

ÉTERNEL COMME L'AMOUR

PAR JEAN MARIE HOSATTE



▲ **Les romans à l'eau de rose.** Aucune forme de littérature n'est plus méprisée par la critique, pourtant, les histoires d'amour continuent de se vendre à plusieurs centaines de millions d'exemplaires. Comment expliquer ce paradoxe ?

Fabio! Cent vingt kilos de beauté pure, teintée de bronzage idéal. Des pectoraux si puissants, si bien dessinés que la plus épineuse des vierges se serait damnée pour les effleurer d'un baiser. Une chevelure longue, blonde, où une génération de mères de famille, farouchement vertueuses pourtant, aurait aimé enfouir son visage. Dans les yeux de Fabio, brillait une flamme assez brûlante pour liquéfier les pudeurs les mieux défendues. Ses lèvres étaient une invitation à l'extase. Sa taille réveillait des désirs d'étreintes avec la même violence dans le corps de la pucelle que dans les souvenirs de l'aïeule. Fabio le magnifique a posé sur des centaines de couvertures de romans sentimentaux édités à la chaîne par Harlequin. Fabio filibustier, Fabio archéologue, aventurier, banquier, trappeur, gentleman farmer, pilote... Qu'apparaisse Fabio sur une couverture et les ventes de la bluette la plus involontairement hilarante, explosaient.

Las! Comme le dit si joliment la chanson, « *rien comme être n'est passager...* ». *Sic transit gloria mundi*. En 2006, les éditions Harlequin, inquiètes du ralentissement de leurs ventes, sondent leurs lectrices pour savoir si ces millions de femmes, de tous âges, de toutes conditions sociales, appartenant à des cultures différentes, voient toujours en Fabio la sensuelle icône capable d'incarner leurs rêves en rose. Le résultat de cette enquête est terrible. Vingt ans d'amour fou entre les lectrices d'Harlequin et l'apollon des couvertures se terminent dans les ricanements. Les fantasmes ont laissé la place à cette pitié amusée que les ravissantes réservent à leurs amants déconsidérés et aux ringards inoffensifs.

Comme dans les vaudevilles, Fabio est le dernier à comprendre qu'il est cocufié depuis des années par une cohorte de ►►

mâles qui ont ceci de plus que lui qu'ils correspondent parfaitement à une époque qui ne croit plus au prince charmant. Sous l'influence de jeunes auteurs, la littérature à l'eau de rose s'est peu à peu transformée en littérature féminine. Les héroïnes y sont moins vertueuses et les héros plus fragiles. Le sexe, l'argent, la réussite sociale ou le déclassement en sont des thèmes presque aussi importants que la quête de l'amour idéal.

« DIEU CRÉA LA FEMME ET À CELLE-CI HARLEQUIN OFFRIT FABIO LANZONI. »

Cette nouvelle génération d'amoureux pousse sans ménagement les personnages Harlequin vers l'hospice des roses fanées. Cet afflux de sang neuf a propulsé les ventes de romans sentimentaux vers des records sans cesse dépassés. C'est dans le domaine de la littérature amoureuse que se sont produits tous les phénomènes éditoriaux des dix dernières années. Au firmament rose, tout se mesure à l'échelle astronomique. Les tirages, les ventes, la masse des lecteurs et les gains des auteurs et des éditeurs. Danièle Steele est l'auteur contemporain le plus lu sur la planète. Le public de 69 pays différents s'est arraché plus de 500 millions d'exemplaires de ses 80 derniers best-sellers. Nora Roberts a écrit plus de romans sentimentaux que tous les autres auteurs réunis. La miraculeuse Américaine, qui a commencé à écrire en 1979, pour passer le temps pendant une tempête de neige, publie 5 nouveaux romans chaque année et vend 27 volumes de ses « suspenses romantiques » chaque minute dans le monde. Ses revenus nets annuels se montent à 60 millions de dollars.

A ce rythme, il ne faudra que quelques années à Nora Roberts, travailleuse acharnée, pour battre les records de la défunte Barbara Cartland.

Harlequin, chahuté par l'arrivée de nouveaux acteurs sur le fabuleux marché de l'histoire d'amour, reste un colosse de l'édition mondiale. 50 millions de personnes achètent

régulièrement les titres des différentes collections Harlequin que produit, à la chaîne, une armée de 1 300 auteurs. 100 titres nouveaux sont publiés chaque mois, en 34 langues différentes. Selon les chiffres communiqués par la Romance Writers Association, le syndicat américain des auteurs de littérature sentimentale, les romans à l'eau de rose rapportent 1,5 milliard de dollars de bénéfices nets chaque année, ce qui en fait le secteur le plus rentable de toute l'industrie éditoriale.

La pugnacité commerciale des éditeurs ne suffit pas à expliquer le succès phénoménal de ces histoires se concluant inévitablement par l'épanouissement d'un amour merveilleux.

Succès programmé

Le besoin d'amour sur papier existait bien avant que les éditeurs aient concocté leurs recettes de best-sellers planétaires. Les historiens du genre estiment que le premier roman sentimental a été écrit en 1740, par l'Anglais Samuel Richardson. *Pamela, ou la vertu récompensée* devient immédiatement un succès. Le livre sera réédité cinq fois un an après sa sortie. Pamela suscite un tel enthousiasme que quelques commerçants avisés bâtissent de petites fortunes en vendant les premiers produits dérivés d'une œuvre littéraire. On s'arrache les tasses, les théières, les tapisseries et les dentelles qui représentent cette jeune héroïne qui, par la seule puissance de sa vertu, contraint un homme sombre et inquiétant à se dévouer à elle, corps et âme.

L'œuvre de Samuel Richardson pose les bases scénaristiques de la romance anglo-saxonne sur lesquelles Jane Austen puis les sœurs Brontë vont asseoir les intrigues de leurs propres romans. Le succès de *Orgueil et Préjugés*, puis des *Hauts de Hurlevent* est phénoménal. Mais si les Britanniques larmoient sur le destin de Jane Eyre, les Français maudissent l'inconstance d'Emma Bovary, esprit futile que la lecture de trop de romans sentimentaux détourne de ses devoirs de mère de famille jusqu'à la conduire au déshonneur et au suicide. Avec *Madame Bovary*, Flaubert stigmatise la littérature sentimentale qui ne sera en France qu'une production de mauvais genre, ►►

au mieux méprisée, au pire dénoncée comme un véritable poison psychotoxique. « On ne fait pas de bonne littérature avec de bons sentiments », persiflait Gide. Voilà pour l'aspect esthétique de la question. Mais les romans d'amour représentent également un péril social dans la mesure où « cette marchandise culturelle produite industriellement » est consommée par des femmes trop peu cultivées pour comprendre que les livres qu'elles

engloutissent à la chaîne ne sont en fait que « des guides de conduite psychique pour les femmes des classes populaires » qui ingurgitent sans le savoir « une idéologie de la soumission ». Ciblant tout particulièrement les productions Harlequin, la féministe Michelle Coquillat dénonçait ainsi les méthodes de l'éditeur canadien qui crée une véritable addiction parmi un public vulnérable : « Harlequin ne cache nullement le public visé : les ►►



© iStockphoto / Manakin

femmes du milieu populaire les moins préparées à réagir. Or, il ne faut pas qu'elles réagissent, qu'elles décèlent l'intoxication dont elles sont victimes. Elles cesseraient peut-être d'acheter et toute la collection est construite sur une accélération du besoin. »

Le maître mot «Evasion»

Ce besoin, sans cesse entretenu pour n'être jamais satisfait, c'est celui d'évasion. Les milliers de romans sentimentaux publiés chaque année dans le monde sont autant d'ouvertures vers un ailleurs où ceux qui sont faits l'un pour l'autre finissent toujours par s'aimer d'une passion inoxydable. Pour que le charme opère, il faut que les différences de fortune ou d'âge, les préjugés, la jalousie, les vendettas familiales,

la mort parfois, la ruine, l'éloignement viennent briser la trajectoire amoureuse des êtres que le destin a choisi de réunir, malgré tout. L'efficacité d'un roman sentimental tient moins à la douceur des serments que s'échangent les amants qu'au tranchant des difficultés qu'ils auront à affronter avant de pouvoir se blottir dans les bras l'un de l'autre. Pour devenir enivrante, l'eau de rose doit être rallongée de beaucoup de saumure. Les romans à l'eau de rose ne seraient donc finalement qu'une paralittérature anxiolytique. L'évolution de la courbe des ventes qui s'envole à chaque dégradation de la situation économique atteste des vertus antistress de la littérature sentimentale. Jamais les livres des différentes collections Harlequin ne se sont autant vendus qu'au plus fort de la crise de 2008. Les résultats du méga éditeur canadien ont progressé de plus de 30 % alors que des milliers de familles ►►

publicité

CLICK. CUSTOMIZE. IT'S THAT SIMPLE.



INTRODUCING THE NEW OTIS **GEN²** ELEVATOR
WITH OVER 400,000 DESIGN VARIATIONS.

<http://gen2.otis.com>

OTIS SA / route de la Galaise 2 / 1228 Plan-les-Ouates

OTIS

étaient expulsées de leurs maisons aux Etats-Unis et que le taux de divorce atteignait un record historique.

Des conseils pratiques

Pourtant, selon Nora Roberts, le besoin d'échapper à une réalité désespérante n'est pas la véritable raison du succès de la littérature sentimentale. Les dizaines de millions de lectrices qui se précipitent sur tous les livres qui parlent d'amour ne recherchent plus seulement l'occasion de dénouer les tensions qui les perturbent en dégustant un improbable happy end comme un bonbon au chocolat. Cette foule, sans cesse plus nombreuse, exige que lui soient offerts des personnages romanesques avec lesquels elle pourra s'identifier. La femme qui trouvera l'amour à la fin de l'histoire doit être moins héroïne que pionnière. Elle doit triompher de tous les obstacles en usant de moyens qui sont – théoriquement – à la portée de la lectrice moyenne et que celle-ci pourra utiliser dans la vraie vie. En dévorant une histoire sentimentale, les lectrices chercheraient moins à oublier le monde dans lequel elles vivent que des astuces pratiques pour accéder, elles aussi, à une vie sociale et amoureuse épanouie.

Ainsi, les romans à l'eau de rose n'appartiendraient plus uniquement au domaine de la littérature sentimentale, mais constitueraient désormais un pan important de la littérature de développement personnel. La sociologue Eva Illouz confirme la réalité de cette évolution rendue indispensable par la crise insurmontable de « l'hétéronormalité », c'est-à-dire « l'ensemble des normes régulant les relations entre les hommes et les femmes ». Les romans sentimentaux remplissent la même fonction que ces traités de « self-help » dont certains titres font régulièrement partie de la liste des best-sellers mondiaux. « Un certain nombre de lectrices – précise le Professeur Illouz – opèrent une lecture efférente de la littérature narrative, aussi peu didactique soit-elle, c'est-à-dire qu'elles y recherchent des conseils pratiques ou une sagesse particulière, ou encore une portée particulière dans la vie non fictionnelle. » Ainsi, estime Eva Illouz, la majorité des millions de femmes qui ont acheté *Cinquante Nuances de Grey*, ne l'auraient pas lu comme un récit érotique mais plutôt

comme un manuel d'initiation pratique à une forme de sexualité inédite pour la plupart d'entre elles.

Le sentiment amoureux, la conjugalité et la sexualité n'ont jamais été aussi compliqués. Toutes les règles qui régissaient ces trois aspects essentiels des relations entre les sexes ont

« **PAR LA VERTU DE CE DIALOGUE PERMANENT,
UN VÉRITABLE MANUEL DU SAVOIR
SÉDUIRE, AIMER ET RECONQUÉRIR. »**

volé en éclats. Internet a rendu la situation encore plus complexe. Chaque individu est désormais un produit sur un marché amoureux où l'offre et la demande connaissent une croissance exponentielle. Malheur à qui ne sait pas faire sa propre promotion ou se fait refiler une relation stérile voire toxique ! Les femmes seraient particulièrement désorientées par le contexte que créent la toute-puissance des réseaux sociaux et la multiplication des sites de rencontres. Internet, qui est en grande partie responsable du chaos actuel, a également permis à une nouvelle génération d'auteurs de romances sentimentales d'entrer en symbiose avec un public immense. Toutes ces nouvelles venues ont en commun d'avoir été méprisées par les éditeurs classiques à leurs débuts qui, pour la plupart d'entre elles, ne sont pas si lointains.

La prosomation

C'est via Internet que E. L. James, qui se fait alors appeler Snowqueens Icedragon, a diffusé les premiers épisodes de *Cinquante Nuances de Grey*. L'auteur britannique a l'intuition qu'il lui faut intégrer les réactions, les questions et les suggestions de ses premières lectrices aux développements de son intrigue. En quelques mois, 250 000 exemplaires du récit d'E. L. James sont vendus en édition numérique avant que l'éditeur classique Random House n'en acquière les droits et fasse de *Cinquante Nuances*, un titan de l'édition. E. L. James ►►

Le succès des romans sentimentaux.

Les lecteurs de romans à l'eau de rose ne veulent pas être surpris, ils ne désirent qu'être convaincus que l'amour idéal n'est pas impossible.



n'est qu'une pionnière parmi d'autres de la « prosomation », un terme par lequel on désigne le fait que les lectrices participent par leurs réactions et leurs suggestions à la conception du récit qu'elles achètent. Le talent d'un auteur se mesure désormais moins à sa capacité à inventer des personnages intéressants participant à une intrigue inédite qu'à son habileté à produire un récit basé sur les indications du public visé.

La prosomation semble être la formule magique pour atteindre des chiffres de vente astronomiques. A 25 ans, Anna Renee Todd est entrée dans l'histoire de l'édition comme étant la première romancière à avoir été propulsée hors du magma digital pour devenir en quelques mois seulement un auteur dont la production a été téléchargée plus d'un milliard de fois. Le phénomène a commencé à écrire sur son téléphone portable pour tromper son ennui de jeune épouse d'un soldat en garnison dans une petite ville du Texas. En faisant ses courses ou sa lessive, Anna Renee Todd écrit, sur son smartphone, des textes qu'elle met en ligne sans les corriger. La syntaxe et l'orthographe sont les moindres de ses soucis. Elle passe au contraire beaucoup de temps à échanger avec ses lecteurs via les réseaux sociaux. Les aventures amoureuses de Tessa Young et de Hardin Scott, sur lesquelles pas un éditeur classique n'aurait parié un seul dollar, deviennent, par la vertu de ce dialogue permanent, un véritable manuel du savoir séduire, aimer et reconquérir de notre siècle.

Amanda Hocking s'est, elle, spécialisée dans les romans à l'eau de rose paranormaux. Ses héros sont des vampires, des trolls, des gobelins, des zombies qui souffrent des mêmes

angoisses amoureuses et érotiques que les millions de jeunes humains qui s'arrachent les productions de cet auteur de 26 ans à peine. Les manuscrits papier de cette autre coqueluche digitale ont été refusés par cinquante éditeurs avant que la jeune femme ne se décide à tenter sa chance en s'autoéditant sur une plateforme numérique. Cinq ans plus tard, « la Hocking » vend 10 000 livres numériques par jour à 3.99 dollars l'unité et les éditeurs qui la méprisaient se sont bousculés à sa porte pour tenter de la séduire avec des contrats à plusieurs millions de dollars.

Les histoires de ces « indies » (indépendants) qui ont fait fortune en trouvant le moyen de parler d'amour à l'humanité numérique se sont trop multipliées pour que les éditeurs classiques ne s'en inquiètent pas. L'apocalypse digitale était annoncée. Les éditeurs et les librairies allaient disparaître, balayés par une génération d'auteurs dont le principal – peut-être le seul – talent est de savoir entendre et restituer dans des histoires simples le désarroi sentimental de leurs lecteurs. Les imprimeurs allaient être engloutis aussi, puisque ces œuvres ne seraient disponibles que sur tablette et smartphone.

Pour le moment, ce tsunami numérique a été endigué par les éditeurs classiques qui ont trouvé les arguments sonnants et trébuchants pour faire entrer les prodiges de l'autoédition électronique dans leurs écuries. Cette stratégie a toutes les chances d'être gagnante. Plus sombre s'annonce l'avenir, plus forte devient notre addiction à l'eau de rose. Qu'importe qu'on le vende sur papier ou sur écran, pourvu que l'Amour triomphe de tout ! On pourrait en faire le titre d'une jolie romance... ■