



[Louis-Ferdinand] Céline, portrait de l'artiste en clochard

Marie Hartmann

► To cite this version:

Marie Hartmann. [Louis-Ferdinand] Céline, portrait de l'artiste en clochard. Colloque international : Marketing et stratégies éditoriales aux XXe et XXIe siècles, Brigitte Diaz; Marie-Hélène Boblet, Apr 2018, Caen, France. pp.43-58. hal-02305136

HAL Id: hal-02305136

<https://normandie-univ.hal.science/hal-02305136>

Submitted on 4 Dec 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

CÉLINE, PORTRAIT DE L'ARTISTE EN CLOCHARD

par Marie HARTMANN

Université de Caen Normandie/LASLAR E.A.4256/ANR LITTéPUB

Une série de photographies de Louis-Ferdinand Céline, prises par Pierre Duverger entre 1957 et 1961, constitue le point de départ de cette réflexion¹. Redoublées par différents documentaires télévisés, elles paraissent relever de « la visite au grand écrivain », décrite par Olivier Nora. Il s'agit de « déceler quelque chose d'indicible dans quelque chose de prosaïque – le génie dans le cadre familial – »². Leur naturel appuyé (discussions privées avec sa femme, scènes de la vie quotidienne) fait partie d'un dispositif concerté d'autopromotion paradoxale. La pose apparemment spontanée, le costume ordinaire et peu varié, les assimile à des photographies prises à la dérobée. Cela invalide par avance toute idée de mise en gloire de l'écrivain et accrédite, au contraire, son humilité, la modicité de ses moyens financiers, ainsi que, simultanément, sa générosité : il laisse le champ libre au photographe.

Cette présentation de soi constitue une forme de déni de la publicité entendue comme valorisation d'un produit pour le faire vendre, à vocation commerciale donc. Cette prise de position est récurrente dans les entretiens journalistiques comme dans les derniers récits de Céline qu'ils accompagnent. Elle s'inscrit dans une stratégie de reconnaissance publique qui conjoint cette modestie apparente à un réquisitoire contre ceux qui l'auraient réduit à cette misère. Dans ces derniers textes, Céline orchestre en effet une tapageuse campagne de dénigrement visant à accroître sa notoriété par le scandale réitéré. Elle doit être comprise aussi comme une sorte d'argument dans les âpres négociations avec son éditeur. Plus généralement, la campagne publicitaire, ainsi définie, vire au procès en réhabilitation de celui qui se présente comme le dernier écrivain français. On organisera donc cette réflexion autour de trois points : le déni, le tapage et la victime.

Adoptant une attitude de pseudo-moraliste, Céline se moque régulièrement de la manie des vieillards de « se faire reluire » :

moi qui les vois là tous les jours dans mon journal habituel, photographiés, dos, faces, profils, si contents d'eux [...] si heureux d'être si gâtés, vedettes aussi

¹ Pierre Duverger, *Céline derniers clichés*, co-édition Ecriture/IMEC, septembre 2011.

² Olivier Nora, « La visite au grand écrivain », dans *Les Lieux de mémoire*, T. 2, Paris, Gallimard, Quarto, 1997, p. 2140.

admirées que le Kidnappeur de la rue Torchon et la superstar Brillantine...
formidables Gouverneurs de ci... fantastiques maréchaux du Vent...³

Le rapprochement tourne en ridicule la vanité des vieillards en réactualisant une image classique de celle-ci : le vent. D'une manière comparable, mais sur un autre ton, il emprunte à Pascal une nouvelle mise en cause de ce narcissisme :

je pense à Caron la façon qu'il leur fera passer leur moïmoïsme ! à la sacrée rame plein le museau ! *vrang* ! d'une oreille l'autre !... vous voyez ça ! leur décolle presque toute la tronche ! oui, leurs yeux pendent !... l'embarquement pour l'outre-là !...⁴

Cette même pensée pascalienne est pourtant reprise pour qualifier sa propre conduite. Dans *Nord*, Céline imagine cet échange avec un lecteur :

tout moïmoïsme est haïssable, hérisse le lecteur... « Vous ne faites que ça ! » Oui, mais tout de même, de temps en temps, à titre expérimental, un certain moi est nécessaire...⁵

La violente prise à parti du lecteur fait de l'étalage de sa vie personnelle une calomnie à laquelle répondent les atténuations successives suivantes. Cette ostensible discrétion est une pose. La dérision à l'encontre des mises en scène de soi vise les autres. On a vu la rame de Caron mais à la question de savoir s'il a rencontré des personnalités exemplaires, Céline répond :

Ah, non, non, non, je les vois toujours en train de cabotiner *[sic]*, les autres, ils m'emmerdent. Non. Là je tiens de ma mère une modestie, une insignifiance absolue, alors, absolue ! Ce qui m'intéresse, c'est d'être ignoré complètement.⁶

Tout en donnant un entretien, il revendique d'être ignoré et se vante de sa modestie ! Toute son attitude et une partie de ses discours sont de l'ordre de la

3 Toutes les références aux trois derniers romans de Louis-Ferdinand Céline, *D'un château l'autre*, *Nord* et *Rigodon*, renvoient à *Céline, Romans II*, Paris, Gallimard, Bibliothèque de la Pléiade, 1974. Cette citation est extraite de *Rigodon*, p. 847.

4 *D'un château l'autre*, p. 18.

5 *Nord*, p. 458.

6 *Cahiers Céline 2, Céline et l'actualité littéraire, 1957-1961*, Textes réunis et présentés par Jean-Pierre Dauphin et Henri Godard, Paris, Gallimard, nrf, 1976, p. 168. Par la suite on abrège le titre de ce volume en CC 2.

prétérition. L'interview mentionnée ci-dessus commence d'ailleurs par : « Je n'entretiens pas ! »⁷ Il affecte donc de se refuser à toute publicité de soi tout en multipliant les entretiens dans les journaux et ailleurs. Ils sont nombreux : le premier volume qui recense la série d'entretiens autour des trois derniers romans comporte 230 pages⁸. Ils paraissent dans des média à grande diffusion. La célèbre journaliste de *L'Express*, Madeleine Chapsal, contribue au lancement de *D'un château l'autre* grâce à un entretien en date du 14 juin 1957⁹. Celui-ci a été annoncé par une publicité insérée dans *Le Monde* du 13 juin¹⁰. Céline passe à la télévision à une heure de grande écoute, grâce à Pierre Dumayet dans « Lectures pour tous », diffusé sur la première chaîne, le 17 juin de cette même année. Il ne fait pas la couverture de *Paris-Match* le 22 juin, elle est réservée à une « vraie » vedette, Gina Lollobrigida « [attendant] son enfant sous les orangers d'Ischia », mais le reportage qui lui est consacré met en valeur un Céline souriant, jouant avec son perroquet¹¹. On peut entendre Céline sur les ondes de la Radio suisse romande le 8 juillet 1957. En 1958 et en 1959, pour relancer les ventes de *D'un château l'autre* et anticiper la sortie de *Nord*, il sera à nouveau à la télévision dans les émissions d'André Parinaud, « Voyons un peu »¹² et dans celle de Louis Pauwels, « En français dans le texte ». Durant cette dernière, il réitère son « horreur de la publicité », son désintérêt pour la personne du créateur et reprend l'antienne de l'écrivain artisan-travailleur, ce discours étant également amplement relayé par le journaliste¹³.

Cette posture d'auteur¹⁴ se posant en critique de l'exhibition narcissique à laquelle conduisent à la fois le récit autobiographique et l'exposition médiatique est banale. Elle est en partie donnée comme telle. Céline veut s'inscrire dans une lignée de classiques et se présente comme un nouveau Chateaubriand retiré pour écrire ses mémoires vindicatifs. Sa réserve s'inspire de celle du vieux maître de la Vallée-aux-Loups qui déclare :

7 *Ibid.*, p. 145.

8 *Les cahiers Céline 2* sont complétés par les *Cahiers Céline 7*. Voir infra.

9 Sur l'importance de cet article, voir *Céline, Lettres à la N.R.F., 1931-1961*, Paris, Gallimard, 1991, p. 365.

10 *Ibid.*, p. 378.

11 Sur ce reportage, voir Jean-Louis Cornille, *Céline d'un bout à l'autre*, Amsterdam-Atlanta, GA, Rodopi, collection monographique « rodopi en littérature française », 1999, p. 9.

12 https://www.youtube.com/watch?v=AtsL4LI2o_0, >> consulté le 19-03-2018.

13 <http://www.ina.fr/video/CPF86632261/celine-video.html>, >> consulté le 19-03-2018. Sur les avatars de cet entretien, voir François Gibault, *Céline, 1944-1961, Cavalier de l'Apocalypse*, Paris, Mercure de France, 1985, p. 322.

14 Au sens que lui donne Jérôme Meizoz, http://www.fabula.org/atelier.php?La_posture_d%27auteur_>>_>>, consulté le 15-03-2018.

En aucun temps, il ne m'a été possible de surmonter cet esprit de retenue et de solitude intérieure qui m'empêche de causer de ce qui me touche. Personne ne saurait affirmer sans mentir que j'aie raconté ce que la plupart des gens racontent dans un moment de peine, de plaisir ou de vanité.¹⁵

Il se réfère encore à Hugo pour justifier la nécessité d'un « certain moi »¹⁶. Cette pose doit être comprise au sens théâtral. Elle a une dimension de cabotinage lui permettant de rejoindre ces illustres faux-modestes. Mais Céline va plus loin. Afin d'accréditer l'idée qu'il ne se livre à la publicité que pour des raisons alimentaires et financières, dans les romans, il procure un renversement grotesque des interviews. Elles virent aux jeux de massacres. Les journalistes flagorneurs deviennent insultants et menaçants quand ils ne sont pas mis en déroute par les chiens¹⁷. Il imagine le jugement du public sur le reportage pourtant flatteur publié dans *Paris-Match* : « “Certainement, il est gâteux, nous l'avons vu dans *Paris-Match* ! coulant, croulant ! il faisait sous lui !” »¹⁸ Il invente des journalistes s'enfuyant devant le « monstre »¹⁹. L'ensemble souligne qu'il ne se plie au cirque médiatique « qu'à son corps défendant »²⁰.

Ce dispositif de reprise romanesque l'exonère de toute vanité tout en manifestant une fine connaissance des pouvoirs accrus des média et de la publicité. On a vu l'allusion à la Brillantine et, à l'ouverture de *D'un château l'autre*, il insère une sorte de slogan qui aurait pu figurer sur le bandeau du roman : « la “Relativité” en ampoules ! ... je vous la donne ! ... vous vous reboitez le Temps, ainsi dire !... »²¹ Il mesure l'importance croissante de l'entretien, radio, télévisé ou papier. Il en a écrit une série regroupée sous le titre *Entretiens avec le professeur Y*, dans laquelle il

15 Chateaubriand, *Mémoires d'outre-tombe*, I, Paris, Librairie générale française, Le Livre de poche, 1973, p. 438. Sur les parallèles entre eux, je me permets de renvoyer à mon article « La transposition de Chateaubriand dans les trois derniers romans de Louis-Ferdinand Céline », dans *Traduction et transposition*, Actes du XVII^e colloque international Louis-Ferdinand Céline, Paris, Société des études céliniennes, 2010, p. 151-168.

16 Victor Hugo, *Les Contemplations*, Paris, Classiques Pocket, 1998, p. 48.

17 *Rigodon*, p. 713-716.

18 *Ibid.*, p. 829.

19 *Nord*, p. 543.

20 Michel Lacroix, « Le galérien du style et le “grand jeu” de “interviewe”, écriture et médiatisation littéraire chez Louis-Ferdinand Céline », dans *Etudes littéraires*, vol. 40, n° 2, Canada, Département de littérature de l'université Laval, 2009, p. 110.

21 *D'un château l'autre*, p. 20.

définir le nécessaire « service après-vente »²² et/ou la campagne de lancement qui doit promouvoir l'œuvre grâce à la mise en scène de l'auteur. Pour être reconnu, il faut exploiter les moyens de communication actuelle et se conformer aux codes biographiques correspondant aux attentes du public. Cette démarche se résume, selon Céline, à « jouer le jeu » :

J'ai compris *illico presto* et d'un ! avant tout ! que « jouer le jeu », c'était passer à la Radio... [...] d'aller y bafouiller ! tant pis ! n'importe quoi !... mais d'y faire épeler son nom cent fois ! mille fois !... que vous soyez le « savon grosses bulles » ou le « rasoir sans lames Gatouillat »... ou « l'écrivain génial Illisy » !... la même sauce ! le même procédé ! et sitôt sorti du micro vous vous faites filmer ! en détail ! filmer votre petite enfance, votre puberté, votre âge mûr, vos moindres avatars... et terminé le film, téléphone !... que tous les journalistes rappellent !... vous leur expliquez alors pourquoi vous vous êtes fait filmer votre petite enfance [...] qu'ils impriment tout ça, gentiment, qu'ils vous photographient ! et encore !... et que ça repasse dans cent journaux !²³

La satire de l'inconsistance du propos journalistique (« aller y bafouiller n'importe quoi ») et de son système d'autoréférence montre sa compréhension des rouages médiatiques et celle de ce que l'on appellerait aujourd'hui, « les créneaux porteurs », c'est-à-dire, dans cet exemple, l'attendu déballage de la vie privée. Dans une perspective plus générale, à la suite d'une ratiocination sur ses déboires, il commente : « laissons la philosophie à la grande publicité ! »²⁴ L'incise suggère la futilité des deux alors que lui et la situation qu'il évoque sont « sérieux »²⁵. Mais elle rappelle aussi l'importance de la mise en spectacle. En se souvenant aussi des parades hitlériennes, Céline montre que les doctrines, quelles qu'elles soient, transforment en images ce qu'elles veulent vendre ou se font images pour se vendre. La publicité a pris le relais de la propagande. Céline assimile les deux termes en précisant à propos de la télévision, d'une part : « C'est un prodigieux moyen de propagande » ; d'autre part : « La télévision est un de ces moyens de publicité. »²⁶ Plus avant, il souligne que le dernier culte, c'est celui de l'image. Le narrateur fait ainsi dire à Harras, l'un des personnages de *Nord*, que les églises

22 Michel Lacroix, *op. cit.*, p. 110.

23 Louis-Ferdinand Céline, *Entretiens avec le professeur Y*, Paris, Gallimard, [1955], 1983, p. 11-12.

24 Rigodon, p. 892.

25 *Ibid.* Il se trouve à la douane pour passer au Danemark.

26 CC 2, p. 96 et p. 98.

seront transformées en cinéma²⁷. De plus, ironiquement, Céline insiste sur le fait que les nouveaux dieux sont des vedettes médiatiques :

Delphes faisait des dieux, Rome n'a jamais fait que des saints, mais nous, monsieur, merveilles de ces temps, sortons cent vedettes par semaine !...²⁸

Dans cette société, l'artiste est un produit de consommation comme un autre, d'où la mise sur le même plan d'une publicité pour un savon, un rasoir et le « génial écrivain ». Il importe dès lors à l'auteur non seulement d'imposer sa marque de fabrique, son style en ce sens, mais presque de devenir une marque identifiable, commercialisable.

La sienne est, dès le premier roman, marquée par le sceau du scandale. Lors du lancement de *Nord*, il déclare :

Moi le *Voyage au bout de la nuit*, j'en ai vendu parce que je les ai forcés à lire par le scandale, mais j'aurai [sic] pas fait scandale y'aurait rien eu du tout. En ce moment-ci, si je vends c'est parce que j'ai été en prison.²⁹

Il explique encore, en 1960, que dans « les journaux, les revues » :

les petites filles apprennent l'accouchement sans douleur, et à quatorze ans les enfants savent déjà tout, après Gide, sur l'usage du fouet et sur l'homosexualité. Le résultat c'est que tout est banal, rien n'est original.³⁰

Pour se distinguer donc, il reprend des techniques de provocation dont il a amplement expérimenté l'efficacité dans les pamphlets qui, rappelons-le, sont des best-sellers. Il sait également que ces attaques correspondent à l'horizon d'attente de son lectorat. Il suffit de voir l'atroce jeu de mots antisémite immédiatement suivi par une prétérition pour qualifier la réception de *Normance* : « *Normance*, question livre, a été qu'un affreux four ! [...] les gens s'attendaient que je provoque, que je

²⁷ *Nord*, p. 388.

²⁸ *Rigodon*, p. 719.

²⁹ *Cahiers Céline 7, Céline et l'actualité littéraire*, 1933-1961, textes réunis et présentés par J. P. Dauphin et P. Fouché, Paris, Gallimard, 1986, p. 434. Cet entretien, réalisé en juin 1959, n'a eu au demeurant aucun retentissement médiatique puisqu'il est resté inédit jusqu'à sa reprise dans les *Cahiers Céline*, en 1986. Par la suite, on abrège le nom de ce cahier en CC 7.

³⁰ CC 7, p. 405.

bouffe encore du Palestin [...] »³¹. Il va continuer à provoquer. Il manie la médisance et la diffamation. Gide, dont l'œuvre est brutalement résumée au « fouet » et à « l'homosexualité », est l'une de ses cibles. Mais plus généralement, il s'attaque aux personnalités au sommet de leur gloire, quelle qu'en soit la raison ou l'occasion médiatique. Il utilise leur notoriété. Minou Drouet, éphémère phénomène, « *enfant-prodige* », « génie » poétique³² créé par les journaux de l'époque, trouve sa place dans une liste de personnages qu'il envoie à la fois à Guignol et à l'Académie, amalgamant ainsi les deux³³. En 1950, dans un article paru dans *La Tribune des nations* et significativement intitulé « Nous n'épargnerions plus Louis-Ferdinand Céline », Roger Vailland a raconté un projet d'exécution de celui-ci à Montmartre, dans l'immeuble où il demeurait³⁴. Céline lui répond dans *D'un château l'autre* en jouant sur l'orthographe de son nom pour se moquer de cette prétendue « vaillance » : « l'autre non plus le dénommé Vaillant ! vaillant de quoi ? qu'il voulait m'assassiner ! »³⁵ Il riposte encore dans *Le petit Crapouillot* en février 1958. La polémique reprise dans le roman est diffusée dans les journaux. Elle est d'autant plus intéressante, en termes de retentissement médiatique, que le roman de Roger Vailland, *La Loi*, sort au même moment et chez le même éditeur que *D'un château l'autre*, et surtout que celui-ci obtient le Goncourt la même année. Tous deux se font de la publicité sur le dos l'un de l'autre.

Mais l'une des cibles privilégiées de cette offensive médiatique est Sartre. Dans ces années 1957-1960, sa stature d'intellectuel engagé est internationalement reconnue et il utilise fréquemment les journaux comme *L'Express* pour lancer des débats acharnés, en particulier contre la guerre d'Algérie³⁶. Pour Céline, cette renommée est une forme d'aubaine pour développer la sienne. Le débat avec Sartre est ancien. En effet, dans « Portrait d'un antisémite », un article de 1947, Sartre avait écrit : « Si Céline a pu soutenir les thèses socialistes des nazis, c'est qu'il était payé ». Céline lui a déjà répondu par « La lettre de Céline sur Sartre et l'existentialisme. A l'agité du bocal » mais la charge continue dans les romans comme dans les entretiens³⁷. Céline ne se contente pas de réfuter la justification

31 *D'un château l'autre*, p. 45.

32 Roland Barthes, « La littérature selon Minou Drouet », dans *Mythologies*, Paris, Seuil, 1957, respectivement, p. 176 et p. 175.

33 *D'un château l'autre*, p. 20.

34 *CC 7*, p. 409-415.

35 *D'un château l'autre*, p. 13

36 Les textes de Sartre de cette période sont réunis dans *Situations V*, Paris, Gallimard, 1964.

37 Toutes ces précisions et cette « lettre » à Sartre sont détaillées dans *CC 7*, p. 382.

financière des pamphlets avancée par Sartre. Il retourne l'accusation de corruption contre ce dernier

les haines partisans sont « alimentaires » !... oubliez jamais ! on s'est fait des « Situations » dans la purification, les mises en fosse des « collabos »... des gens qu'étaient juste de la crotte sont devenus des "terribles seigneurs"... « vengeurs »...³⁸

La dénonciation de corruption implique et redouble celle de collaboration avec l'ennemi. Céline jette le soupçon sur ceux qui ne sont pas allés en prison, indiquant qu'ils seraient « mi-foliches, mi-appointés »³⁹. Il raille « l'élite tourneveste »⁴⁰ en citant à l'appui des noms déformés mais reconnaissables, reprenant le procédé de la liste de délation-diffamation qu'il condamne, quand il s'agit des collaborateurs.

Ce procédé « vengeur », appliqué à Roger Vailland, l'est aussi à Sartre. Son nom coupé, travesti, sert de support à différents règlements de comptes, comme par exemple dans la désignation suivante : « l'agent Tartre, donc ! ... à mes genoux pendant les fritz, passé idole de la Jeunesse, Grand Sâr blablateux ! »⁴¹. Cette calomnie est une variation sur celle directement énoncée : « Exécrable que je suis d'être absolument gratuit, pas femme du monde, pas putain. Jamais un sou de la Staffel. Pas comme Sartre, Mauriac, Claudel qui rampaient devant la censure allemande. »⁴² Céline s'efforce de mettre les rieurs de son côté pour faire entendre cette prétendue inféodation de Sartre aux Allemands et à lui-même. À partir d'une simple élision de la dernière syllabe de son nom, le texte construit l'image de Sartre en poisson (« un sar »), tandis que le chapeau de l'accent circonflexe (avec la majuscule de l'adjectif « Grand ») caricature mimétiquement le statut de Sartre, devenu après-guerre ténor littéraire, ce qui se résume pour Céline au « bla-bla » parfois d'ailleurs conjugué à la « bave »⁴³, au lieu de la « blatte » comme ici. L'attaque satirique envoie Sartre au bestiaire, entre blattes, poissons et escargots. Dans sa réplique à l'accusation sartrienne, il l'avait déjà qualifié de « ténia »⁴⁴. La « réussite » de cette pointe résulte enfin de la conjugaison antithétique d'un titre

38 *D'un château l'autre*, p. 272-273.

39 *Rigodon*, p. 854.

40 *D'un château l'autre*, p. 98.

41 *Ibid.* p. 11. On souligne.

42 *CC 2*, p. 57, on souligne la reprise des mêmes termes.

43 *D'un château l'autre*, p. 173.

44 Dans « A l'agité du bocal », *CC 7*, p. 382.

hyperbolique dans un usage bouffon, un « Sâr »⁴⁵ et d'une réduction animalière : « une blatte ». Redoublant l'effet, le titre « d'agent Tartre » allie également deux termes hétéroclites, l'un, officiel, appartenant au lexique de la clandestinité et de l'espionnage, « l'agent », l'autre, dentaire et trivial. En une phrase « vengeresse », mais il y en a d'autres, Céline cherche à exécuter littérairement Sartre. Il tourne en ridicule son aspect physique, son rôle public, et lui dénie son identité en amputant son nom. L'humour de cette accusation de corruption et de collaboration sert à la fois d'écran de fumée : ce serait une blague ; et de tremplin : l'accusation est lisible parce qu'elle serait drôle. Mais la signification politique d'une pièce comme *Les Mouches*, jouée pendant l'Occupation (la première a eu lieu le 3 juin 1943), n'est pas réductible à une allégeance ni aux Allemands ni à Céline.

Cette délation à partir d'une déformation des patronymes sert également à dénoncer d'autres ennemis personnels de Céline : l'équipe de Gallimard en général (sauf Roger Nimier) et surtout Gaston Gallimard et Jean Paulhan, ainsi que d'autres figures de l'époque, la chroniqueuse judiciaire Madeleine Jacob ou Elsa Triolet⁴⁶. Mais les analyses précédentes et même le seul pastiche de Hugo : « voilà d'être le miroir des âmes ! ... putains veulent que putains partout ! ... »⁴⁷ ; suffisent à montrer le systématique retournement de situation qui, avec le maniement de l'offense ou de l'injure, constituent le fonds de commerce, si l'on peut dire, de l'autopromotion cêlinienne. Au contraire de tous les autres, lui n'est pas un « vendu », il est « gratuit ». La mise en valeur de sa pauvreté vaut pour une garantie de son intégrité. Pire, comme la mariée, il a été mis à nu par ces auteurs mêmes, le renversement aboutit en effet à les accuser de plagiat : « depuis le *Voyage* c'est à qui me pique, plagie, s'en baffe, me vole tout, bien simple... »⁴⁸ Il insiste :

vos voleurs vous oublient jamais !... vos copieurs non plus !... pensez !... la vie, qu'ils vous doivent !... Tartre va pas un jour se mettre à table « Moi, plagiaire et bourrique à gages, j'avoue ! je suis son trou d'anu !... »⁴⁹

La démonstration pipée aboutit à suggérer que c'est parce qu'il a été « dépouillé » qu'il se trouve contraint, lui aussi, à cette forme de prostitution qu'est la publicité.

45 Ce titre signifie « roi-prophète ». voir H. Juin, préface de *Un Cœur en peine* de J. Péladan, 10/18, 1984, p. 16, référence reprise par A. Derval, « Céline et les écrivains mages », Actes du huitième colloque international Louis-Ferdinand Céline, Tusson, du Lérôt éditeur, 1991, p. 98.

46 *D'un château l'autre*, p. 273.

47 Nord, p. 485.

48 Rigodon, p. 905.

49 *D'un château l'autre*, p. 292.

Le thème de la victime lésée est un refrain entêtant des derniers romans de Céline. Il fonctionne comme un argument biaisé qui autorise le réquisitoire contre les autres écrivains et toutes les personnalités du moment. Il est porté à ses limites. Même ses ordures n'échappent pas aux voleurs :

ça va faire soixante et quatre ans que je fais du « hardi petit ! » bonne mine !... pourtant c'est encore le moment... la poubelle et « hardi ! petit » !... de chez moi à la route c'est bien deux cents mètres... je dois dire, en descente !... je la porte à la nuit qu'on me voie pas... je la laisse à la porte... mais on me les fauche !⁵⁰

Et tous font chœur, selon Céline, pour l'appeler bientôt « vieille cloche » !⁵¹ Sans aller jusqu'au clochard, les photographies de Pierre Duverger relaient ce cliché du travailleur pauvre que Céline n'aura eu de cesse d'imposer. Plus précisément, les correspondances entre celles-ci et les déclarations dans les entretiens et les romans soulignent la réversibilité de la posture d'auteur telle que la décrit Jérôme Meizoz :

Lorsque Louis Destouches, alias Louis-Ferdinand Céline, accorde un entretien à la presse ou à la radio, c'est l'écrivain qui s'exprime, c'est-à-dire la fonction et le personnage, et non seulement la personne civile. Il faut signaler ici un effet rétroactif de la posture : la posture adoptée, comme mise en scène publique du soi-auteur, peut avoir un effet en retour sur celui-ci, lui dictant alors des propos et des conduites générées tout d'abord par le choix postural.⁵²

En d'autres termes, comme le soulignait Barthes : « sa vie n'est plus l'origine de ses fables, mais une fable concurrente à son œuvre ; il y a réversion de l'œuvre sur la vie. »⁵³ Cet échange entre les deux permet de répéter indéfiniment, de « rabâcher »⁵⁴ sur tous les tons et dans tous les supports de communication, qu'il n'est qu'un pauvre hère : « dans l'état où je me trouve, maladie, mutilé, âge, dèche... » ; payé au « forfait ou "à la pièce" », comme un « manœuvre-balai »⁵⁵. Visible sur les photographies,

⁵⁰ *Ibid.*, p. 12.

⁵¹ *Ibid.*

⁵² Jérôme Meizoz, *op. cit.*, http://www.fabula.org/atelier.php?La_posture_d%27auteur >>, consulté le 15-03-2018.

⁵³ Roland Barthes, « De l'œuvre au texte », dans *Le Bruissement de la langue*, Paris, Seuil, 1984, p. 75.

⁵⁴ *D'un château l'autre*, p. 7.

⁵⁵ *Ibid.*, p. 291.

son accoutrement manifeste ce dénuement. Et Céline d'en rajouter en précisant dans le récit que son complet date de Poincaré, c'est-à-dire de la première guerre et qu'il « [pourrait se] payer un complet neuf... certes !... en pressurant encore plus... sur tout... »⁵⁶ Cette pauvreté de Céline appartient pleinement à la légende qu'il a contribué à construire autour de lui depuis le début de son œuvre : il se présente comme le médecin des pauvres. Mais, en fait d'indigence et de prostitution, celui qui n'entretient pas apparaît plutôt comme une femme entretenue⁵⁷, et son insistance sur l'argent renvoie aux virulents marchandages entre lui et Gaston Gallimard. Elle relève de tensions fréquentes entre auteur et éditeur. Leur transposition dans les romans l'est moins. En présentant « Achille Brottin » comme un sordide épicier et lui-même comme un « forçat »⁵⁸, il souligne l'équation établie entre capital économique et capital symbolique ; l'argent a valeur de reconnaissance dans tous les sens du terme. Lui, Céline, déjà pillé par tous les auteurs, serait encore spolié par son éditeur.

Sa représentation en misérable travailleur fait également partie de son opération de reconquête du public : il importe de faire croire que sa situation est injuste. Françoise Sagan dont il envie la réussite et qui, comme personnalité littéraire se trouve également dans sa ligne de mire⁵⁹, note après la lecture de *D'un château l'autre* :

Le livre de Céline est assez effarant. En fait il pose la question : en sortant d'ici puis-je ou non aller porter cent mille francs à Céline ? Il me semble que c'est la question que devrait se poser tout lecteur attentif.⁶⁰

S'il ne va pas jusqu'à demander l'aumône, ce que suggère le persiflage de Sagan, loin d'être contre-productive, cette image de lui en clochard conforte son aura fictive de maudit persécuté, ce qui est une autre manière de s'inscrire dans l'histoire littéraire.

56 *Ibid.*, p. 6.

57 Il touche 100.000 Francs d'avance par mois au cours de la rédaction de *D'un château l'autre* et de *Nord* (voir *Lettres à la N.R.F.*, *op. cit.*, p. 359 et p. 485). Il a obtenu 750.000 Francs de droits forfaitaires pour l'édition en livre de poche de *Mort à crédit* et 300.000 pour la réimpression de *Voyage au bout de la nuit* dans cette même collection (*Ibid.*, p. 421 et p. 424). Pour un point complet sur les finances de Céline, voir François Gibault, *Céline, 1944-1961, Cavalier de l'Apocalypse*, *op. cit.*, p. 321.

58 *D'un château l'autre*, p. 291.

59 *CC 2*, p. 144.

60 Françoise Sagan, *Toxique*, Paris, Julliard, 1964, p. 42, citée par François Gibault, *Céline, 1944-1961*, *op. cit.*, p. 331.

Si l'on résume ces analyses, cette « misère » « justifie », selon Céline, qu'il orchestre le numéro du pseudo-modeste, fort éloigné de cette dégoûtante autopromotion ; qu'il passe à la charge contre tous les auteurs ; qu'il entreprenne encore une forme de racolage plus complexe. Au moment de la sortie de *D'un château l'autre*, il explique sa distance à l'encontre du monde en ces termes :

Je suis isolé pour ainsi dire. Isolé, c'est pour être plus en face de la chose. J'aime beaucoup l'objet. Ce n'est pas beaucoup apprécié à l'époque où nous sommes. On s'occupe beaucoup plus de la personnalité que de l'objet. On est personnaliste de même qu'on est verbaliste. Ce n'est pas mon cas. Alors je suis travailleur de la chose en soi.⁶¹

Cette chose en soi participe de la sur-conversation entre Céline et Sartre et constitue un pastiche des distinctions existentialistes opérées dans *L'Être et le néant*. Mais la position célinienne entre aussi en résonance avec celles que développent alors ceux que l'on appellera les « nouveaux romanciers ». Dans « Une voie pour le roman futur », adaptation de deux articles de *L'Express*, reprise dans *La Nouvelle Nouvelle Revue Française* (1956), c'est-à-dire l'organe intellectuel de Gallimard dans lequel Céline a publié *Les Entretiens avec le professeur Y*, Alain Robbe-Grillet avait critiqué le rapport ancien aux choses et préconisé que « Celles-ci ne [soient] plus le vague reflet de l'âme vague du héros, l'image de ses tourments, l'ombre de ses désirs⁶². » Il indiquait également :

Nous constatons de jour en jour, la répugnance croissante des plus conscients devant le mot à caractère viscéral, analogique ou incantatoire. Cependant que l'adjectif optique, descriptif, celui qui se contente de mesurer, de situer, de limiter, de définir, montre probablement le chemin difficile d'un nouvel art romanesque.⁶³

Céline semble suivre d'assez près les controverses autour du groupe de Minuit. Il paraît même répondre à Nathalie Sarraute dont *L'Ere du soupçon* a été publié en 1956 chez Gallimard. Elle note : « [quand l'auteur songe qu'il lui faudra se résoudre

⁶¹ CC 2, p. 70.

⁶² A. Robbe-Grillet, *Pour un nouveau roman*, Paris, Minuit, 1963, p. 20.

⁶³ *Ibid.*, p. 23.

à écrire] “La marquise sortit à cinq heures”, il hésite, le cœur lui manque, non, décidément, il ne peut pas. »⁶⁴ Il écrit :

il paraît qu’il est tout à fait démodé d’écrire « qu’à dix heures le char à bancs des comtesses était avancé... » eh bougre ! qu’y puis-je si je me démode ? ce qui fut fut !...⁶⁵

Les rapprochements autour du retour au concret matériel, la mise en valeur de la vue, le statut de la marquise, montrent que, complétant l’attaque de « ses plagiaires », Céline développe une stratégie assez retorse de mise en valeur de son œuvre. Au contraire de ce qu’il affirme : « J’aime beaucoup l’objet. Ce n’est pas beaucoup apprécié à l’époque où nous sommes. » ; ces idées sont bien dans l’air du temps et il s’en fait l’inventeur, de sorte que les autres apparaissent comme des suiveurs, voire, à nouveau, comme des copieurs. Il peut dès lors répondre aux journalistes fictifs de *Rigodon* qui lui demandent son opinion sur « la jeune littérature : « – Cette immonde vieillerie ? palsambleu, elle n’existe pas ! bredouillage fœtal ! »⁶⁶ D’une manière comparable, il écrit à Roger Nimier :

De moi tout est appelé à se vendre bien puisque les autres s’entêtent en Bourget, Maizeroy, je n’y suis pour rien, ces acharnées vieilles nouvelles vagues me tiennent en perpétuelle nouveauté !⁶⁷

Sa promotion repose sur son rôle de précurseur et sur sa capacité d’invention, là où les autres répètent des modèles anciens ou plagient son travail. Dès lors, foin de toute modestie, et, toujours dans *Rigodon*, il peut hurler à un autre « intervieweur » resté derrière la porte :

deux mots seulement !...pas de présentation !... si ! par moi-même !... je gueule de mon lit, qu’il se donne pas la peine... « Inconnu, sachez que je suis ! l’époque est mégalomane !... je suis le plus grand écrivain du monde ! vous êtes d’accord ? » [l’autre acquiesce en hurlant] « A côté de moi rien n’existe ! que charlatans et cafouilleux... cacographes grotesques, purulentes blattes ! »⁶⁸

64 Nathalie Sarraute, *L’Ère du soupçon*, Paris, Gallimard, [1956], (Folio-essais), 1987, p. 70.

65 Nord, p. 548.

66 *Rigodon*, p. 713.

67 *Lettres à la N.R.F.*, op.cit., p. 587.

68 *Rigodon*, p. 726.

Dans ses trois derniers romans, cherchant à reconquérir un public et une place dans l'espace littéraire, Céline déploie une publicité d'auteur qui prend des formes violentes. Le plaidoyer pro-domo tourne au réquisitoire et la campagne de communication vire au procès. Il s'agit d'obtenir réparation pour une situation sociale et juridique qu'il estime indue et injuste alors qu'il l'a lui-même créée par son antisémitisme virulent et qu'il en présente une vision falsifiée. Le portrait de soi en clochard fait partie d'une stratégie d'ensemble et fonctionne comme un argument privé et public dans les débats avec son éditeur comme dans la sollicitation de son lectorat. Son objectif est la vengeance mais aussi le tapage. Il connaît de longue date l'efficacité de l'outrance.

Cette entreprise marketing ne va pas sans risque au regard d'une postérité littéraire qu'il cherche à s'assurer en se référant aux classiques et en voulant entrer dans la Pléiade. L'esclandre et la provocation sont des armes à double tranchant qui assurent une notoriété relative aux deux parties concernées. De plus, ils sont désormais si utilisés qu'ils apparaissent pour ce qu'ils sont : des stratagèmes éculés pour faire parler de soi. Enfin, la confusion entre la personne privée et l'auteur, déjà impliquée par le genre des récits céliniens (des chroniques autobiographiques) et développée par la multiplication des images, peut finir par obérer la lecture de ses romans. C'est ainsi qu'aujourd'hui, dans les publications à succès sur Céline, prime le biographique, « jusqu'aux moindres avatars », au détriment de l'analyse des textes. Sa photo en couverture ne fait plus vendre l'œuvre. Celle-ci apparaît plutôt comme un « faire-valoir »⁶⁹ des confessions intimes de témoins de son époque et de la nôtre qui assurent leur « célébrité » à partir de la sienne. Sa stratégie publicitaire, et le registre pamphlétaire antisémite qu'elle reproduit, s'est ainsi en partie retournée contre son invention littéraire.

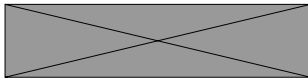
69 Christian Doumet, « De l'auteur représenté au frontispice de son livre » dans *Portraits de l'écrivain contemporain*, Seyssel, Champ Vallon, 2003, p. 21.

Résumé

De 1957 à sa mort en 1961, l'écrivain Louis-Ferdinand Céline met en place un dispositif d'autopromotion paradoxal. Feignant la modestie, il impute la nécessité de se faire de la publicité à ses ennemis. Plagiaires, ils seraient responsables de sa prétendue faillite financière. La campagne publicitaire vire au réquisitoire et au procès en réhabilitation de celui qui, à l'instar de Chateaubriand, se présente à la fois comme le dernier écrivain français et comme la victime d'une cabale acharnée.

Abstract

From 1957 to his death, in 1961, the writer Louis-Ferdinand Céline implements a paradoxical plan of self-promotion. He claims that he's modest and imputes to his enemies the necessity to build up his self-advertise. He pretends to be ruined because they plagiarized his artwork. The advertising campaign turns to an indictment and to a process in rehabilitation. Like Chateaubriand before him, he presents him-self as the last French writer and as the victim of a fierce cabal.



Cet article est mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons CC-BY-NC-ND-4.0 : Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 International.

Images : tous droits réservés sur les images soumises au droit d'auteur et conformément aux conditions de réutilisation des oeuvres numérisées par les institutions et les marques citées.

Pour citer cet article

Marie Hartmann, « Céline, portrait de l'artiste en clochard », *Marketing et stratégies éditoriales XIX^e-XX^e siècles*, Actes des journées d'études des 26, 27 et 28 avril 2018, IMEC/Université de Caen/LASLAR, ANR LITTéPUB [en ligne], s. dir. Brigitte Diaz et Marie-Hélène Boblet, 2019, p. 43. Mis en ligne le 10 juin 2019, URL : <http://littepub.net/files/filemanager/uploads/PDF-colloque-marketing-et-strategies-editoriales/m-hartmann.pdf>