de gens qui se sont fait un petit nom, sans y avoir le moindre droit, ils se font payer aussi cher que s'ils écrivaient bien, ou seulement eux-mêmes. C'est une tromperie sur la qualité de la chose vendue ». La petite presse sait décrypter avec humour et duplicité tous les dispositifs qu'elle emploie.

s'ajoute aux nombreuses microformes comiques³⁶ que la petite presse va pratiquer pour médiatiser l'actualité culturelle.

Si chez Roubaud l'accent est surtout mis sur l'image et la part textuelle réduite à des poèmes, comme ailleurs à des légendes ou à des commentaires marginaux, le texte va néanmoins prendre une place plus importante. Nadar est ici un jalon avec la seconde partie du projet *Panthéon-Nadar*³⁷, à savoir une plaquette biographique qui devait accompagner les planches. Loïc Chotard a publié les dossiers préparatoires de Nadar³⁸ car le dessinateur avait parallèlement demandé à ses modèles de lui faire parvenir leur autobiographie. Cela s'inscrit dans la continuité de la « Galerie des gens de lettres » encore peu illustrée qu'il avait publiée dans le *Journal du dimanche* de Léo Lespès en 1847 et dans celle de la « Lanterne magique des auteurs et journalistes » lancée en 1852 dans *Le Journal pour rire*, où Nadar développe conjointement caricature et biographie. L'esprit de ces productions s'inscrit dans ce panoptique de la célébrité se présentant sous la forme de « Musées » ou de « Galeries » propre à l'esprit compilateur du XIX^e siècle : encyclopédique et dictionnaire, mais ici parodique. Sous le Second Empire, les séries se multiplient ; la presse étant de plus en plus contrainte, on constate une inflation de la satire sociale et bien sûr du biographique, pratiqué par l'ensemble des petits journaux. Il est impossible d'être ici exhaustif, aussi nous ne retiendrons qu'un ensemble limité d'exemples.

Le premier est *Les Binettes contemporaines pour faire concurrence à celles d'Eugène (de Mirecourt, Vosges)* de Commerson, qui ont d'abord été publiées dans le journal *Le Tintamarre* puis en volume chez Gustave Havard, en 1854-1855³⁹. Avec sa série éditoriale « Les Contemporains » donnée chez le même éditeur, Mirecourt avait industrialisé la production de biographies des célébrités du temps et on a vite parlé à leur propos de « biographies à la vapeur », car il n'hésitait pas à user de procédés douteux⁴⁰ et devint un sujet d'ironie et de défiance dans le milieu du petit journal dont il était lui-même issu. Le propos de Commerson était certes de moquer cette entreprise pleine d'erreurs, de plagiat et d'inventions calomnieuses, mais surtout de proposer des biographies choisies et plaisantes, illustrées par Nadar. Même si le ton est à la blague, les jugements sont toujours justes et cette série sera à son tour démarquée dans les journaux jusqu'à la fin du siècle.

Voir par exemple Taxile Delord, « Le Professeur de célébrité », *Le Charivari*, 14 novembre 1852, ou Vaza dit bon Bey, « Chenilles contemporaines IV. L'entrepreneur de réputations », *Le Hannequin*, 18 janvier 1863.

36. Jean-Didier Wagneur, « Les microformes médiatiques du rire », dans Matthieu Letourneux et Alain Vaillant (dir.), *L'Empire du rire. XIX^e-XXI^e siècle*, Paris, CNRS éditions, 2021, p. 799-816.

37. Dans les années 1880, André Gill mettra en chantier le « Panthéon » de son époque. Il n'en reste qu'une « Esquisse pour un panorama du boulevard Montmartre animé des personnalités parisiennes contemporaines » (Paris, Musée Carnavalet). Ce projet, que l'on désignait couramment alors comme « Le Panorama-Gill » devait être le grand œuvre du caricaturiste mais n'a jamais été achevé.

38. Loïc Chotard, *La Biographie contemporaine en France au dix-neuvième siècle. Autour du Panthéon-Nadar*, thèse de doctorat, Université Paris-Sorbonne, 1987.

39. Clairville, Jules Cordier et Commerson ont adapté cette série en revue de fin d'année pour le théâtre du Palais-Royal : *Les Binettes contemporaines*, revue en 3 actes et 7 tableaux (23 décembre 1854).

40. Voir Pierre Mazerolle, *Confession d'un biographe, fabrique de biographies, maison E. de Mirecourt et compagnie par un ex-associé*, Paris, chez l'auteur, 1857.

Deux ans plus tard, la démarche dictionnaire de Charles Monselet⁴¹ n'est pas illustrée, mais opère néanmoins une forte influence. Elle témoigne d'un goût littéraire incontestable, même si la fantaisie préside à certains portraits. Il s'agit à nouveau de textes qui avaient été d'abord insérés courant 1856 dans un journal concurrent du *Figaro*, *La Gazette de Paris*. *La Lorgnette littéraire* ne s'y nomme encore que « Par le petit bout d'une Lorgnette, répertoire des auteurs contemporains ». Ce type de démarche qu'il faut situer dans le prolongement du *Petit Almanach de nos grands hommes* de Rivarol et Champcenetz (1788) sera à son tour imité, notamment par Émile Chevalet, avec *Les 365, annuaire de la littérature et des auteurs contemporains par le dernier d'entre eux* (1858), et cela jusqu'au célèbre *Petit Bottin des lettres et des arts* de Félix Fénéon, Paul Adam, Oscar Méténier et Jean Moréas (1886). D'autres réalisations courent jusque sous la Troisième République : Théodore Labourieu pastiche le célèbre dictionnaire Vapereau avec *Le Petit Vapereau, lanterne biographique et satirique* (1870), publié en avant-première dans *L'Éclipse*. Prenant la succession des *Binettes* de Commerson, *Le Trombinoscope* de Touchatout, entrepris dès 1871, ne comptera pas moins de cinq épais volumes illustrés par Georges Lafosse. Nouveau rédacteur en chef du *Tintamarre*, Touchatout, de son véritable nom Léon Bienvenu, a d'abord publié les notices dans son journal. Outre les individualités du monde des arts et de la politique, sa série couvre de multiples domaines, des types parisiens, des journaux, des événements comme de purs concepts : « Dieu ». Enfin, la biographie est aussi pratiquée en vers, notamment par Eugène Vermersch dans *Les Hommes du jour* (1867) et *Les Binettes rimées* illustrées par Léonce Petit et Frédéric Régamey (1868).

Le double caricatural

Le rôle important de la petite presse dans la construction de la célébrité est déterminé par son influence sur les pratiques et les postures sociales ; ensuite par sa nature littéraire qui concentre dans ses sommaires nombre d'écrivains qui ont pratiqué ou subi ce type de traitement devenu la règle ; par un lectorat hybride qui réunit une bourgeoisie lettrée et aisée et les champs littéraires et artistiques ; enfin parce que, contrairement à la presse généraliste, le petit journal dispose très tôt de l'image. En effet, le secteur des magazines illustrés ne débute qu'en 1833 avec *Le Magasin pittoresque* et il faut attendre 1843 pour la voir largement et significativement utilisée dans *L'Illustration*⁴². Apparue dans la petite presse autour de 1815⁴³, la caricature moderne s'est affirmée avec les créations de Charles Philippon : *La Caricature morale, politique et littéraire* (1830), puis *Le Charivari* en 1832, ensuite *Le Journal pour rire* en 1848 qui deviendra en 1856 *Le Journal amusant*. Si la fabrique de la célébrité a été d'abord textuelle, elle va être désormais magistralement secondée par l'image. Celle-ci trône à la vue des passants à l'étalage des débits de vente de journaux, dans les cafés et dans les vitrines des marchands d'estampes. Elle se diffuse amplement sous différentes formes :

41. André, Aron et Wagneur, *Abécédaire Monselet*, op. cit., p. 165-170.

42. Jean-Pierre Bacot, *La Presse illustrée au XIX^e siècle, une histoire oubliée*, Limoges, PULIM, 2005.

43. Avec *Le Nain jaune* et les *Annales du ridicule ou Scènes et caricatures parisiennes*.

accompagnant le journal, reliée en albums thématiques, vendue en différents tirages qui s'affichent sur les murs des logements ou rejoignent les portfolios du collectionneur. Pour le journaliste comme pour le dessinateur, deux types de sujets étaient possibles. Le premier était le monde politique, domaine du combat militant et du pamphlet, le second embrassait la société dans son ensemble : c'est la satire des mœurs, une physiologie sociale généralisée assurant aussi de manière soutenue le compte rendu du monde culturel et le portrait des femmes et hommes du jour. Les législations en vigueur jusqu'à la liberté de la presse de 1881 ont contraint étroitement la caricature politique dès 1835⁴⁴, la censure veillant à ce que n'apparaisse pas une nouvelle *poire* à la Philipon dont la viralité fut dévastatrice⁴⁵.

Revenons à Benjamin Roubaud. Dans les caricatures, les personnages ne sont nommés que dans le poème. Quelques célébrités sont certes immédiatement identifiables par le lecteur, car plus populaires. Pour les autres, l'association se fait dans un second temps. Le caricaturiste doit en construire la réception qui permettra ensuite la reconnaissance. C'est la fabrique d'une *persona* qui repose sur quelques caractéristiques remarquables qui transforment un individu en un type. Comme on l'a vu, elles proviennent de son apparence physique, de son statut dans le réel, de sa réputation, de ce qu'on rapporte de lui, des anecdotes dont il est le sujet, de ses tics et de ses gaffes, etc. Le génie caricaturiste consiste à prélever un nombre discret d'éléments et à construire un système sémiotique autour du personnage, qui, s'il est bien frappé, obligera tous les autres caricaturistes à le reprendre plus ou moins, certes avec des variations. Ainsi Arsène Houssaye sera toujours doté à partir du *Panthéon charivarique* d'un front romantique hugolien, d'une barbe antique et d'une physiologie très décadence romaine. Un avatar a pris la place du sujet. La caricature a usurpé son identité. C'est ce que commente Nadar avec beaucoup d'acuité en 1850 :

La Charge impose au public certains types, et ces types une fois donnés, le public, à son tour, les impose, inexorablement estampillés de son acceptation, à la Charge qui perd, dès cet instant, quoi qu'en puissent souffrir vérité ou vraisemblance, tout droit de révision, tout bénéfice de repentir. Le modèle est jeté de côté : il n'y a plus que la tradition⁴⁶.

Avec la caricature, un nom s'accompagne désormais d'un visage, d'une silhouette. Le trait biographique se complète du trait caricatural et le *storytelling* de ce que l'on peut nommer un *double caricatural* qui représente l'individu moqué et dit quelque chose de lui, sans toutefois se confondre totalement avec lui. Il est la version médiatique de lui-même⁴⁷, où le contingent affecte l'essence de son être et le précipite dans les abîmes du comique. Il est plongé dans un monde fictionnel que le lecteur identifie parfaitement, celui de la mascarade, du bal masqué et du carnaval. Ce dernier a vite assimilé la règle du jeu et apprend dès lors à décoder toute

44. De 1835 à 1881, la liberté d'expression est encadrée par les lois de septembre 1835 puis les décrets de 1852. La critique des pouvoirs et des régimes est interdite. Dans cette longue période, il n'y aura que deux brefs moments de liberté : 1848 et la guerre de 1870 suivie de la Commune.

45. Fabrice Erre, *Le Règne de la poire. Caricatures de l'esprit bourgeois de Louis-Philippe à nos jours*, Seyssel, Champ Vallon, 2011.

46. « La charge en 1850 », *Le Magasin des familles*, janvier 1850, p. 144.

47. Avec laquelle il doit vivre ou qu'il doit constamment accompagner de dénégations.

nouvelle caricature, créant la mémoire de sa reconnaissance ultérieure car le dessin redouble le biographème. Une personnalité du monde réel est ici déconstruite puis reconstruite pour engendrer la création d'un personnage de papier. C'est un personnage-signe qui, pouvant échanger avec les autres, entre ainsi dans le monde autonome de la caricature, celui des grotesques.

Car toute caricature de petit journal s'inscrit dans un monde singulier. Elle est transportée dans l'univers fictionnel du comique. Le double prend la place du caricaturé pour en mieux faire sortir la vérité. C'est révéler un personnage à la manière d'un vieux procédé de la caricature, l'ombre portée. On retrouve aussi les poupées fétiches des origines de la caricature, plus tard ce seront les marionnettes. Louis Lemercier de Neuville s'est fait le précurseur des *Guignols de l'info* de Canal+, en animant des caricatures de Carjat dans un castelet. Affinant constamment sa création, il a représenté ses *Pupazzi* (Fig. 4) sur de très nombreuses scènes.

Promotion par le rire

Naît ainsi une promotion par le rire⁴⁸ dans laquelle, par la médiation d'une image amusante et d'une historiette, le dessinateur réduit la distance d'une individualité avec le lecteur et le fait entrer dans le cercle du familier. Si les charges ont contribué à populariser les personnalités de l'époque, l'homme de lettres devra en arriver à admettre que l'humour peut servir à sa renommée. La pratique a parfois scandalisé le champ littéraire : « Le temple de la caricature est l'arrière-boutique du temple de la gloire ; on n'est pas un grand homme à moins d'avoir subi cette apothéose grotesque »⁴⁹, écrit dans la *Revue Britannique* en mars 1838 un Philarète Chasles stigmatisé par ses portraits. Mais le fait même que l'écrivain soit moqué, parfois devenu tête de Turc, n'interdit pas pour autant qu'il ne soit de la sorte aussi promu figure publique. Jules Vallès écrira, en effet, quelques années plus tard :

Le ridicule tue, dit-on. Qui donc ose répéter encore ce proverbe stupide et faux, et montrez-moi l'homme que le ridicule a tué : historien ou représentant, avocat ou journaliste, romancier ou critique ? Qui donc ? Pour regarder seulement autour de nous, est-ce que les plaisanteries, fines ou mauvaises, de triste ton ou de bon goût, qu'on a faites sur l'un, sur l'autre, sur la laideur de Crémieux, les cheveux de Pierre Leroux, les oreilles de Sarcey ou le courage de Champfleury ont empêché MM. Crémieux, Pierre Leroux, Sarcey et Champfleury de conquérir une réputation ou de garder leur gloire ? À qui tout ce tapage et ces charivaris ont-ils enlevé une once d'estime, un grain de talent ? Ne faut-il pas dire plutôt que toutes ces farces qualifiées par les borgnes d'injures ont mis en relief le caractère et le mérite de

48. Voir *Le Magasin du XIX^e siècle*, « La Machine à gloire », n° 7, 2017 et Jean-Didier Wagneur, « La gloire par le rire », p. 92-97.

49. Philarète Chasles, « Histoire de la caricature en Europe, et particulièrement en Angleterre », *Revue Britannique*, mars 1838, p. 283. Repris dans *Encore sur les contemporains, leurs œuvres et leurs mœurs*, Paris, Amyot, 1869, p. 52.

ceux qu'atteignaient leurs flèches. Tout le monde n'a pas la tête assez dure pour qu'on puisse longtemps s'essayer sur elle, et n'est pas cible qui veut dans le pays de la médisance ou de la diffamation⁵⁰.

Rappelons que ces portraits-charges sont non seulement passés sous les yeux des censeurs, mais que dès 1852 ils ont dû être validées par les modèles eux-mêmes :

La loi réglementant l'autorisation préalable, adoptée le 17 février 1852, contraignait les journaux à obtenir l'assentiment de la personne caricaturée avant de publier sa charge. En réalité l'autorisation était double puisque la direction générale de la Librairie devait aussi donner son accord. Cette procédure resta en vigueur jusqu'en 1868, et l'on considère généralement que son abrogation coûta cher à Napoléon III. Thiers la rétablit après la répression de la Commune et la III^e République l'a maintenue en l'assouplissant. Ce système évitait aux journaux de faire paraître des blancs, mais il leur coûtait cher puisque, en cas d'interdiction, la pierre lithographique était perdue⁵¹.

Cela offrait aux modèles non seulement un droit de regard sur leur image mais laissait entendre que le sujet, en acceptant, « se reconnaissait » dans sa caricature. Celle-ci lui offrait un avatar, une image surnuméraire qui s'ajoutait, confirmait ou contestait sa propre scénographie auctoriale : à savoir une réinterprétation médiatique.

À qui profite le crime...

La petite presse s'est largement spécialisée dans la biographie caricaturale, terme souvent présent dans ses sous-titres, par exemple *Le Diogène, portraits et biographies satiriques des hommes du dix-neuvième siècle* (1856-1857). Mais le dispositif qui va devenir majoritaire reste la caricature en « une » couplée à une biographie comique, dont les exemples les plus connus sont souvent signés d'André Gill dans *La Lune*, *L'Éclipse*, ou *La Lune rousse* ; ce principe est largement acquis jusqu'à la fin du siècle qui reste dominée par des entreprises importantes comme la longue série publiée par Vanier : *Les Hommes d'aujourd'hui*⁵² (1878-1899), à laquelle il faut ajouter *Les Femmes du jour* (1886-1892) et *Les Hommes du jour*, ce dernier comptant plusieurs centaines de numéros de 1897 à 1940.

Ces recueils font une large place à la littérature et aux arts, mais incluent aussi les acteurs du petit journalisme. S'il faut attendre l'ouvrage de Léon Rossignol, *Nos petits journalistes, avec portraits d'après les photographies d'Étienne Carjat* (Paris, Gosselin, 1865), pour rencontrer la première biographie qui leur soit dédiée, champ littéraire et champ médiatique

50. Jules Vallès, « La Caricature », *Le Figaro*, 23 novembre 1865. On peut lui ajouter cette notation de Paul Bourget : « Le persiflage et l'épigramme représentent, nous le savons trop, dans le monde ombrageux des gens de lettres, la forme la plus sincère de la flatterie. On n'y raille avec une certaine persistance que ceux que l'on jalouse beaucoup » (« Discours de réception de Maurice Donnay à l'Académie française », *Le Temps*, supplément du 20 décembre 1907).

51. Laurent Baridon et Martial Guédron, *L'Art et l'histoire de la caricature*, Paris, Citadelles & Mazenod, 2006, p. 180.

52. Voir Luce Abélès, « "Je suis commerçant mais un peu artiste aussi". *Les Hommes d'aujourd'hui*, de Cinqualbre à Vanier », dans Steve Murphy (dir.), *Le Chemin des correspondances et le champ poétique. À la mémoire de Michael Pakenham*, Paris, Classiques Garnier, 2016, p. 33-49 ; et Jean-Michel Place et André Vasseur, « Les Hommes d'aujourd'hui », dans *Bibliographie des revues et journaux littéraires des XIX^e et XX^e siècles*, Paris, Éditions de la Chronique des lettres françaises, J.-M. Place, t. I, 1973, p. 90-135.

sont en revanche et depuis longtemps perméables et c'est dans la petite presse, espace liminal, transfuge, frontière, que cela est le plus patent. Dès le *Panthéon charivarique* et en vertu de l'autoscopie⁵³ propre à la réflexivité médiatique, plus soutenue encore dans le petit journal qui doit s'imposer dans le champ de la presse, ce sont les journalistes et collaborateurs du *Charivari* qui ont été caricaturés les premiers : Louis Desnoyers, Agénor Altaroche, Albert Cler. Occupant une marge entre littérature, art et journalisme, les dessinateurs et les journalistes se sont servis de leurs médias pour se faire connaître du public, de la profession et des milieux littéraire et artistique. Ils ont immédiatement saisi que l'image ou le biographème amusants qu'ils manipulaient chaque semaine à l'usage des illustrations du temps pouvaient contribuer à leur propre célébrité. Le satirique, le caricatural et le parodique⁵⁴ s'offrant comme agents au service d'une plus forte visibilité, leur promotion s'est accompagnée d'une nécessaire autodérision. Tous les petits journaux se sont donc constamment mis en scène (Fig. 5), dimension qui trouve son principe, voire sa culture, dans les pratiques paradistes des forains et des saltimbanques. Les journalistes parquent constamment à travers de nombreux portraits de rédactions publiés dans les petits journaux eux-mêmes ou dans les rédactions amies. En portraits de groupe ou en « médaillons », cette pratique exhibe le dispositif communicationnel du petit journal, en accord avec son éthos posé à la fois par son titre, sa vignette, sa profession de foi et nombre d'interventions métaleptiques⁵⁵.

Conclusion

Dans une économie capitaliste reposant sur l'accélération de la communication, dans une société du spectacle reposant sur l'individualisme et la spéculation généralisée, la célébrité est tout aussi soudaine que volatile et s'abîme souvent dans la gloriole, dans une forme de renommée *cantonale*, voire dans l'oubli. Un petit journaliste, Anatole Le Guillois, avait proposé ironiquement de coter les gloires parisiennes. Sous le titre de « Bourse intellectuelle de Paris » (Fig. 6), il pastichait un tableau des valeurs, enregistrant ironiquement les hausses et les baisses⁵⁶. L'auteur veut alors devenir vite « un arrivé » et Sainte-Beuve a tôt affirmé, avant Andy Warhol, que tout le monde pouvait avoir désormais son moment de célébrité⁵⁷. Aussi, à en juger par la réception de toutes ces célébrités, demi-célébrités ou quart-de-célébrités, on ne peut conclure qu'en relevant que celle-ci se consomme au mieux en viager. Que sont devenues certaines « gloires » d'un temps ? est une question peu posée et pourtant patente, soulignant que la célébrité littéraire est soumise, comme les modes, à l'entropie.

53. Wagneur, « Le journalisme au microscope », art. cit.

54. La parodie, que nous n'aborderons pas dans le cadre limité d'un article, est aussi agent de célébrité. Si la parodie-hommage à destination d'une plume reconnue (Hugo, Dumas, Sand) reste importante dans ce corpus, elle peut être aussi détournée et servir à imposer un nouveau nom dans l'espace public.

55. Wagneur, « Vignettes, profession de foi, univers fictionnels », art. cit.

56. *Le Bouffon*, 29 octobre 1865. Pour contextualiser cette microforme, il faut préciser que pour des raisons de survie économique la petite presse affermaient souvent une part de sa pagination à des sociétés financières ou boursières à des fins publicitaires.

57. « De la littérature industrielle », *Revue des deux mondes*, t. XIX, 4^e série, 1839, p. 681.

Reste que si tout cela a fonctionné, c'est en étroit rapport avec ce monde spécifique dont le petit journal est la manifestation : c'est, depuis ses origines, une presse qui brouille les valeurs par le rire⁵⁸, qui blague la célébrité et qui est en même temps un théâtre de papier. Il a imposé une scène alternative pleine d'ironie gouvernée par des avatars qui se nomment Figaro, Asmodée, Diogène ou Rabelais, qui sont, certes, des titres de journaux, mais bien davantage les *avatars* fictionnels qui restent les instigateurs de cette parade. Le petit journal est un cirque, un carnaval dont les journalistes et les dessinateurs se considèrent comme les banquistes, des montreurs d'ours et de femmes à barbe. En déficit d'hommes extraordinaires à présenter, comme le remarquait Roubaud, il revenait à la charge de les produire, au sens circassien du mot.

Bibliographie

- ABÉLÈS Luce, « "Je suis commerçant mais un peu artiste aussi". *Les Hommes d'aujourd'hui*, de Cinqualbre à Vanier », dans Steve Murphy (dir.), *Le Chemin des correspondances et le champ poétique. À la mémoire de Michael Pakenham*, Paris, Classiques Garnier, 2016, p. 33-49.
- ANDRÉ Valérie, ARON Paul et WAGNEUR Jean-Didier, avec la collaboration de CESTOR Françoise, *Abécédaire Monselet*, Tusson, Du Lérot, 2024.
- BACOT Jean-Pierre, *La Presse illustrée au XIX^e siècle, une histoire oubliée*, Limoges, PULIM, 2005. doi.org/10.4000/mots.1263
- BARIDON Laurent et GUÉDRON Martial, *L'Art et l'histoire de la caricature*, Paris, Citadelles & Mazenod, 2006.
- BONNET Jean-Claude, *Naissance du Panthéon. Essai sur le culte des grands hommes*, Paris, Fayard, coll. « L'Esprit de la cité », 1998.
- CASSAGNE Albert, *La Théorie de l'art pour l'art en France chez les derniers romantiques et les premiers réalistes* [1906], Seyssel, Champ Vallon, coll. « Dix-neuvième », 1997.
- CHAPPEY Jean-Luc, *Ordres et désordres biographiques. Dictionnaires, listes de noms, réputation, des Lumières à Wikipédia*, Seyssel, Champ Vallon, coll. « La Chose publique », 2013.
- CHOTARD Loïc, *La Biographie contemporaine en France au dix-neuvième siècle. Autour du Panthéon-Nadar*, Thèse de doctorat, Université Paris-Sorbonne, 1987.
- DIAZ José-Luis, *L'Écrivain imaginaire. Scénographies auctoriales à l'époque romantique*, Paris, Honoré Champion, coll. « Romantisme et Modernités », 2007.
- DUFOUR Hélène, *Portraits, en phrases. Les recueils de portraits littéraires au XIX^e siècle*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Écriture », 1997.
- ERRE Fabrice, *Le Règne de la poire. Caricatures de l'esprit bourgeois de Louis-Philippe à nos jours*, Seyssel, Champ Vallon, coll. « La Chose publique », 2011.
- HARTOG François, *Chronos. L'Occident aux prises avec le temps*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des histoires », 2020.
- HEINICH Nathalie, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 2012.
- KALIFA Dominique, RÉGNIER Philippe, THÉRENTY Marie-Ève et VAILLANT Alain (dir.), *La Civilisation du journal. Histoire culturelle et littéraire de la presse française au XIX^e siècle*, Paris, Nouveau Monde éditions, coll. « Opus Magnum », 2011.
- LE MEN Ségolène, « Les grands hommes du jour illustrés par la caricature : l'exemple du Panthéon charivarique de Benjamin Roubaud », dans Thomas W. Gaehtgens et Gregor Wedekind (dir.), *Le Culte des grands*

58. Alain Vaillant, *La Civilisation du rire*, Paris, CNRS éditions, 2016.

- hommes, 1750-1850*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme, coll. « Passages / Centre allemand d'histoire de l'art », 2009, p. 468-503.
- LEVIN Marceau, *La Fabrique des hommes du jour. Les biographies contemporaines en France (1850-1870)*, thèse de doctorat, Université de Sherbrooke et Université Lumière Lyon 2, 2023.
- LILTI Antoine, *Figures publiques. L'invention de la célébrité (1750-1850)*, Paris, Fayard, coll. « L'Épreuve de l'histoire », 2014.
- MOLLIER Jean-Yves, *Michel et Calmann Lévy ou la Naissance de l'édition moderne. 1836-1891*, Paris, Calmann-Lévy, 1984.
- OSTER Daniel, *La Gloire*, Paris, P.O.L., 1997.
- *L'Individu littéraire*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Écriture », 1997.
- PINSON Guillaume et THÉRENTY Marie-Ève (dir.), « Microrécits médiatiques. Les formes brèves du journal, entre médiations et fiction », *Études françaises*, vol. 44, n° 3, 2008. doi.org/10.4000/questionsdecommunication.189
- QUIBLIER Pierre et ROUBAUD Jean-Paul, *Benjamin Roubaud, 1811-1847, dessinateur, caricaturiste, peintre : un artiste roquevairois méconnu*, Vienne, Éditions7, 2020.
- STIÉNON Valérie, « La communauté charivarique de la blague », dans Alain Vaillant et Yoan Vérilhac (dir.), *Vie de bohème et petite presse du XIX^e siècle*, Nanterre, Presses universitaires de Paris Nanterre, coll. « Orbis litterarum », 2018, p. 57-69. doi.org/10.4000/books.pupo.24507
- VAILLANT Alain, « Pour une histoire de la communication littéraire », *Revue d'histoire littéraire de la France*, vol. 103, n° 3, 2003, p. 549-562. doi.org/10.3917/rhlf.033.0549
- *La Civilisation du rire*, Paris, CNRS éditions, 2016.
- WAGNEUR Jean-Didier, « Le journalisme au microscope. Digressions bibliographiques », *Études françaises*, vol. 44, n° 3, 2008, p. 23-44. doi.org/10.7202/019530ar
- « La gloire par le rire », *Le Magasin du XIX^e siècle*, « La Machine à gloire », n° 7, 2017, p. 92-97.
- « Les microformes médiatiques du rire », dans Matthieu Letourneux et Alain Vaillant (dir.), *L'Empire du rire. XIX^e-XXI^e siècle*, Paris, CNRS éditions, 2021, p. 799-816.
- « Vignettes, profession de foi, univers fictionnels. Un dispositif médiatique de la petite presse », dans Delphine Gleizes et Axel Hohnsbein (dir.), *Visages de l'objet imprimé. Les frontispices au XIX^e siècle*, Paris, Sorbonne Université Presses, coll. « Histoire de l'imprimé, références », 2024, p. 405-422.
- « Le vaudevillisme du petit journal : Momus, Arlequin et Bilboquet », *Romantisme*, « Vaudevillesque », Violaine Heyraud (dir.), n° 213, 2026, à paraître.
- WRONA Adeline, « Des Panthéons à vendre : le portrait d'homme de lettres, entre réclame et biographie », *Romantisme*, n° 155, 2012, p. 37-50. doi.org/10.3917/rom.155.0037

Annexe iconographique



FIG. 1. « Danton » par Benjamin Roubaud, « Panthéon charivarique », *Le Charivari*, 29 janvier 1841. Disponible sur gallica.bnf.fr

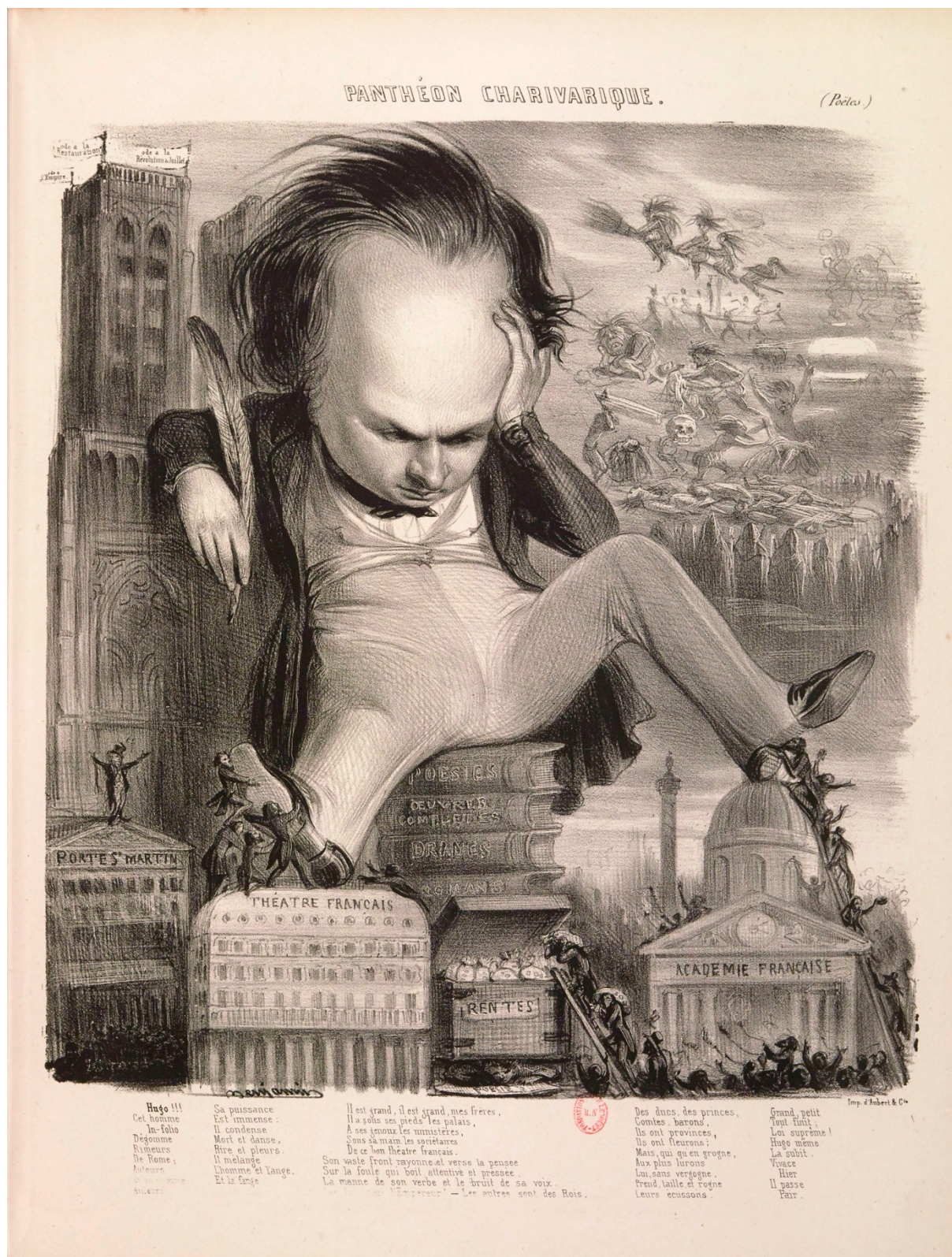


FIG. 2. « Victor Hugo » par Benjamin Roubaud, « Panthéon charivarique », *Le Charivari*, 10 décembre 1841. Disponible sur gallica.bnf.fr

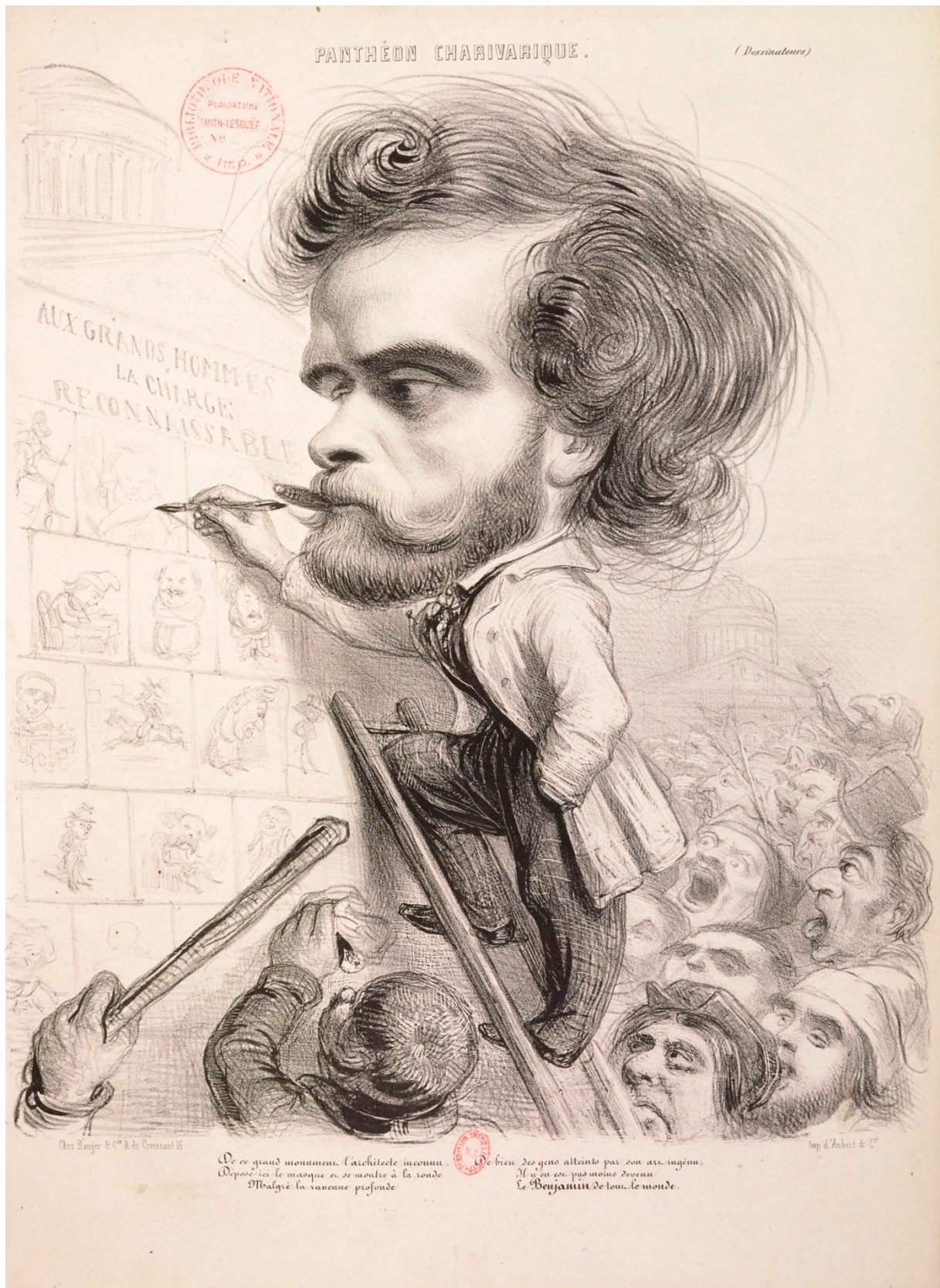


FIG. 3. « Benjamin Roubaud » par lui-même, « Panthéon charivarique », *Le Charivari*, 6 juin 1842. Disponible sur gallica.bnf.fr



FIG. 4. Affiche pour le spectacle du Concert parisien. *Ça manque de femmes!*, revue fantaisiste interprétée par les Pupazzi de Lemer cier de Neuville, vers 1884. Disponible sur gallica.bnf.fr

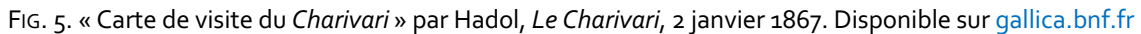


FIG. 6. Maurice Dulac [Anatole Le Guillois], « Bourse intellectuelle de Paris », *Le Bouffon*, 29 octobre 1865 Disponible sur gallica.bnf.fr