Victor Hugo orateur

Une pratique moderne de la communication politique

Victor Hugo as Orator. A Modern Practice of Political Communication

Marieke Stein

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7728>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7728

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2006

Pagination : 391-408

ISBN : 978-2-86480-828-2

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Marieke Stein, « Victor Hugo orateur », *Questions de communication* [En ligne], 10 | 2006, mis en ligne le 01 décembre 2006, consulté le 22 mars 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7728> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7728>

> NOTES DE RECHERCHE

MARIEKE STEIN

Centre de recherche sur les médiations
Université Paul Verlaine-Metz
marieke.stein@wanadoo.fr

VICTOR HUGO ORATEUR. UNE PRATIQUE MODERNE DE LA COMMUNICATION POLITIQUE

Résumé. — Entre 1846 et 1880, Victor Hugo a prononcé une centaine de discours dans plusieurs assemblées politiques. Pour lui, le discours politique a pour but l'édification du peuple et son éducation citoyenne. De ce fait, l'orateur accorde beaucoup d'attention à la diffusion de son discours au-delà de l'assemblée, dans la population, et il met en place une vaste organisation destinée à répandre le discours le plus largement possible, en utilisant en particulier la presse. Ce lien étroit du discours hugolien et de la presse s'observe à différents niveaux. Dès son élaboration, le discours est conçu pour la lecture, et certaines caractéristiques du style oratoire hugolien s'expliquent par la nécessité de faire parler du discours dans la presse : le média informe le texte, et ne lui sert pas seulement de véhicule. D'autre part, depuis la création de *L'Événement* et du *Rappel*, journaux du clan Hugo, jusqu'aux relations de l'écrivain avec Émile de Girardin, on constate à quel point les liens de Victor Hugo et de la presse sont étroits. L'étude de ces relations met en évidence l'originalité d'un mode de communication politique résolument novateur, et permet d'appréhender l'évolution de l'éloquence politique sous l'influence du premier média moderne.

Mots clés. — Presse, discours politique, Victor Hugo, diffusion des idées, histoire de l'éloquence, éducation du peuple, XIX^e siècle.

« Quand on lui donne à entendre [à Victor Hugo] qu'un article désagréable a pu paraître dans un journal :
– Laissez-moi croire pour mon amour-propre, répond-il en souriant, qu'il n'y a pas aujourd'hui
un journal seul qui m'éreinte, comme on dit. J'aime à penser qu'il y en a plusieurs ! » (Claretie, 1883 : 31).

L'étude des discours politiques de Victor Hugo, soit une centaine de textes prononcés dans différentes assemblées entre 1846 et 1880, permet non seulement de comprendre un projet oratoire individuel, mais aussi de mesurer l'évolution de l'éloquence, des pratiques parlementaires et des habitudes culturelles, dans leur lien avec la presse, alors en plein essor. L'histoire de l'éloquence au XIX^e siècle ne saurait s'écrire indépendamment de l'histoire de la presse. En effet, l'extension du public consécutive à la publicité des débats et à l'essor de la presse impose une éloquence qui ne se contente plus du véhicule oral. C'est même là, selon Michel Delon (1999), la caractéristique de l'éloquence du XIX^e siècle. Dans *Procès de la rhétorique, triomphe de l'éloquence*, il écrit : « À la démocratie directe correspondait une éloquence de l'oralité et de la présence ; à la démocratie parlementaire des temps modernes doit correspondre une éloquence de l'écriture et de la médiation par l'objet imprimé » (*ibid.* : 1012). La presse joue un rôle décisif dans cette évolution. « L'apparition, le développement et surtout la diffusion des moyens modernes de communication ont entraîné un déplacement progressif du centre de gravité de l'espace politique, des assemblées parlementaires vers les médias », précisent Alain Trognon et Janine Larrue (1994 : 12) dans *Pragmatique du discours politique*. L'éloquence de Victor Hugo est elle-même au cœur de cette évolution : on ne saurait envisager les discours de ce dernier et, plus largement, son projet oratoire, indépendamment de ce mouvement qui fait sortir le discours de l'Assemblée pour le porter sur la place publique. Déjà, dans son *Journal d'un révolutionnaire de 1830*, Victor Hugo expliquait que le peuple – longtemps tenu en tutelle – devait être éduqué pour devenir citoyen, et que la littérature, le drame, le discours politique participent à cette éducation. Cette volonté d'une éloquence à destination du peuple informe toute l'activité oratoire de l'écrivain, et les progrès de la presse servent son projet démocratique : celle-ci est pour lui cette grande tribune des peuples, qui relaie la tribune parlementaire et favorise la diffusion des idées, en permettant de toucher un auditoire toujours plus étendu, quitte à modifier du même coup le statut de l'éloquence politique, dont la dimension écrite devient fondamentale.

Comment Victor Hugo a-t-il intégré cet instrument nouveau qui s'offrait à lui, la presse, dans son projet oratoire ? En quoi ce média, plus qu'un simple véhicule de sa parole politique, informe-t-elle son éloquence ? Cette action réciproque du texte politique et du journal appelle

l'attention, car cette personnalité est l'un des premiers orateurs à avoir à ce point pensé la parole politique en termes de communication, jusqu'à concevoir ses discours pour les lecteurs, plutôt que pour les auditeurs institutionnels du discours. L'étude de cette interaction suivra les étapes de la production du discours, en s'attachant d'abord à la manière dont, dès son élaboration au brouillon, le discours hugolien est conçu en vue de ce public étendu qui en prendra connaissance par l'écrit (dans la presse ou, plus tard, dans les publications en brochure, puis en volume). Dans un second temps, l'étude montrera que c'est autour de la presse que Victor Hugo construit une véritable stratégie de diffusion de ses discours, en utilisant les organes existants et en soutenant la création de journaux dont le rôle essentiel (dans le cas de *L'Événement*) ou secondaire (dans le cas du *Rappel*) est d'organiser la diffusion de sa parole politique. Cet ensemble de procédés d'élaboration, puis de diffusion du discours parlementaire hugolien, pendant la Deuxième et la Troisième République, met en évidence l'originalité d'une éloquence qui tire sa force et son sens de sa publicité (au sens du XIX^e siècle de « notoriété résultant d'une publication par le moyen de la presse ou de tout autre moyen de diffusion »). L'originalité de Victor Hugo à l'égard de cette diffusion de sa parole, par rapport aux orateurs contemporains, réside moins dans l'intention que dans le nombre et la qualité des moyens mis en œuvre pour y parvenir.

L'éloquence formulaire, ou comment être cité dans les journaux

Avant même de monter à la tribune d'une assemblée politique, Victor Hugo avait largement exposé, dans *Sur Mirabeau* (1834), son rêve d'une éloquence populaire, qui unisse étroitement l'orateur et « son » peuple, l'un exprimant les aspirations de l'autre et recevant, en retour, son appui et son admiration. Cette conception n'est d'abord restée qu'un idéal pour lui. Nommé pair de France en 1845 par Louis-Philippe, il s'adresse d'abord à une assemblée non représentative, très éloignée du peuple et de ses préoccupations. Après la Révolution de 1848, lorsqu'il est élu à l'Assemblée constituante, le climat insurrectionnel du printemps le place du côté des bourgeois, l'opposant même au peuple, bien malgré lui, sur les barricades de juin. Ce n'est qu'à partir de 1849 que Victor Hugo devient enfin cet orateur à la parole retentissante et populaire, dont plusieurs discours subsistent dans les anthologies de l'éloquence française. En effet, après la dure répression de la manifestation de juin 1849 en faveur des républicains romains, le parti républicain est affaibli, ses chefs exilés ou poursuivis ; la majorité conservatrice a la voie libre pour entamer une politique de réaction, en présentant et en faisant voter plusieurs lois anti-démocratiques : loi de restriction du suffrage, loi

contre la presse, loi de déportation... L'homme, vraiment acquis à la République depuis juin 1849, attaque à la tribune ces propositions de lois. Mais, prenant progressivement conscience de l'impossibilité de contrer l'écrasante majorité conservatrice, il réoriente sa parole politique vers le peuple. Les discours hugoliens de la Seconde République ne visent donc plus à convaincre l'Assemblée, mais à affirmer, à destination du peuple, les idées républicaines, et à défendre les grands principes démocratiques. Les discours des années 1849 à 1851 intègrent une stratégie de communication politique, originale par ses objectifs comme par ses moyens.

Dès sa préparation, le discours est conçu en vue de sa diffusion dans la presse. De ce fait, un grand nombre des caractéristiques de l'éloquence populaire hugolienne s'explique par la volonté de donner force et retentissement au discours, non seulement pour les auditeurs, mais pour les lecteurs : la violence, très présente dans les discours de la Deuxième République, l'humour, l'intérêt créé par des procédés de théâtre, les mots d'esprit assurent au texte un retentissement journalistique. L'importance des aphorismes, surtout, mérite qu'on s'y arrête, car ils sont concertés pour fournir aux journaux, sous forme concentrée et percutante, les formules essentielles du discours. Dès la Révolution française, il n'est pas original pour un orateur d'élaborer son discours en vue de la diffusion écrite, par voie de presse essentiellement. Étudiant les « Petites phrases et grands discours » dans l'éloquence révolutionnaire, Patrick Brasart (1994 : 108) montre « en quoi, et à quel degré, les orateurs intègrent dans leur stratégie rhétorique la réduction que subira leur discours, et comment, en l'anticipant, ils peuvent la préméditer ». De toute évidence, Victor Hugo prémédite lui aussi cette réduction que font subir les journaux aux discours parlementaires, sachant qu'un grand nombre de quotidiens n'en donne que des extraits, ou quelques citations intégrées à leur commentaire. Certains journaux envoient à la Chambre des rédacteurs qui résument le discours à mesure qu'ils l'entendent. D'autres proposent un résumé des discours d'après le procès-verbal du *Moniteur*, en y opérant des sélections. Compte tenu de ces contingences diverses, Victor Hugo a anticipé les comptes rendus et les articles critiques : il s'agit alors pour l'orateur de fournir aux journaux des phrases qui seront citées, phrases frappantes, choquantes, imagées ou sonores, pour s'assurer de la diffusion des idées essentielles.

De ce fait, les énoncés formulaires sont fréquents dans les discours de l'écrivain, comme dans celui prononcé au Sénat pour l'amnistie des Communards, en 1879 : « Qu'est-ce que la grâce ? C'est une peine. Qu'est-ce que l'amnistie ? C'est un effacement » ; « Les guerres civiles ne sont finies qu'apaisées » ; « En politique, oublier, c'est la grande loi » ; « L'amnistie, c'est l'oubli » (Hugo, 1985a : 943-948). De tels aphorismes ont des fonctions multiples : ils possèdent une force rhétorique car ils

résumant toute une argumentation sous une forme concise et frappante ; ils ont une valeur didactique, présentant les propos comme des vérités incontestables et souvent auréolées de prestige ; ils fondent une morale républicaine en formulant avec précision et force les principes fondamentaux du républicanisme, inculquant au peuple, sous forme brève, frappante et donc mémorable, les bases d'une éducation politique républicaine : « On ne sépare pas 89 de la République, on ne sépare pas l'aube du soleil », « [Le suffrage universel], c'est le droit d'insurrection aboli par le droit de suffrage », « La République, c'est la Révolution fondée » (Hugo, 1985a : 248, 272, 922).

Cette écriture aphoristique est tout à fait propre à Victor Hugo. L'étude de discours d'autres orateurs, sous la Seconde République, montre l'absence de formules, sauf dans la péroration. L'éloquence de cette période se caractérise par de larges développements, linéaires, analytiques ; les phrases sont souvent longues, et les procédés structurants (parallélismes, répétitions, anaphores) sont rares. De toute évidence, la majorité des orateurs s'adresse en priorité à l'assemblée présente, auditoire invité à suivre des réflexions minutieuses. Chez l'écrivain, les mouvements argumentatifs sont brefs, et systématiquement repris par des formules finales qui les résument et visent à les inscrire, par leur force et leur perfection stylistique, dans l'esprit d'un lectorat plus attiré par l'émotion que par le raisonnement. En effet, depuis la Révolution française, tous les penseurs intéressés par l'éloquence affirmaient cette différence de nature essentielle entre l'éloquence des assemblées et celle destinée au peuple. Parmi eux, le chanoine Henri Maurice (1829 : VIII), auteur d'un traité intitulé *L'Art de parler au peuple*, déconseille à qui veut parler à la foule de trop se consacrer à l'argumentation : « S'il est trop fin, trop ingénieux, [le raisonnement] la dépasse ; il la fait bâiller ». Condorcet, déjà, distinguait analyse et peinture, auditoire savant et peuple, jugement et sensation. « On ne peut espérer que le peuple, maintenu dans l'ignorance et les préjugés par les prêtres et les despotes, puisse suivre directement ce travail scientifique et politique [du discours rationnel]. Il faudra donc en même temps lui tenir un discours plus simple, plus concret, plus sensible et plus mobilisateur [...]. On lui parlera la langue émouvante des images » (Sermain, 1986 : 152). Quant aux idées, toujours selon Condorcet, il ne faut pas chercher à en faire comprendre le détail au peuple : mieux vaut se contenter de « graver dans les esprits un petit nombre d'idées générales qui forment la morale des nations et la politique des hommes libres » (*ibid.* : 152). Victor Hugo (1985c : 281) ne reprend-il pas en quelque sorte ces préceptes, mais sans mépris aucun pour le peuple, lorsqu'il écrit dans *Tas de pierres* : « Parlez au peuple le grand langage. Ses vices comme ses vertus sont de l'ordre énorme. Les choses nettoyées et polies, les petites élégances à tranchant fin et brillant, les subtilités, les raffinements ne l'entament point. On ne creuse pas les

sillons et l'on ne coupe pas les arbres avec un rasoir » ? Ces réflexions théoriques expliquent en partie l'éloquence hugolienne, entièrement dédiée au peuple à partir de 1850. Et elles expliquent peut-être pourquoi, dans ses œuvres littéraires de l'exil, ces mêmes aphorismes se retrouvent si souvent, à l'appui d'une parole exilée peinant à toucher son Peuple.

Plus qu'une « manière hugolienne », l'écriture aphoristique participe donc d'une forme de communication populaire, tout comme l'image (« Vous arracheriez plutôt l'écueil de la mer que le droit du cœur du peuple ! » – Hugo, 1985a : 250), ou l'humour, souvent allié à l'insulte ; on connaît l'effet produit par la désignation de Louis-Napoléon par l'expression « Napoléon le petit », dans le célèbre discours sur la révision de la Constitution, le 17 juillet 1851, qui fut commentée dans tous les quotidiens politiques du lendemain. De fait, les comptes rendus journalistiques des discours de Victor Hugo sont très différents de ceux d'autres orateurs. Généralement, les comptes rendus des séances résument des discours qui, par la longueur de leur phrase et l'aspect analytique de leurs développements, ne permettent pas la citation. Ces discours sont donc résumés et commentés, mais n'ont pas de réelle « présence » dans les articles. En revanche, les discours de l'écrivain facilitent la citation, d'autant plus que les journaux citent plus volontiers de courtes phrases résumant un développement que le développement lui-même, et choisissent plutôt un propos frappant, une image, une antithèse, qu'un raisonnement. Comme Victor Hugo a pourvu à ces préférences, dans la plupart des articles consacrés à ses discours, la citation remplace la glose, et le grand nombre de formules citées, par leur efficacité synthétique, permet la propagation de la pensée hugolienne, sans la biaiser ni l'affadir.

Ainsi les journaux favorables et défavorables à l'orateur citent-ils abondamment ses petites phrases. Par exemple, *Le Gaulois* (23/06/1877) raille « les antithèses, les concetti, les chocs de mots, les fins de phrase à facettes » de Victor Hugo. Un passage du discours contre la tentative de coup d'État de Mac-Mahon est cité avec, en italique, les antithèses jugées ridicules : « Messieurs, a-t-il dit en commençant, un conflit a éclaté entre deux pouvoirs ; il appartient au Sénat de les départager. Aujourd'hui le Sénat va être juge, et aujourd'hui le Sénat va être jugé. (*Approbation à gauche*)... Le Sénat va aujourd'hui sauver le Sénat... Il y a des publicistes qui doutent que le Sénat soit *utile* ; prouvez que le Sénat est *nécessaire* ». Au mot près, les mêmes formules sont relevées par *Le Petit Journal* (23/06/1877), mais commentées dans un sens contraire. Le publiciste les approuve et dit regretter de ne pas pouvoir citer le discours en entier, ce qui l'oblige à devoir « se contenter de quelques phrases saillantes ». L'efficacité de l'écriture aphoristique de Victor Hugo est donc complète : les journaux assurent l'impact du discours dans la population.

La presse, relais de la parole politique

Si Victor Hugo prépare ses discours en vue de leur insertion dans les journaux, il s'occupe parfois lui-même de cette insertion. Ainsi, même si le *Moniteur universel* ne touche que peu de lecteurs, l'homme veille-t-il de près à cette version qui sera reprise par beaucoup d'autres journaux et qui sera considérée comme la version officielle du discours. Par exemple, après sa démission, *Le Rappel* (11/03/1871) raconte : « Il s'est trouvé un rural pour cette interruption : *Faites donc taire M. Victor Hugo ; il ne parle pas français*, Victor Hugo, qui avait noté ce mot, est allé veiller à ce qu'on ne l'omît pas au *Journal officiel* ». Pour ce qui est des grands journaux (*La Presse*, *Le Constitutionnel*, *Le Journal des Débats*...), beaucoup de parlementaires donnent eux-mêmes copie de leurs discours aux journaux, d'après le procès-verbal du *Moniteur*. On sait que Victor Hugo procède ainsi avec *La Presse* et les *Débats* à la Chambre des pairs, puis avec *L'Événement*, *La Presse* et *La Démocratie pacifique*¹ et, sans doute, d'autres journaux, dès 1848. Cette démarche permet de s'assurer que les grands journaux publieront une version complète du discours, et surtout une version conforme aux volontés de l'orateur.

Beaucoup d'autres organes présentent des versions abrégées et souvent fantaisistes du discours, surtout lorsque le manque de moyens techniques et humains se double d'hostilité. Sur cette presse, l'orateur n'a aucune influence, mais le discours est ainsi composé que ses formules essentielles y figurent. L'unité de citation est la phrase, voire la formule, beaucoup plus rarement le paragraphe, comme le montre un extrait du *National* (06/04/1850) : « La droite a ri, quand M. Victor Hugo a fait appel à son bon sens, quand il lui a parlé de pitié, quand il a prononcé le mot de clémence, quand il lui a dit : - *Nous avons trop de douleurs à soulager, trop de bien à faire pour avoir le temps de nous haïr*. Une phrase surtout a fait bondir les représentants du parti monarchique. *Le délit politique*, s'est-il écrié, *n'est-ce pas le plus incertain des délits ?* ». À l'image de cet extrait qui cite deux antithèses mais résume simplement le reste, l'écriture journalistique a un goût marqué pour la concision et le choc. Victor Hugo a pourvu à ces préférences en insérant, dans presque chaque paragraphe de ses discours, une courte phrase qui en résume l'idée. Du discours *La Liberté de l'Enseignement*, en 1850, *Le Mois*, journal d'Alexandre Dumas, retient une antithèse qui résume tout le discours : « Vous dites que l'Église est votre mère ; alors n'en faites pas votre servante ! ».

¹ Dans *La Démocratie pacifique* (11/11/1848) : « M. Victor Hugo nous adresse ce soir, comme il a ordinairement la prévenance de la faire, une épreuve corrigée de son discours avec invitation de l'insérer ».

Même les journaux les plus hostiles à Victor Hugo diffusent les expressions frappantes pour les railler ou les attaquer. Qu'importe ! L'essentiel est qu'on en parle. D'une manière générale, les journaux retiennent les énoncés paradoxaux, qui choquent par leur nouveauté ; les formules, les images saisissantes, et les violences... L'orateur qui veut être abondamment cité aura donc intérêt à être grandiose, pour les uns, et violent, à l'adresse des autres : on reconnaît là deux traits principaux de l'éloquence hugolienne. Et là réside l'originalité de l'écrivain : contrairement à la pratique usuelle, il ne réécrit pas dans la presse un discours d'abord prononcé, mais anticipe, dès le brouillon, la réception du discours par la lecture.

L'organisation de la diffusion du discours

Victor Hugo est l'un des orateurs qui a su le mieux assurer la publicité de ses discours, et peut-être celui qui y a été le plus attentif. Ce souci apparaît dans l'organisation du réseau de diffusion de la parole hugolien : presse, publications diverses, « réclame ». Pendant la Deuxième République, la pièce maîtresse de ce dispositif est le journal du clan Hugo, *L'Événement*, fondé le 1^{er} août 1848 puis suspendu le 18 septembre 1851, après un article de Charles Hugo contre la peine de mort, mais aussitôt remplacé par *L'Avènement du peuple*, avant sa suppression définitive au coup d'État. Il est vraisemblable que dès les années 1830, Victor Hugo a pu concevoir le journal comme une troisième voie pour toucher le peuple, à côté de la tribune et de la scène dramatique : son intérêt pour *La Presse* et ses relations avec Émile de Girardin en témoignent. On ne saurait analyser la communication oratoire hugolienne sans mesurer le rôle essentiel de *L'Événement*, du *Rappel* (journal du clan pendant la Troisième République), mais également de *La Presse* d'Émile de Girardin et d'autres organes alliés, qui tous diffusent les discours de Victor Hugo et soutiennent ses luttes à ses côtés.

L'Événement, journal du « clan Hugo »

L'originalité de l'écrivain n'est pas d'avoir fondé son journal. Beaucoup de penseurs et d'orateurs politiques participaient à la direction ou à la rédaction de journaux, ou créaient le leur pour s'assurer une tribune. Adolphe Thiers fut l'un des fondateurs du *National*, Alexandre Ledru-Rollin inspira *La Réforme*, Pierre-Antoine Berryer était la pensée dirigeante de *L'Union*... En 1849, Alphonse de Lamartine fonde *Le Conseiller du peuple*, pour compenser son retrait de la vie parlementaire. Même si Victor Hugo ne s'exprime pas directement dans *L'Événement*, les différents rédacteurs expriment sa pensée politique, à quelques nuances près. Surtout, le journal fait la part belle aux discours du maître et en

constitue donc un important relais : il est pour lui un outil essentiel de la communication avec le peuple, et constitue à ce titre une pièce maîtresse de l'éloquence populaire hugolienne.

On a pu nier l'implication directe de Victor Hugo dans le journal, mais dans sa thèse, Michèle Fizaine (1988) a apporté plusieurs preuves montrant que l'homme influence, voire dicte, le contenu de certains articles. Le 17 juillet 1851, c'est lui qui indique à Auguste Vacquerie ce qu'il faut dire de la séance sur la révision de la Constitution. Il lui écrit : « Soyez assez bon pour dire aujourd'hui que j'ai dédaigné de répondre à Falloux, vous en trouverez et vous en direz les raisons mieux que moi. Je vous demande ces deux lignes ». Une telle consigne est révélatrice des liens entre Victor Hugo et la rédaction du journal : il indique en quelques mots la ligne politique à suivre, et laisse la (très relative) liberté à ses hommes de confiance, non de dire ce qu'ils veulent, mais plutôt de préciser et prolonger sa propre pensée. Et, pour s'assurer que c'est bien sa propre pensée qui sera exprimée dans le journal, l'écrivain commente lui-même son discours :

« Et puis, soyez assez bon de dire en outre que j'ai rendu au débat sa signification, que le profond mouvement de l'Assemblée aujourd'hui l'a prouvé. J'ai mis le vrai et le faux aux prises.
En outre, quel spectacle instructif tout à l'heure ! Tumulte du côté de l'ordre. Calme profond du côté du désordre.
L'indigne violation du règlement dans ma personne (à propos de Ney. Refus de parole), et ma protestation en un mot.
Je ne vous recommande pas tout cela. Vous savez tout et vous dites tout ».

La plupart des missives par lesquelles l'écrivain donne des consignes à Auguste Vacquerie concernent les débats à l'Assemblée et ses propres discours. « Il s'agit d'une participation réelle, mais jalousement gardée », écrit Michèle Fizaine (1988 : 174), et « d'une diffusion de l'information assez complexe qui échappe aux schémas traditionnels : Victor Hugo est certes l'objet du discours qui se tient tous les jours dans le journal, mais il est aussi l'origine de la communication, un émetteur 0 non avoué, et un récepteur 2, lecteur privilégié et même bénéficiaire des effets de la réception. [...] La résultante est la construction d'une image de Victor Hugo, telle que nous la font découvrir les articles de *L'Événement* ». De fait, *L'Événement* a pour but de diffuser l'image d'un orateur populaire, virulent, efficace, et fin stratège.

L'Événement semble avoir été créé pour commenter les discours dans le sens voulu par l'orateur, mais aussi pour les diffuser et organiser leur publicité. Techniquement, tout est mis en place pour permettre une insertion du discours le soir même de la séance ou le lendemain. Les moyens humains sont exceptionnels pour l'époque, si l'on en croit Philibert Audebrand (1867 : 32), qui notait dans ses *Souvenirs de la*

tribune des journalistes : « [L'Événement était] celui des journaux d'alors qui envoyait aux séances le plus grand nombre d'yeux et d'oreilles. Il n'avait pas moins de sept plumes à sa disposition. En réalité ce petit bataillon, tout le monde le sait, n'obéissait qu'à une seule volonté, celle de M. Victor Hugo ». Ces journalistes prennent des notes à l'Assemblée, et il est probable que le rédacteur écrivait son article de commentaire directement depuis la tribune des journalistes. En outre, Victor Hugo transmet lui-même la copie du sténographe à l'imprimeur de *L'Événement*, et veille personnellement à ce que cette parution soit aussi rapide que possible. En 1850, en prévision du débat sur la loi Falloux dans lequel il devait prendre la parole (le 15), il écrit à Auguste Vacquerie : « Dans le cas où je parlerais tard (à 5 heures), et j'en ai quelque peur, les choses restent convenues, n'est-ce pas ? comme elles étaient hier, *L'Événement* paraîtrait sans le discours en annonçant qu'il le publierait demain d'après *Le Moniteur*, et le discours paraîtrait dans la presse de demain matin. À 7 heures ce soir, je le porterais moi-même à l'imprimerie, en sortant de la séance » (Hugo, 1950 : 211).

Les moyens techniques dont dispose *L'Événement* sont à la hauteur des moyens humains : il tire régulièrement à plus de 10 000 exemplaires, et à 40 000 à partir de mai 1850. Le discours sur la révision est même réimprimé le 21 juillet, dans un numéro tiré à 100 000 exemplaires. À partir d'avril 1849, après le rachat de *L'Événement* par Girardin, celui-ci met les machines de *La Presse* au service de *L'Événement*, avec qui le journal partage déjà ses bureaux. Et il n'est peut-être pas anodin de remarquer que cette date correspond à peu près au glissement de Victor Hugo vers le parti républicain, et à la nécessité d'une éloquence vraiment efficace à destination du peuple. On lit en effet dans *La Presse* (9-10/04/1849) : « Nous avons mis à la disposition de *L'Événement* des moyens matériels qui lui permettront de livrer 12 000 exemplaires une heure après² la séance de l'Assemblée, et jusqu'à 100 000 exemplaires dans la soirée si l'intérêt des luttes électorales l'exige. [...] *L'Événement* sera le seul journal du soir qui se vendra au public 5 CENTIMES [...]. On le trouvera à la porte de tous les théâtres, dans tous les cafés, dans tous les cabinets de lecture ». *L'Événement* vise à la diffusion des discours dans un public populaire : la baisse de son prix l'indique, ainsi que les lieux dans lesquels il se vend ou peut être lu.

La publicité faite aux discours du maître occupe une large part de *L'Événement*, et, en observant attentivement les numéros des années 1850 et 1851, on s'aperçoit qu'il y est question, presque chaque jour, d'un ou plusieurs de ses discours. En effet, les articles annoncent le discours

² C'est *La Presse* qui souligne.

plusieurs jours voire plusieurs semaines avant la séance, ne serait-ce qu'en prenant parti dans les discussions préliminaires. Un exemple des campagnes menées par *L'Événement* autour des interventions de Victor Hugo concerne la loi sur la déportation. Le ministre de la Justice, Eugène Rouher, demande le 30 mars que soit mise à l'ordre du jour la « loi de la prison dans l'exil ». Le même soir, *L'Événement* consacre sa « une » à un fait survenu dans la prison du Mont-Saint-Michel, et révélé par *La Presse* : un soldat emprisonné y aurait subi vingt jours de tortures et de privations avant de se suicider. Le responsable serait le directeur de la prison. L'article de *La Presse* est longuement cité dans *L'Événement*, les souffrances du prisonnier décrites. L'article – qui occupe les trois premières colonnes, sur quatre –, s'achève par un appel à une protestation contre ces faits : « Si ces faits sont vrais, ils sont tellement graves qu'ils deviennent la question du moment. S'ils sont vrais, la France doit s'en indigner; les désavouer et les flétrir. » En faisant de ce problème la « question du moment », le journal fait par anticipation de l'orateur qui la posera « l'orateur du moment », et même « l'homme providentiel ». La flétrissure infligée par la voix de la France surviendra six jours plus tard, à la tribune, dans la discussion sur la loi de déportation, lorsque Victor Hugo signale l'affaire révélée par *La Presse*, et la met en évidence par un jeu de scène :

« Ici, du moins, en France, à Doullens, au Mont Saint Michel... (*L'orateur s'interrompt. Mouvement d'attention.*)
Et puisque ce nom m'est venu à la bouche, je saisis cette occasion pour annoncer à M. le Ministre de l'intérieur que je compte lui adresser une question sur des faits monstrueux qui se seraient accomplis dans cette prison du Mont Saint Michel. (*Chuchotements. - À gauche : Très bien ! - L'orateur reprend*) » (Hugo, 1985a : 234).

Les lecteurs de *La Presse* et de *L'Événement* connaissent déjà l'inhumanité des prisons dont parle Victor Hugo dans son discours : les deux journaux ont fonctionné comme préparation de l'opinion, qui adhèrera d'autant mieux à la dénonciation et à l'argumentation hugoliennes qu'ils en connaissent déjà plusieurs exemples ; ainsi les affirmations de l'écrivain sont-elles prouvées avant d'être émises, le discours vient, non révéler une réalité qui demanderait à être confirmée, mais confirmer une réalité déjà révélée : il gagne en efficacité, car sa « preuve » le précède. Au-delà de ces commentaires qui enrichissent et soutiennent la parole de Victor Hugo, *L'Événement* annonce toujours ses discours la veille ou l'avant-veille (pratique courante), par des annonces alléchantes. Au lendemain de la séance et les jours suivants, le journal cite, raconte, et commente de plusieurs manières le discours. Voici la configuration minimale de cette diffusion, toujours étendue sur plusieurs jours : un premier article constitue un premier commentaire nourri de citations ; dans le même numéro ou le suivant est donné le discours *in extenso*, qui sera la version

reprise par les éditions ultérieures ; pendant deux ou trois jours, des références et des allusions nombreuses au discours apparaissent dans les articles commentant la suite du débat.

Un exemple de cette diffusion est fourni par le discours sur la liberté de l'enseignement, prononcé le 16 janvier 1850. Dans les jours qui précèdent, *L'Événement* commente les discours, les amendements proposés, le principe débattu ; ce faisant, il livre déjà une opinion proche de celle qui sera soutenue par Victor Hugo. Le 15, il annonce le discours du lendemain, en le dramatisant ; le 16, il le raconte, le commente, le loue sans le transcrire intégralement, expliquant que le discours a été prononcé fort tard, et que son importance interdit d'en donner une version partielle. Le 17 janvier, *L'Événement* donne le discours dans son intégralité, en première page, sous le titre (en capitales et en gras) : « Discours de M. Victor Hugo ». Ce compte rendu *in extenso* est accompagné d'un nouveau commentaire qui reprend et souligne ses aspects essentiels et cite plusieurs expressions du discours. Les phrases qui introduisent les citations en soulignent l'importance : « Ce mémorable discours, qui a été l'événement d'hier et qui sera l'événement de demain, restera imprimé, comme un stigmate ineffaçable, au front de ces ambitieux hypocrites qui profanent la religion en l'associant à leurs intrigues ». Les jours suivants, *L'Événement* cite dans sa revue de presse d'autres commentaires sur le discours, extraits de *La Presse*, de *La Démocratie pacifique* et de *La République*, et tous les trois très élogieux. Le 19 janvier, *L'Événement* présente un extrait de *La Presse* qui contient lui-même une citation du discours. Le 31 janvier, *L'Événement* relate en une, sous le sous-titre dramatique « la tribune en état de siège », la saisie, à Lyon, du discours de Victor Hugo, pour cause d'état de siège. Le discours avait été tiré à plusieurs milliers d'exemplaires, vendus ou offerts. Après un grandiose éloge de la tribune française et de la liberté de parole, l'article s'indigne de la saisie du discours, et réussit encore à en faire un événement, quinze jours après la séance !

Stratégies publicitaires : souscriptions, offres promotionnelles

Une fois les débats épuisés, *L'Événement* prolonge l'effet et le souvenir des discours hugoliens par une abondante publicité pour leur édition en brochures. Cette publicité est également présente dans *La Presse*, et des réclames conjointes pour des textes de Victor Hugo et d'Émile de Girardin montrent à quel point les intérêts politiques et commerciaux des deux hommes étaient liés. Les deux campagnes les plus importantes menées par *L'Événement* ont lieu au printemps 1850 et en été 1851, pour le discours sur le suffrage universel et celui sur la révision de la Constitution. L'agenda d'une de ces campagnes publicitaires ne manque pas d'intérêt : celle qui accompagne le discours contre la loi de

restriction du suffrage, prononcé le 22 mai 1850. En plus de l'exploitation journalistique ordinaire du discours, *L'Événement* entame, le 26 mai, une campagne de réclames pour « le discours de Victor Hugo dans la discussion du projet de loi électorale », brochure disponible au siège du journal pour cinq centimes. La réclame précise : « À la même adresse et au même prix, les discours sur l'enseignement et sur la déportation par Victor Hugo ». Elle sera répétée dans douze numéros jusqu'au 5 juillet.

Le 7 juillet, une réclame propose une nouvelle brochure, bien utile à l'éducation politique du peuple : « Loi électorale du 31 mai 1850. – Lois, décrets et notes à consulter pour l'intelligence de cette nouvelle loi, accompagnés du discours de Victor Hugo dans la discussion du projet de loi électorale », vendue 10 centimes. La brochure est pédagogique, expliquant (et justifiant) le discours de Hugo par des textes officiels. Le 8 juillet, *L'Événement* entame la campagne d'annonce puis d'accompagnement du discours sur la presse, prononcé dans la séance du 9 juillet. Elle occupe les quatre numéros suivants. Le 15 juillet, une publicité propose le discours de l'écrivain sur la presse, pour 5 centimes, à se procurer aux bureaux de *L'Événement* ; pour le même prix et au même endroit, on peut acheter les discours sur l'enseignement, sur la déportation et sur la loi électorale. Ainsi, du 22 mai au 15 juillet 1850, les discours de Victor Hugo sont-ils commentés, vantés, promus dans 20 numéros sur 25 parus...

Le même type de campagne est organisé à partir de juin 1851, autour du procès de Charles Hugo et du discours sur la révision de la Constitution. En prime, les souscripteurs d'un abonnement de trois mois à *L'Événement* se voient offrir *Douze Discours*, un portrait de Victor Hugo, un portrait d'Émile de Girardin, et deux des brochures de ce dernier, *L'Abolition de l'autorité* et *Respect de la Constitution*. Le 18 juin, une nouvelle publicité annonce la parution d'une brochure intitulée *La Peine de mort. – Discours de M.M. Victor Hugo et Crémieux*, « suivis de l'opinion de *La Presse*, *Le National*, *Le Siècle*, *La République*, *Le Charivari*, *Le Messenger de L'Assemblée*, *La Gazette de France*, etc. ». Toujours selon la réclame, il s'agit d'une édition populaire tirée à 100 000 exemplaires, en in-8°, à 15 centimes. Le journal pourra expédier la brochure aux libraires qui en feront la demande, avec « de fortes remises ». Les 20 et 28 juin, *L'Événement* propose à ses nouveaux abonnés les deux portraits et les deux brochures d'Émile de Girardin, accompagnés des discours sur la peine de mort de Victor Hugo et Adolphe Crémieux. Les 3, 4 et 15 juillet, le journal présente le détail des textes contenus dans *Douze Discours*, et propose en même temps à la vente onze brochures d'Émile de Girardin. Les 7 et 19 juillet, un énorme encart très voyant, en dernière page, propose la brochure *La Peine de mort. – Discours de MM. Victor Hugo et Crémieux*. Les jours suivants, l'offre de prime aux abonnés (les

brochures et les portraits offerts) paraît douze fois... En cet été 1851, chaque jour, un discours ou un recueil de discours de Victor Hugo est proposé en réclame dans *L'Événement*. Cet inventaire illustre la modernité de la diffusion de la parole politique hugolienne, par un matraquage publicitaire qui constitue le discours (et l'orateur) en événement.

Le rôle de *La Presse* et l'influence d'Émile de Girardin

La Presse est l'autre journal qui participe activement à la diffusion de l'éloquence hugolienne à partir de 1848. L'importance d'Émile de Girardin et de son journal dans cette diffusion n'est pas à négliger. Ce dernier, homme de presse et de finances, fut un grand innovateur dans le domaine du journal, et en particulier, de la presse à bon marché. Le projet politique et social de Victor Hugo et celui d'Émile de Girardin se rencontrent sur plusieurs points. L'homme de presse croit en la possibilité d'un grand débat démocratique joué sur la place publique (et non dans la seule Assemblée) à destination du peuple-nation qu'il doit instruire et constituer, comme l'explique Alain Vaillant (Thérenty, Vaillant, 2001 : 41) : « L'idée fondamentale, qu'on dirait aujourd'hui de centre gauche, est que l'espace public libéré par la révolution de 1830 doit être organisé dans un souci d'efficacité et d'intérêt commun, de telle sorte que les polémiques bruyantes, admissibles et même nécessaires dans un État répressif, laissent la place à un débat positif, visant à instruire le plus grand nombre et, d'autre part, à créer les conditions du progrès matériel et moral ».

Émile de Girardin croit en la nécessité d'une tribune pour l'éducateur du peuple et pour le penseur politique, et aussi au rôle des « ouvriers de la pensée » comme guides idéologiques de ce peuple. Lieu d'exposition des idées démocratiques et sociales, lieu de lutte et d'enseignement, lieu d'une parole accessible à tous (par le bas prix notamment), le journal selon Émile de Girardin devait nécessairement rencontrer le discours selon Victor Hugo. Dans *Histoire d'un crime*, il rendra d'ailleurs hommage à Émile de Girardin, dont il est certain qu'il a été l'un de ses initiateurs en matière de presse et de communication journalistique : « On doit à Émile de Girardin ce progrès mémorable, la presse à bon marché. [...] Émile de Girardin est un veilleur public ; son journal, c'est son poste ; il attend, il regarde, il épie, il éclaire, il guette, il crie qui vive ; à la moindre alerte, il fait feu avec sa plume ; prêt à toutes les formes de combat, sentinelle aujourd'hui, général demain. Comme tous les esprits sérieux, il comprend, il voit, il reconnaît, il palpe, pour ainsi dire, l'immense et magnifique identité que couvrent ces trois mots, révolution, progrès, liberté » (Hugo, 1985b : 281). On peut difficilement imaginer plus bel hommage.

Cette rencontre se concrétise au niveau de l'organisation pratique et de la stratégie de diffusion : Girardin apporte des capitaux, partage avec *L'Événement* les appareils d'imprimerie de *La Presse* ; les bureaux sont communs. *La Presse*, surtout, diffuse abondamment la parole hugolienne par ses articles et comptes rendus, ainsi que par de vives polémiques contre les journaux conservateurs. Comme dans *L'Événement*, les discours de Victor Hugo y sont présentés comme « L'événement » de la séance. Cette seconde tribune journalistique n'est pas négligeable, ne serait-ce qu'en raison de son audience : son tirage est de 63 000 au 31 décembre 1848, et de 34 500 au 31 décembre 1849. En outre, les compétences d'Émile de Girardin en matière de réclame et de « communication » ont servi la stratégie de parole de Victor Hugo. Les techniques qu'il pratique sont variées et novatrices : par exemple, suite au discours sur la loi de déportation, le journal (sur l'impulsion d'Émile de Girardin, de Victor Hugo, ou des deux ?) propose une souscription pour une médaille. Celle-ci ne sera jamais frappée, mais ceci aura permis de rappeler, pendant plusieurs semaines, la phrase de Victor Hugo, par la publication quotidienne des listes de souscripteurs.

Autres moyens de diffusion : plaquettes, brochures, volumes

Si la presse est le premier et principal ressort de la diffusion de ses discours, Victor Hugo a également recours à la publication en plaquettes. Elle peut se faire à l'initiative de l'orateur, ou de *L'Événement*, ou parfois des amis politiques. Victor Hugo pratique à la fois la publication d'un discours isolé et la publication conjointe d'un de ses discours et du discours d'un autre orateur. Ainsi fait-il paraître son discours *Pour Charles Hugo – La peine de mort*, en même temps que celui d'Adolphe Crémieux, défenseur de Charles en 1851, à la Librairie nouvelle, qui dépend d'Émile de Girardin. Celui sur la révision de la Constitution paraît, au même endroit, avec celui de Michel de Bourges... Certains textes font l'objet de plusieurs éditions en plaquette : le discours sur la loi d'enseignement est publié quatre fois en 1850, celui sur la déportation cinq, celui sur le suffrage et celui sur la révision, quatre fois. On ne compte pas les publications de discours prises en charge et financées par des corporations diverses. Par exemple, le 27 janvier 1850, un dénommé Frédéric Thomas, de Castres, félicite Victor Hugo pour son discours sur la liberté de l'enseignement, et achève en écrivant que, « pour lui donner un plus grand retentissement », il a, avec d'autres, financé par une souscription la parution de 10 000 exemplaires du discours³.

³ Lettre de Fr. Thomas à V. Hugo (27/01/1850), Maison de Victor Hugo.

Tous ces procédés concourent à une diffusion remarquable de certains discours de Victor Hugo, comme celui de juillet 1851 sur la révision de la Constitution, si l'on en croit ce qu'écrit Paul Meurice dans *L'Événement* du 24 août : « Les deux mémorables discours de Michel (de Bourges) et de Victor Hugo contre la révision, publiés par tous les journaux républicains de Paris, répétés et donnés en supplément par toutes nos feuilles démocratiques de la province, propagés sur tous les points par des souscriptions spéciales ouvertes à Paris et dans les départements, réimprimés dans d'innombrables éditions à 2, 3 et 4 sous, traduits dans toutes les langues, reproduits dans un nombre immense de journaux d'Europe et d'Amérique, ont été publiés à l'heure qu'il est à plus de ONZE CENT MILLE EXEMPLAIRES. La réaction absolutiste essaie de prouver sa puissance pour étouffer la pensée humaine par des lois contre l'enseignement, contre le colportage, contre l'imprimerie, contre la liberté de la presse. On voit de quelle façon la démocratie lui donne la réplique ». En outre, Victor Hugo varie les formats et les prix pour diversifier et donc augmenter son audience, appliquant à l'éloquence les stratégies éditoriales de ses œuvres littéraires.

Après la publication des discours en plaquette, quasiment contemporaine des débats, survient la publication en volume de l'ensemble des œuvres oratoires. La première est *Douze discours*, in-octavo publié à la librairie nouvelle en 1851, très vite suivie de *Treize discours*, puis *Quatorze discours*, dernière édition avant l'exil. La publication rapprochée de ces trois éditions, qui collent de très près à l'actualité comme en témoigne l'ajout, à chaque fois, d'un texte récent, participe d'une volonté de justifier le républicanisme de Victor Hugo, présenté comme opportuniste par la droite qui orchestre une vaste campagne contre lui. En 1875 et 1876, la publication d'*Actes et Paroles* sera un chef-d'œuvre de réécriture, puisque l'auteur, en ne modifiant que de légers détails du texte et, surtout, en retravaillant les mouvements de l'auditoire du type « Bravo ! » ou « Triple salve d'applaudissements », en accompagnant aussi chaque discours d'une notice et de notes, y renforce sa légitimité, et rappelle, quitte à les reconstruire, la cohérence et la constance de ses combats.

Conclusion

La publication des discours est courante au XIX^e siècle, mais elle prend chez Victor Hugo la dimension d'une tentative novatrice de communication de masse, dans laquelle tous les moyens possibles de répandre le discours et de faire parler de lui sont exploités. Aucun autre orateur républicain n'a été à ce point accusé de démagogie par la droite – preuve que sa stratégie de communication populaire

fonctionnait, et que Victor Hugo était, de ce fait, perçu comme un réel danger par ses adversaires politiques. Et les républicains eux-mêmes reconnaissent l'apport des discours hugoliens à leur cause. Ainsi lit-on, dans *La Démocratie pacifique* (21/10/1849), suite au discours sur l'affaire de Rome : « M. Victor Hugo a ajouté une page mémorable à celles dont la liberté, l'humanité lui sont déjà redevables. Son discours est de ceux qu'on ne peut analyser. Il abonde en traits de la plus haute éloquence, il est plein de ces formules nettes, incisives, qui deviennent si facilement populaires et concourent si puissamment à l'illumination de la conscience des masses.

Plus que les autres, Victor Hugo a su mobiliser toutes les ressources de l'écrit (et de l'oral) pour faire passer au peuple son message démocratique, y compris par les stratégies les plus innovantes. Parmi les nombreuses stratégies éditoriales et publicitaires mises en œuvres par l'écrivain pour diffuser sa pensée politique, l'élément le plus intéressant est incontestablement la manière dont il se sert de la presse, en réunissant toutes les découvertes et pratiques en la matière, inaugurées et perfectionnées dans la première moitié du XIX^e siècle : journaux, concurrence entre les journaux, réclame, offres promotionnelles... Ainsi, sous l'influence ou du moins avec l'aide d'Émile de Girardin, est-il sinon un pionnier, du moins l'un des premiers orateurs et écrivains converti aussi complètement aux techniques de communication moderne. L'un des traits les plus originaux de cette relation entre l'orateur et la presse est sans doute le fait que le média, censé intervenir dans une étape seconde (après que le discours a été prononcé à la chambre), informe le texte au lieu de simplement lui servir de véhicule : le média n'est plus secondaire, mais essentiel. C'est là une importante innovation hugolienne qui inaugure la communication médiatique moderne.

Références

- Audebrand P., 1867, *Souvenirs de la tribune des journalistes*, Paris, Dentu.
- Brasart P., 1994, « Petites phrases et grands discours (Sur quelques problèmes de l'écoute du genre délibératif sous la Révolution française) », *Mots*, 40, pp. 106-112.
- Claretie J., 1883, « Victor Hugo », *Célébrités contemporaines*, Paris, A. Quantin.
- Delon M., 1999, « Procès de la Rhétorique, triomphe de l'éloquence », pp. 1001-1017, in : Fumaroli M., dir., *Histoire de la rhétorique dans l'Europe moderne, 1450-1950*, Paris, Presses universitaires de France.
- Fizaine M., 1988, « Provisam Rem – Les manuscrits des discours de 1848 à 1850 », pp. 113-132, in : Didier B., Neefs J., dirs, *Hugo, De L'Écrit au livre*, Saint-Denis, Presses universitaires de Vincennes.

- 1994, *Littérature et journalisme : Victor Hugo et L'Événement*, thèse de littérature, université Montpellier 3.
- Hugo V., 1950, *Correspondance*, tome IV (1874-1885), Paris, A. Michel.
- 1985 (a), *Œuvres complètes*, vol. « Politique », Paris, R. Laffont.
- 1985 (b), *Œuvres complètes*, vol. « Critique », Paris, R. Laffont.
- 1985 (c), *Œuvres complètes*, vol. « Histoire », Paris, R. Laffont.
- Maurice H. (Chanoine), 1829, *L'Art de parler au peuple*, Avignon, Maison Aubanel Frères.
- Sermain J.-P., 1986, « Raison et révolution : le problème de l'éloquence politique », pp. 147-166, in : Busse W., Trabant J., dirs, *Les Idéologues. Sémiotique, théories et politiques linguistiques pendant la Révolution française*, Amsterdam, J. Benjamins.
- Thérenty M., Vaillant A., 2001, *1836, l'an I de l'ère médiatique, Analyse littéraire et historique de La Presse de Girardin*, Paris, Éd. Nouveau monde.
- Trognon A., Larrue J., 1994, *Pragmatique du discours politique*, Paris, A. Colin.