

Article

« Le discours de la fiction comme nouveauté et comme marchandise »

Darko Suvin

Sociologie et sociétés, vol. 17, n° 2, 1985, p. 83-90.

Pour citer cet article, utiliser l'adresse suivante :

<http://id.erudit.org/iderudit/001777ar>

Note : les règles d'écriture des références bibliographiques peuvent varier selon les différents domaines du savoir.

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter à l'URI <http://www.erudit.org/apropos/utilisation.html>

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. Érudit offre des services d'édition numérique de documents scientifiques depuis 1998.

Pour communiquer avec les responsables d'Érudit : erudit@umontreal.ca

Le discours de la fiction comme nouveauté et comme marchandise



DARKO SUVIN

Mon propos sera de décrire ici le diagnostic, proposé dans l'anthropologie marxiste, des relations entre travail et créativité, production et consommation, aliénation et société — pour aboutir enfin à la littérature dans le capitalisme de marché. Ces questions, abordées par Marx et Engels dès leurs premiers écrits, constituent les fondements de toute leur entreprise théorique qui culmine dans *le Capital*. Je ne m'attarderai brièvement que sur deux points: la façon par laquelle Marx aborde ces problèmes dans ses *Grundrisse*, première ébauche fertile, quoique fragmentaire, du *Capital*; et la façon par laquelle de tels propos seront par la suite reformulés dans la théorie du «devenir marchandise» de la littérature contemporaine, dont nous trouvons une esquisse incomplète chez Walter Benjamin dans les années 1930¹.

1. Marx s'attaque, entre autres, aux relations extrêmement complexes qui lient la production à la consommation et dont l'art offre un exemple pertinent:

Comme tout autre produit, l'objet d'art crée un public sensible à l'art et susceptible d'apprécier le beau. En ce sens, la production crée non seulement un objet pour le sujet, mais encore un sujet pour l'objet [...]. Elle produit par conséquent l'objet, le mode et l'instinct de la consommation. De son côté, la consommation suscite les penchants du producteur en éveillant chez lui un besoin animé d'une finalité (*G I*: 47).

Cependant, étant donné que la *valeur d'usage* sensible ou qualitative de tout produit en circulation dans la société de classes est transformée en *valeur d'échange* quantitative, et que celle-ci dépend plus des conditions d'échange (le marché, l'argent, etc.) que de ses qualités propres, on peut dire que:

[...] le rapport d'échange s'établit comme un produit extérieur, et indépendamment des producteurs [...]. Le produit devient marchandise; la marchandise valeur d'échange; la valeur d'échange de la marchandise est propriété monétaire immanente; cette propriété monétaire s'en détache pour devenir argent, et acquiert un mode d'existence social, général, séparé de toutes les marchandises particulières et de leur forme naturelle [...] (*G II*: 136-137, trad. modifiée par DS).

1. Les sources principales seront citées dans le texte comme suit:

G Karl Marx, *Grundrisse* I-VI, Paris, 1970; *B* Walter Benjamin, *Gesammelte Schriften* I/1-IV/2, Francfort, 1980; *T* Alexis de Tocqueville, *De la démocratie en Amérique* I-II, Paris, 1981; *P* *The Works of Edgar Allan Poe in 8 Volumes*, Philadelphia, 1906.

La production des marchandises est donc réglée, de façon décisive, par leur circulation — à notre époque, par le capital qui est «l'unité immédiate [...] de la production et de la circulation» (G II: 118). Étant donné que le mode de circulation capitaliste est subordonné à l'accumulation du capital et, de ce fait, radicalement perverti par le principe du profit, une opposition fondamentale surgit alors entre le produit comme valeur d'usage et comme objet d'une telle circulation. Marx suggérait d'ailleurs en plusieurs endroits que cette contradiction apparaît avec le plus d'évidence dans la production artistique (disons, dans la production, consommation et circulation d'un manuscrit): le produit existe en «ayant une certaine qualité; c'est un objet spécifique ayant des propriétés naturelles, c'est la matière d'un besoin, en opposition à la matière qu'il possède exclusivement comme valeur [d'échange]» (G II: 210). C'est pourquoi la transformation des produits en argent et en marchandise comprend deux aspects contradictoires mais dépendants l'un de l'autre. À l'origine, cette transformation a rendu possible la production à grande échelle, et donc, la consommation de masse; et Marx ne cache pas son admiration pour de telles réalisations du capitalisme, s'opposant en ceci aux nostalgies arcadiennes des romantiques. Toutefois, nous assistons, dans le système capitaliste développé, à une hégémonie sans cesse grandissante de la valeur d'échange sur la valeur d'usage, ce qui devient un obstacle à la production ainsi que la cause d'une défiguration de toute valeur d'usage. À titre d'exemple, citons la dénaturation de textes littéraires qui explorent les possibilités intrinsèques de leurs noyaux thématiques en textes fabriqués dans le seul but de faire recette. La réflexion suivante de Marx pourrait donc s'appliquer également à la production littéraire:

[...] si le capital apparaît ainsi comme le produit du travail, le produit du travail apparaît tout autant comme capital. Ce n'est plus seulement un simple produit, ni une valeur échangeable, mais du *capital* [...] propriété d'autrui, mode d'existence autonome en face du travail vivant [...]. Le travail vivant apparaît donc maintenant [...] comme une simple force de travail en face de cette réalité aliénée de lui, qu'il ne crée pas pour lui, mais pour un autre (G II: 272, trad. modifiée par DS).

Bien qu'il soit impossible de suivre ici de tels prémisses dans leurs conséquences, on peut néanmoins souligner que Marx était conscient de ce que Joyce a résumé dans les termes de «*my producers they are also my consumers*» («mes producteurs, ils sont aussi mes consommateurs», *Finnegans Wake*). Tout le travail de Marx représente donc un développement d'une gerbe de théories qui pourront permettre de rendre compte des aliénations sociales: entre autres, des aliénations au sein de la production des «biens symboliques» ou de la fictionnalité — c'est-à-dire de la littérature, du cinéma, de la bande dessinée ou encore des émissions de télévision. L'efficacité de ses théories réside dans leur mélange de sophistication érudite et de contenu critique, où les jugements de valeur à caractère ethico-politique dénoncent le mode de production capitaliste comme hostile à l'art et à la poésie.

2. On doit admettre que ces questions ne furent que partiellement traitées chez Marx — limitation qui, d'ailleurs, n'a fait que se continuer parmi les penseurs d'allégeance socialiste, qu'il s'agisse des sociaux-démocrates ou des léninistes. Le sort réservé à l'*Histoire et conscience de classes* du jeune Lukács (son premier et, — hélas — d'un point de vue philosophique, seul développement de tels horizons), que celui-ci s'est vu obligé de désavouer, a cantonné leur développement ultérieur du côté de «guérillas» marxistes fonctionnant en marge de l'orthodoxie politique, avec tout ce que cette situation peut comporter de fécond et d'appauvrissant. Il s'agit principalement de théoriciens allemands: Adorno, Benjamin, Bloch, Brecht, Enzensberger, Holz, Marcuse, Sohn-Rethel, Winkler, mais on doit aussi nommer Bakhtine (soit sous son propre nom soit sous celui de Medvédev), Sartre, Goldman, Rossi-Landi, Williams et Bourdieu.

Aussi convient-il maintenant d'essayer de résumer, voire de développer, l'hypothèse de Benjamin concernant l'homologie ou correspondance entre la production de marchandises en général et les traits caractéristiques de la littérature moderne — parce que, et dans la mesure où, elle est produite et consommée comme marchandise. Toutes deux, la littérature et la marchandise représentent des formes de relations sociales; plus particulièrement, toutes deux — ce qui importe davantage pour notre sujet — sont liées à l'*innovation* ou à la *nouveauté*. Pourtant, cette nouveauté possède un caractère paradoxal et profondément contradictoire. Car la marchandise, comme nous l'avons indiqué précédemment, comprend deux sortes de valeur: ses qualités sensibles intrinsèques résultent en valeur d'usage, tandis que la production pour le marché résulte en valeur d'échange quantitative. Prenant comme point de départ le raisonnement de Marx sur l'aliénation des producteurs/consommateurs en conséquence de la dévaluation des objets du monde sensible, Walter Benjamin constate que les expériences humaines sont quotidiennement et inéluctablement moulées dans un réseau de contraintes

établies dans la valeur d'échange, c'est-à-dire dans une forme de rapports sociaux signifiée par le prix des marchandises et de la force de travail. Dans la production des marchandises, la nouveauté du produit est une condition de plus en plus indispensable pour assurer la vente. Mais en même temps, la nouveauté est nécessairement subordonnée au principe permanent et sous-jacent de la *circulation en soi*, plutôt qu'au souci de la nature de l'objet mis en circulation (ainsi une voiture Ford 1985 reste, tout autant qu'une voiture Ford 1984, une voiture privée). La nouveauté devient donc une répétition, un recommencement qui se reproduit à l'infini (*das Immerwiedergleiche*-B I/2: 660, 673 et 680). À partir de la massification de la production et de la circulation des marchandises au XIX^e siècle, la nouveauté apparente est, intrinsèquement, aussi une identité permanente: «La nouveauté est une qualité qui ne dépend pas de la valeur d'usage de la marchandise [...]. L'illusion de la nouveauté se reflète, comme deux miroirs l'un dans l'autre, dans l'illusion d'une identité infinie².» *L'étrange remplace alors le significatif*.

Une telle approche peut aussi se nourrir des observations remarquablement judicieuses de la première œuvre maîtresse d'historiographie philosophique dans laquelle sont abordés les aspects politiques et psychologiques d'une société bourgeoise déjà bien établie. Je me réfère au livre *De la démocratie en Amérique*, de Tocqueville, qui témoigne d'une démarche critique complémentaire. Tocqueville avait remarqué que la société bourgeoise se fonde sur la perpétuelle stimulation du désir de possession chez l'individu. Ces désirs apparaissent plus impérieux et plus universels qu'ils ne l'étaient dans des sociétés précédentes aux ambitions matérielles plus limitées, mais ils sont aussi plus souvent déçus. Les citoyens d'une société bourgeoise exigent une satisfaction et consommation rapide et facile et, de ce fait, ils préfèrent une satisfaction incomplète mais immédiate à aucune satisfaction. Contrairement à l'époque féodale, l'enrichissement est à présent fondé sur une vente à bas prix à un grand nombre, plutôt que sur une vente aux prix élevés à un petit nombre. La règle générale de fabrication des marchandises est donc de «produire une plus grande quantité de biens, à peu près semblables, mais d'une moindre valeur». Cependant, cette règle est accompagnée et déguisée par l'inévitable corollaire suivant lequel on s'efforce de donner à ces marchandises produites en série une apparence de «raffinement» qu'elles ne possèdent pas: la version démocratique de l'hypocrisie est, pour adapter Tocqueville, «l'hypocrisie de qualité» (T II:61-65 et 276).

Ainsi, dans une littérature adaptée à la valeur d'échange et au marché, la nouveauté devient périodique aux deux sens du terme: elle devient nécessairement *fréquente*, un but consciemment recherché de la production littéraire, mais elle est aussi nécessairement divorcée d'un *novum radical* — c'est-à-dire d'un *novum cohérent*. Au lieu d'une cognition cumulative, la poursuite d'une *vérité* esthétique intérieure (déterminée à la fois par la logique interne de la narration fictionnelle et par sa richesse référentielle), ce que Baudelaire appelait «la Muse vénale» est liée à des chocs quantiques de *mode* saisonnière: «La mode est l'éternel retour du nouveau» (B I/2: 677); «Les modes touchant le sens changeaient presque aussi vite que le prix des marchandises. En fait le sens de la marchandise est appelé <prix>; elle n'en a pas d'autre, en tant que marchandise.» Ce qui de nos jours finira par être appelé l'«industrie culturelle» se préoccupe principalement de la diffusion maximale des textes industriellement reproduits. À cette fin, elle a besoin de nouveautés rapidement tournantes, paradoxalement récurrentes et transitoires, qui attirent l'attention mais ne menacent pas le cadre de la rotation, les présupposés politiques et économiques de la circulation du marché. Le changement comme fin en soi devient un article de foi idéologique. C'est à cause de son caractère abstrait et de son autoréférentialité, à cause de sa reproduction monomaniaque de soi dans des variations qui équivalent à une répétition infinie, que la production des marchandises est l'homologue de la mode, qui est également indifférente à la valeur d'usage. (Ainsi, les modes automobiles ne sont pas fondées sur les normes pertinentes d'économie de temps, économie d'essence, etc., mais sont au mieux ajoutées, et au pire substituées à celles-ci.) Un autre aspect de cette homologie est la négation réifiante de la personnalité, particulièrement associée aux masses et aux grandes villes: par exemple, lors d'une réunion de gens chics «à la mode», très conscients de leur mise vestimentaire, la saturation du dernier cri aboutit à l'uniformisation.

En raison d'une telle «commodification» on devenir-marchandise, la nature utopique et libératrice de toute œuvre d'art importante — c'est-à-dire, la richesse de son sens, l'agencement nécessaire et suffisant de ses parties en un tout sans hiérarchies de puissance, son refus de reconnaître

2. Voir de Benjamin aussi en anglais *Charles Baudelaire*, Londres, 1973, qui publie des fragments pas encore édités dans l'édition allemande de note 1 — ici, à p. 172. Cf. sur cette hypothèse aussi Alfred Sohn-Rethel, *Warenform und Denkform*, Francfort, 1971 et Fredric Jameson, *Marxism and Form*, Princeton, 1971.

que ce qui existe dans le présent de l'auteur puisse être la seule possibilité, son unicité, sa profondeur historique, sa vitalité: tout ceci se trouve sapé à la base même. Le caractère inaltérablement utopique du récit de fiction ne peut donc se manifester que comme le concave dans le convexe — c'est-à-dire inscrit par son absence même, par l'absence de cohérence narrative, repérable formellement, qui découle de la scotomisation des aspects utopiques ou de la contamination par la dystopie. Les écrivains ont rapidement cerné le sens d'une telle tendance idéologique. Carlyle l'a décrit ainsi: «Pour utiliser l'ancien dialecte, nous avons <oublié Dieu> [...]. Toute la vérité de cet univers est incertaine; seul le gain et la perte, le côté matériel et vaniteux y sont et demeurent très visibles pour l'homme pratique ...³» Et Poe: «Les anciens Américains adoraient deux idoles qui portaient les noms de Richesse et de Mode» (*Mellonta tauta*). Finalement, la mode est exaspérée en *sensationalisme*, et devient une série d'«effets» ou de chocs de plus en plus violents. Dans un autre paradoxe capital, très significatif pour le sens général de l'histoire ou du temps, le *progrès devient indissociable de la catastrophe*: «Pour les hommes tels qu'ils sont de nos jours, il n'existe qu'une seule nouveauté radicale — une qui reste toujours la même: la mort» (B I/2: 668). Dans le dispositif séismique très sensible de la SF, par exemple, le plus grand progrès (la création de la vie) menace, depuis l'œuvre princeps de Mary Shelley, *Frankenstein*, de produire la catastrophe la plus définitive (la destruction de toute vie, que l'auteur traitera plus tard dans *le Dernier Homme*).

De façon exemplaire pour ce processus entier, et intimement impliqué en lui, on voit naître au XIX^e siècle cette addition spécifiquement bourgeoise et capitaliste au discours social qu'est la *presse*. Les journaux à grand tirage étaient financièrement fondés sur l'innovation des annonces publicitaires, ce qui leur permettait de maintenir un prix relativement bas et de recruter un vaste public de lecteurs. Dans ces journaux, «l'information brève et abrupte a commencé à entrer en compétition avec le rapport sérieux et posé», avec pour résultat l'aspect quotidiennement changeant du journal (B I/2: 528-29). Dans la mesure où les publicités devaient être lues par le plus grand nombre possible de gens, «un <hameçon> ou un appât devint nécessaire, lequel était destiné à tous les lecteurs, indépendamment de leur opinion personnelle, et dont la valeur consistait dans le fait qu'il mettait la curiosité à la place de la politique» (nettement, cité par B I/2: 531). Ainsi est né *le roman à épisodes dans le feuilleton*, et c'est pourquoi on a commencé à payer des prix astronomiques pour de tels romans-feuilletons, à Dumas Père ou à Sue. À la fois par *exemplarité formelle* et par *commande explicite*, le journal en est venu à occuper la position dominante dans le système de marchandises littéraires, celle qui détermine les horizons, montre le chemin et modèle la structure des émotions pour tous les autres discours écrits.

Primo, en ce qui concerne l'exemplarité formelle, «les principes de l'information journalistique sont la nouveauté, la brièveté, l'intelligibilité et par dessus tout l'absence de cohérence [*Zusammenhangslosigkeit* — le manque d'homogénéité, le caractère décousu] entre les différentes bribes de nouvelles ...» (B I/2: 610). Accueillant favorablement le «journalisme de l'époque», Edgar Allan Poe y voyait «un signe des temps — la marque d'une époque où les hommes sont contraints au court, au condensé, au bien digéré [...]». D'une façon un peu différente, mais complémentaire (moins commerciale, et plus conceptuellement idéologique), ceci s'appliquait également à l'importance croissante des nouveaux périodiques. Poe a aussi tout particulièrement remarqué que ceux-ci — surtout les mensuels en tant que périodiques à parution la plus fréquente — étaient en accord avec «la précipitation de notre époque. Nous exigeons maintenant l'artillerie légère de l'intellect; nous avons besoin du court, du condensé, du mordant (*pointed*), du facilement diffusé — au lieu du verbeux, du détaillé, du volumineux, de l'inaccessible [...]» (P VI: 218 et 98-99).

En fait, tandis que sous les régimes despotiques l'ignorance provenait d'une pénurie d'information, Tocqueville remarque avec beaucoup de perspicacité que pour les citoyens des sociétés démocratiques, l'ignorance provient *d'un excès d'information*: «Les traits principaux de chaque tableau disparaissent pour eux parmi la multitude des détails»; et ces consommateurs de l'information acquièrent «l'habitude de l'inattention» (T II: 275-76). On peut en chercher la cause dans la nature même de l'information en régime capitaliste. Un type d'information qui serait à la fois universellement accessible et continuellement valide aurait une valeur d'usage maximale mais une valeur d'échange nulle. L'information ne devient marchandise quantitativement mesurable, et donc adéquate à la mise en marché, que parce qu'elle est vite périmée; et inversement, les investisseurs ne portent de l'intérêt qu'à l'information rapidement périssable (par ex. les prix de ce jour-ci). Pour reprendre les termes de Tocqueville, l'égalité démocratique favorise, dans un même mouvement, la capacité

3. Thomas Carlyle, *Past and Present*, Londres, 1897, *Past and Present*, pp. 136-137.

de penser du neuf et celle de ne pas penser du tout; elle encourage une curiosité qui est «tout à la fois insatiable et satisfaite à peu de frais», désireuse «à savoir vite beaucoup, plutôt qu'à bien savoir» (T II: 18 et 276). En ce sens, toute littérature durable ou de quelque valeur est essentiellement non capitaliste, voire anti-capitaliste.

Pourtant, en dehors de l'importance d'un tel exemple formel, la presse — c'est-à-dire les propriétaires de journaux, et de nos jours aussi les éditeurs, etc. — intervient directement dans la conception et l'élaboration de la catégorie de «belles lettres» la plus lucrative, le roman-feuilleton. Les éditeurs allaient même jusqu'à se réserver le droit d'attribuer un feuilleton à un nom côté de leur choix, indépendamment de l'auteur réel. Il n'était pas rare que des écrivains-entrepreneurs leur coupent l'herbe sous le pied: Alexandre Dumas Père fut publiquement soupçonné de faire travailler sur ses scénarios tout un bataillon de pauvres scribailleurs ou «nègres», peut-être dans sa cave — c'est-à-dire de se comporter comme un industriel fournissant de la matière première transformée en produits finis grâce au labeur (en l'occurrence, pas manuel mais intellectuel) des ouvriers engagés dans ce but; le dramaturge régnant à l'époque, le prolifique Scribe, n'avait pas seulement des co-auteurs reconnus mais encore un certain nombre de «nègres» qui écrivaient les dialogues des pièces dont il construisait les scénarios. Cette pratique était déjà à l'honneur au XVIII^e siècle. Kant écrivait avec amertume: «Un éditeur [...] expérimenté n'attendra pas que des écrivains toujours prêts viennent lui offrir leurs marchandises; comme un patron d'usine, il concoctera le fond aussi bien que la forme qui seront censés répondre à la plus grosse demande ou du moins au plus grosses ventes ...⁴» Néanmoins, ce n'est que vers la moitié du XIX^e siècle que de tels rapports économiques s'établirent dans la littérature la plus connue et la mieux payée, visant avec de plus en plus d'insistance à une position hégémonique dans la totalité du discours écrit et ajoutant la politique écrasante et directe de la carotte et du bâton à l'exemplarité extensive et diffuse de l'écriture de presse ou du discours journalistique. À partir de cette époque, les écrivains se sont scindés non seulement selon des lignes de partage économiques mais aussi idéologiques, avec d'un côté les «intégrés», ceux qui suivaient le mouvement hégémonique, et de l'autre les hors-jeux ou «émigrés de l'intérieur», ceux qui le refusaient. Beaucoup d'écrivains de marque se retirèrent dès lors dans une haine profonde vis-à-vis du monde bourgeois: Baudelaire commença à parler de la littérature en termes de «chair à feuilletons» et à comparer les écrivains à des prostituées. Tocqueville formule la même pensée dans son style poli et lapidaire: «Les littératures démocratiques fourmillent toujours de ces auteurs qui n'aperçoivent dans les lettres qu'une industrie, et, pour quelques grands écrivains qu'on y voit, on y compte par milliers des vendeurs d'idées» (T II: 77). On croit pouvoir saisir dans le vers très semblable de Baudelaire, «Moi qui vends ma pensée et qui veux être auteur», un passage presque palpable de la connotation quasi théologique de «l'auteur» à celle établie par le marché. Dans son vers, ce passage est montré de façon inverse (le marché discrédite le créateur d'emblée), produisant ainsi l'effet caractéristiquement dystopique dont il a été précédemment question. Encore plus que dans le cas de l'écriture journalistique, ces relations nouvelles de pouvoir ont eu une influence radicale et durable sur le discours fictionnel et la narrativité.

On trouve une autre homologie clé de la fiction en tant que marchandise chez Benjamin dans le *jeu de hasard*. En fait, il s'agit d'une attitude modèle pour ce nouveau type d'expérience ou de sensation qui, loin d'être immergée dans la continuité de la valeur d'usage (*Erfahrungen*), est faite d'occurrences ponctuelles successives (*Erlebnisse*) fondées sur une empathie perverse avec la valeur d'échange, ou le prix en argent, des objets sensuellement dévalués. Le jeu est, lui aussi, une activité qui recommence chaque fois à zéro mais qui reste néanmoins une variation permanente du même (à la fois sur la table de jeu et sur le marché financier ou des changes). Ainsi, d'un côté, il y eut une croissance énorme du nombre d'écrivains professionnels au XIX^e siècle, qui était principalement due à la croissance de la presse; d'un autre côté, le nombre des écrivains formés par l'écriture journalistique et, en même temps, fascinés par le jeu ou les entreprises spéculatives, forment légion dès le XIX^e siècle — de Walter Scott et Edgar Allan Poe à Dostoïevsky, Mark Twain, et au-delà. Dans *Rob Roy*, par exemple, Scott exprime assez clairement la similarité psychologique profonde entre le commerce et le jeu de hasard, même dans le cas des Puritains :

In the fluctuations of mercantile speculation, there is something captivating to the adventurer, even independent of the hope of gain [...]. [The] mixture of necessary attention and inevitable

4. Immanuel Kant, *Ueber die Buchmacherey*, cité dans Hans Widmann, *Geschichte des Buchhandels vom Altertum bis zur Gegenwart*, éd. élargie par Ernst Kuhnert (Wiesbaden, 1952), p. 246; cf. aussi Lutz Winkler, *Kulturwarenproduktion* (Frankfort, 1973), p. 35 seqq.

hazard, — the frequent and awful uncertainty whether prudence shall overcome fortune, or fortune baffle the schemes of prudence, affords full occupation for the powers, as well as for the feelings of the mind, and trade has all the fascination of gambling without its moral guilt (Rob Roy, ch. 1).

Dans les fluctuations de la spéculation mercantile, il y a quelque chose de passionnant pour l'aventurier, même indépendamment du vague espoir de gain [...]. Le mélange d'attention nécessaire et de hasard inévitable — l'incertitude si courante et si affreuse d'ignorer si la prudence triomphera de la chance ou la chance déjouera les calculs de la prudence, donne au jugement et au sentiment de quoi s'occuper, et le commerce possède tout le caractère fascinant du jeu de hasard mais sans en entraîner la culpabilité morale. (*Rob Roy*, ch. 1)

Cela est également en relation avec les changements dans le sentiment général ou la structure des sentiments concernant le temps et la mort, dont il a été question auparavant. Pour Benjamin, le système poétique de Baudelaire est exemplaire en ce que l'ennemi invariablement gagnant dans le jeu de la vie, c'est le Temps, l'aiguille démonique de l'horloge qui marque les secondes (une image qui rappelle celle de Poe dans *The Pit and the Pendulum*). Le Temps, ce moissonneur impitoyable, utilise maintenant les nouveaux instruments de précision pour quantifier et mesurer. Il est inutile de s'attarder longuement sur le fait évident que les forces dynamiques des horizons temporels nouveaux se répandent dans tout discours imprimé depuis lors et le déterminent.

La mode, le jeu de hasard, la circulation rapide de l'argent et des marchandises, l'angoisse du temps, les journaux saturés de et dominés par la publicité, et finalement, toute forme de discours écrit transformée en marchandise se soumettant à leurs lois — tout ceci possède un dénominateur commun dans le comportement humain nouveau. Il s'agit d'une *expérience de consommateur* entraîné dans des *chocs répétitifs* vécus comme des *sensations d'excitation*. Tocqueville a longuement discoursé sur la façon dont, à cause de la domination universelle et envahissante de l'argent (cet équivalent universel des marchandises) et à cause de la poursuite des richesses, toutes les passions humaines s'orientent vers le même but, ce qui leur confère «un air de famille» et rend la vie des gens — paradoxe supplémentaire — à la fois beaucoup plus agitée et beaucoup plus monotone: «[...] comme les mêmes succès et les mêmes revers reviennent continuellement, le nom des acteurs seul est différent, la pièce est la même» (T II: 281-82). Dans un tel contexte, seule une excitation renouvelée de façon permanente offre la garantie d'intéresser le public impatient. «Le premier, et en fait le seul but de Sue est de produire un livre excitant, et donc vendable», remarquait, avec beaucoup de finesse, Edgar Allan Poe en parlant du supposément radical *Mystères de Paris*, le premier et le plus frappant exemple du roman-feuilleton ou «chair à feuilleton» (Poe VI: 45).

Selon les termes de Benjamin, l'art «de la bourgeoisie moderne est économiquement déterminé par le profit, sociologiquement [...] c'est surtout une machine à sensationnalisme» (B II/2: 764). Ainsi, en conclusion, la nouveauté fictionnelle à la mode et qui suit les courants de la mode se préoccupe «plutôt de la rentabilité de ses thèmes que de leur contenu cognitif» (B II/1: 383). En littérature, la valeur d'usage est *connaissance esthétique significative*, tandis que la valeur d'échange doit être comprise comme *la domination narrative d'étrangetés superficielles infiniment récurrentes*, emblème de l'«hypocrisie de la qualité». Dans les systèmes économiques axés sur la marchandise qui se sont pleinement développés, l'idéologie bourgeoise ne témoigne pas seulement d'une profonde indifférence pour la connaissance englobante des relations humaines; de plus, elle développe une hostilité grandissante envers une telle compréhension — elle «entrave la production de l'intelligence» (B II/2: 693: *die Produktion der Intelligenz* — magnifique jeu de mots qui se réfère également à l'engourdissement de «la capacité productive de l'intelligentsia»). Depuis Balzac, Poe et George Eliot, les meilleurs écrivains bourgeois oscillent donc entre une réaction hostile à leur société et l'impossibilité d'en imaginer une meilleure. Dans leur haine du présent, ils se tournent vers le passé ou vers la catastrophe. Jusqu'à nos jours, tout le discours social, qu'il soit de fiction ou non, m'apparaît déterminé par des variations sur ce modèle, inévitable parce qu'immanent à la production et à la consommation littéraires dans le capitalisme «démocratique» — ou plutôt, capitalisme de production de masse des marchandises dans le jeu cyclique de la fausse nouveauté.

RÉSUMÉ

Sont d'abord brièvement présentées les analyses du rapport entre la littérature et le capitalisme de marché élaborées par Marx, principalement dans ses *Grundrisse*, et par Walter Benjamin, avec son hypothèse concernant l'existence d'une homologie entre la production des marchandises et la littérature moderne. Marx a fait une distinction fondamentale, au sein de la production marchande, entre une valeur d'usage sensuelle et une valeur d'échange quantitative. Cette contradiction, dont le résultat est: l'aliénation généralisée, Benjamin s'en est servi dans l'analyse de la manie, propre à l'après-dix-neuvième siècle, pour la *nouveauté* dans la fiction. Avec la circulation marchande, la nouveauté tend à être mystificatrice plutôt que radicale. On fait appel aux idées de Tocqueville sur la psychologie des sociétés «démocratiques» de masse pour éclairer cette aporie. La situation de la presse de masse, au sein du discours écrit, est ensuite examinée à la lumière de commentaires faits par A. E. Poe au début de sa carrière. Les discussions de Benjamin et d'autres critiques concernant la mode, le jeu, l'obsolescence rapide, l'angoisse devant le passage du temps, etc., sont rapportées à l'expérience du consommateur en quête de stimulation. Pour conclure, la valeur d'usage de la littérature est considérée comme étant une connaissance esthétique signifiante, et ce en contradiction avec sa valeur d'échange, considérée comme la domination narrative d'étrangetés superficielles qui se répètent à l'infini. Tel semble bien être le modèle de tout discours littéraire (de fiction ou pas), de Balzac à aujourd'hui.

SUMMARY

Diagnoses of the relationship between literature and market capitalism established by Marx, principally in his *Grundrisse*, and by Walter Benjamin in his hypothesis of homology between commodity production and modern literature, are briefly presented. Marx established a basic distinction between sensual use-value and quantitative exchange-value in commodity production. Benjamin applied this contradiction, which results in general alienation, to post-19th-century craze for *novelty* in fiction. In market circulation, the novelty tends to be fake rather than radical. Tocqueville's insights into the psychology of mass «democratic» societies are also brought to bear on this aporia. The hegemonic position of the mass press within written discourse is then envisaged on the basis of E.A. Poe's early comments. Benjamin's and the other critics' discussions of fashion, gambling, quick turnover, time-anxiety, etc., are identified as the customer experience oriented toward excitement. In conclusion, literature's use-value is seen as significant aesthetic cognition, and its contradiction in exchange-value as the narrative domination of infinitely recurring superficial strangenesses. This seems to be the basic model of all literary discourse (fictional or not) from Balzac's times to our own. (DS)

RESUMEN

Se presenta brevemente un diagnóstico de la relación entre literatura y mercado capitalista establecida por Marx, principalmente en su *Grundrisse*, y por Walter Benjamin en sus hipótesis de homología entre producción de artículos de base y literatura moderna. Marx estableció una distinción de base entre valor de uso sensual y valor de cambio cuantitativo en la producción de artículos de base. Benjamin aplica esta contradicción que conduce a una alienación general, al post-siglo diecinueve enloquecido por la *innovación* en la ficción. En circulación mercantil, la innovación tiende a ser más bien falsa que radical. El conocimiento de Tocqueville en la psicología de masas de las sociedades «democráticas» soporta también este aporisma. La posición hegemónica de la prensa de masas dentro del discurso escrito es entonces enfocada en la base de los primeros comentarios de E.A. Poe. Las discusiones de Benjamin y de otros críticos sobre la moda, el juego, la rápida evolución, la ansiedad de la época, etc. son identificadas como la experiencia de la clientela orientada hacia la sobre excitación. En conclusión, el valor de uso de la literatura es visto como un significativo conocimiento estético, y su contradicción en valor de cambio como una dominación narrativa de recurrir ilimitadamente a una extravagancia superficial. Este parece ser el modelo básico de todo el discurso literario (ficticio o no) desde los tiempos de Balzac hasta nuestros días.