

**Sandrine RAFFIN**

## **Quelques usages du nom de Victor Hugo dans la presse de 1985**

Je vais vous parler non pas de l'œuvre de Victor Hugo mais du mythe qu'il constitue au vingtième siècle, plus exactement lors du centenaire de sa mort en 1985, sujet de ma thèse. Je m'appuierai sur la presse de l'année qui a été décrétée officiellement "année Hugo": c'est à partir de ces sources que j'ai composé mon corpus, restreint ici aux besoins de cette communication. Celle-ci a pour origine un titre étonnant: "Torugo" (*Le Nouvel Observateur*, 10 octobre 1985). Ce raccourci me semble en soi révélateur de l'importance du nom de Hugo, dans sa sonorité même. Il montre également comment l'auteur de l'article, Guy Dumur, peut implicitement établir un rapport de "complicité dans la dérision" avec son lecteur. Cette complicité constitue selon Jean-Claude Fizaine une des "caractéristiques de l'année Hugo"<sup>1</sup>. Car Victor Hugo appartient à la mémoire collective: il fonctionne comme un référent culturel connu. Il est à proprement parler populaire, selon au moins les trois sens courants que lui donne le Petit Robert: il est connu de tous, voire, comme le génie, il appartient au peuple. Nous nous contenterons dans le cadre de cette étude de parler d'opinion publique, ce lecteur collectif auquel s'adresse implicitement l'article de journal. Cette popularité a pu faire de lui au vingtième siècle - et plus particulièrement en 1985 - une "star" ou une "superstar" comme l'affirmait encore très récemment le même *Nouvel Observateur*. Cette popularité voire ce vedettariat, propres à notre siècle, doivent beaucoup à l'évolution de la société et des médias: nous sommes en effet passés à l'ère de la "société de communication" qui mêle des images, des textes et des noms dont la célébrité est parfois passagère. Au contraire, Victor Hugo traverse les siècles: il est comme l'affirme Henri Meschonnic dans la revue *Europe* de mars 1985 "transmoderne"<sup>2</sup>. Mais que signifie cette forme "Torugo" ou ce "Victorugo" en un seul mot que forge Boris Vian<sup>3</sup> ? Henri Guillemin posait cette question en 1951, la veille de la commémoration du cent cinquantième anniversaire de sa naissance: "Victor Hugo? Lequel? Les quatre syllabes de ce nom propre suscitent une collection d'êtres disparates." Ces premiers mots du *Hugo par lui-même*<sup>4</sup> supposent au nom propre un certain nombre de significations, tout en insistant sur sa sonorité. Le nom de Hugo, qui semble tombé dans le domaine public à l'instar de son œuvre, semble ne plus susciter les passions des commémorations précédentes. Pierre Georgel remarque dans l'introduction du catalogue *La Gloire de Victor Hugo*:

---

<sup>1</sup>"Aspects d'un centenaire", *Romantisme*, n°60, 1988, pp. 5-35, p. 6.

<sup>2</sup> "Hugo nulle part", *Europe*, n° 671, mars 1985, pp. 11 à 16, p. 11.

<sup>3</sup>*Cantilènes en gelée* (U.G.E., Paris, 1972, p. 74), "Art poétique", dédié à "Victorugo".

<sup>4</sup>Seuil, Paris, 1951.

"Pour beaucoup d'entre nous, ceux qui n'ont rien reçu du patrimoine commun de naguère, le nom de Victor Hugo n'évoque sans doute que des plaques de rues, des noms de groupes scolaires et de magasins; pour toute une génération d'écoliers, c'est seulement celui d'un classique: à peine plus qu'un nom."<sup>5</sup>

Pierre Georgel nuance ensuite ce constat somme toute assez pessimiste: Hugo est à lui seul un "lieu de mémoire" (qui mieux que lui peut incarner le dix-neuvième siècle ?) et "il faudrait une analyse anthropologique pour analyser plus finement cette présence de Hugo dans l'imaginaire collectif"<sup>6</sup>. Nous n'allons pas ici tenter ce type d'analyse mais essayer de résoudre une partie des questions que pose le nom même de Victor Hugo lorsqu'il apparaît dans les titres de presse en 1985. La presse se fait en effet l'écho de la commémoration et offre à l'analyse de très nombreux articles sur Victor Hugo, tout en contribuant à sa gloire. Car qu'est-ce que la renommée sinon la répétition du nom?

Le nom propre sert à désigner un individu, à le caractériser dans son identité; ce nom fonctionne par ailleurs comme un signe, au sens saussurien. Donnée de façon arbitraire, il est souvent considéré comme magique car prédestiné. "Prince des signifiants" selon Roland Barthes aux "connotations riches, sociales et symboliques"<sup>7</sup>, il possède un signifié unique en tant que "désignateur rigide"<sup>8</sup> de la personne à qui il renvoie. Mais pour Hugo, en particulier dans la presse de 1985, nous devons parler de signifiés au pluriel: il est en 1985 non seulement le chef du file du romantisme ou l'exilé de Guernesey, mais aussi le siècle tout entier. Celui que les journaux appellent "la légende d'un siècle" a contribué à l'assimilation entre sa personne et le siècle, au moins dans sa durée. La gloire de Victor Hugo tient sans doute à son nom: un tableau d'Albert Maignan a pour sujet *l'Apothéose du nom de Victor Hugo*, où ce nom est porté par un ange, transpercé de rayons<sup>9</sup>. Cet indice minimum de notoriété possède la capacité de traverser l'histoire en restant présent à la mémoire collective, lorsqu'en particulier il signifie son œuvre, *via* ses figures les plus incarnées, ses personnages, ou lorsqu'il signifie sa vie (qui ignore celle de Victor Hugo?) ou ses actes. Mais trop connu égale méconnu, d'où, par conséquent, la crainte de ne plus le lire, répétée à satiété dans les journaux ou les préfaces des œuvres rééditées en 1985. On en arrive ainsi dans la presse à un point limite où Victor Hugo se résume à son nom seul, où la périphrase "ce nom illustre" signifie "Hugo" dans un article du *Méridional*<sup>10</sup>. Cette perte de sens, et ici d'identité, semble à la fois produite et compensée par la prolifération de son nom dans la presse, conséquence de la commémoration: d'autres sens et d'autres usages de ce nom propre se font jour. Le centenaire de la mort de Hugo appartient de plein pied à "l'ère des commémorations" et fait de Hugo ce lieu de mémoire qui, selon Pierre Nora, apparaît à cause de "la déritualisation de notre monde"<sup>11</sup>.

Je voudrais montrer ici brièvement quels usages la presse écrite de 1985 fait du nom de Hugo, au moment de l'année Hugo, dans son signifiant, *via* toutes les formes de distorsion qu'il peut subir, et dans son

<sup>5</sup>*La Gloire de Victor Hugo*, collectif, Editions de la Réunion des Musées Nationaux, Paris, 1985, p. 23.

<sup>6</sup>*Id.*

<sup>7</sup>*Sémiotique narrative et textuelle*, Larousse, Paris, 1973.

<sup>8</sup>*La Logique des noms propres*, S. Kripke, Editions de Minuit, Paris, 1982.

<sup>9</sup>Il est reproduit dans le catalogue de *la Gloire de Victor Hugo, op. cit.*, p. 91.

<sup>10</sup>20/07/1985.

<sup>11</sup>*Les Lieux de mémoire*, Tome 4, "L'ère des commémorations", et Tome 1, "Entre mémoire et histoire", Quarto, Gallimard, Paris, 1997, p. 28.

signifié. Hugo reste-t-il au moins l'"homme politique et écrivain français 1802-1885" de la plaque de rue ou ne devient-il pas une forme vide, livrée au public par l'Etat, à charge pour lui de le doter d'une signification ? Une commémoration repose sur un consensus minimum, que ce soit entre ses ordonnateurs, ici l'Etat, et le public, ou, plus précisément, entre les auteurs du discours commémoratif - la presse - et ceux qui le reçoivent. Concernant le nom de Victor Hugo, quel est ce consensus ? Sur quel Hugo s'est-on implicitement entendu ?

Il semblerait même que ce nom propre résume dans ses usages, comme en anamorphose, quelques-unes des appropriations les plus spectaculaires de la commémoration de 1985, voire quelques-unes de ses pratiques. Nous nous attacherons ici, à partir de l'article de Jean-Claude Fizaine déjà cité, à montrer comment dans les titres de presse le nom même de Victor Hugo peut devenir un support qui ne renvoie plus à son signifié mais à la commémoration elle-même, voire à des produits issus de la commémoration. Passant par toutes sortes d'assimilations que je vais tenter de décrire, le nom de Victor Hugo devient finalement une marque: cette évolution est le symptôme d'une évolution culturelle plus large, qui naît dans les années 1980. La politique de Jack Lang depuis 1981 est qualifiée par *Le Figaro* de "culture-gadget" (7/01/1985): nous avons à l'époque affaire à "une autre sorte d'événement, (...) peut-être moins anodin qu'il ne paraît, (...) l'intrusion des techniques publicitaires dans le domaine de la culture."<sup>12</sup> Définir et analyser une partie des appropriations de Hugo, par son nom, en 1985, permet sans doute à terme d'éclairer la question de sa mythification.

## I. Préalables méthodologiques. 1985 et le discours de la presse

Quelques rappels historiques s'imposent, ainsi qu'une brève mise au point méthodologique. En 1985, la Vème République célèbre le centenaire de la mort de Victor Hugo, comme l'ont fait avant elle la Troisième et la Quatrième en 1902, 1935 et 1952. Ces commémorations nationales trouvent leur origine dans les funérailles de 1885, comme dans les hommages et autres anniversaires du vivant de Hugo. Voilà officialisée en 1985 la gloire de Victor Hugo : Pierre Georgel et l'ensemble de ses collaborateurs l'ont analysée dans l'imposant catalogue de l'exposition du même nom<sup>13</sup> au moment même où l'Etat décidait, comme jamais auparavant, d'inciter tous les Français à célébrer l'auteur. La plupart des bilans<sup>14</sup> de ce qui a été décrété officiellement "l'année Hugo" soulignent l'abondance des manifestations, qui mobilisent toutes les institutions culturelles et prennent des formes très variées. L'édition - comment ne pas rappeler ici la parution des œuvres complètes chez Bouquins -, le théâtre, les musées, les bibliothèques municipales, les écoles et les entreprises, comme les centres culturels

---

<sup>12</sup>*Id, op. cit.*, p. 5.

<sup>13</sup>Présentée comme une exposition "sur" la gloire de Hugo, et non "à" sa gloire, elle a eu lieu du 1er octobre 1985 au 6 janvier 1986 au Grand Palais.

<sup>14</sup>: Nous ne citerons ici que Jean-Claude Fizaine dans le domaine de l'histoire culturelle et de la critique littéraire, Marie-Christine Bellosta et Jacques Seebacher dans le domaine de l'histoire littéraire (respectivement dans *Universalia*, Editions Encyclopedia Universalis, 1986: "Histoire littéraire: Victor Hugo et la mémoire républicaine" et "Histoire littéraire: les styles de Victor Hugo"), Ségolène Le Men dans le domaine muséographique ("Post-scriptum à l'année Hugo", *Revue de la Bibliothèque nationale*, n°23, printemps 1987, pp. 41-55) et Jean Gaudon dans le domaine politique ("Une rose rouge pour Victor Hugo," *Berenice*, n°17, 1986, pp. 3-11).

rendent hommage d'une manière ou d'une autre à Victor Hugo, à Paris et aussi, avec un enthousiasme et un suivi jamais vus pour une commémoration littéraire, en province. Mais ces mêmes bilans insistent sur l'absence d'intervention officielle pour fixer une image de Hugo et donner un sens précis à son nom. Je cite Jean-Claude Fizaine:

"L'innovation majeure était cette stratégie du vide, inédite pour une commémoration, et bien davantage encore pour Hugo! En renvoyant la balle au public, en s'abstenant d'associer quelque contenu que ce soit au nom de Hugo, les représentants de l'Etat renonçaient au rôle de premier plan qui est traditionnellement le leur dans la liturgie d'une commémoration."<sup>15</sup>.

Cette tâche est laissée aux médias, auteurs du discours de et sur la commémoration, et aux acteurs de cette commémoration, universitaires, membres du Comité national Victor Hugo, gens de théâtre ou élus municipaux qui décident du contenu du nom de Hugo en privilégiant telle ou telle pièce à monter ou telle ou telle partie de sa vie à exposer. Une évidence semble être à l'origine de cet abandon aux individus, aux associations et aux collectivités locales: Hugo appartient de plein pied à la culture française et républicaine et en cela peut être réapproprié par tous. Symbole de la liberté individuelle et symbole d'un certain pouvoir populaire, il est élevé, en 1985, par les médias et par l'Etat, au rang de "phénomène culturel"<sup>16</sup>. Il faut entendre "phénomène" ici comme à la fois ce qui apparaît en 1985 grâce à Hugo (les innovations culturelles, par exemple) et cette apparition de Hugo lui-même, à travers tous les supports de la commémoration, "monstre" qui montre par ailleurs un certain état culturel de notre société.

C'est par le biais du discours journalistique que nous tenterons ici de cerner la signification de Victor Hugo en 1985, construite autour de son nom et de ses usages. Ce type de discours est au moins depuis Greimas et Barthes considéré comme producteur d'idéologie<sup>17</sup>, dont il est possible de faire une analyse sémiotique. Parce que la presse établit le rapport entre la sphère politique et institutionnelle et la société civile, elle constitue un lieu idéal d'étude du centenaire de la mort de Victor Hugo. A partir de l'ensemble des coupures de presse se rapportant à l'année Victor Hugo, sélectionnées au jour le jour en 1985 par l'Argus de la Presse pour le compte du Comité national, dans la presse écrite nationale et régionale, quotidienne et mensuelle, nous avons retenu un certain nombre de titres de journaux représentatifs à la fois de la division politique spécifiquement française entre droite et gauche et de la dichotomie entre Paris et province. Cette étude, limitée à la presse quotidienne, sera menée à partir de quatre journaux parisiens de tendance idéologique différente : *Le Monde*, *l'Humanité*, *Libération* et *le Figaro*<sup>18</sup> et de deux journaux régionaux parmi les plus représentatifs de leurs groupes de presse et les plus diffusés dans leurs régions, *Ouest France* et *l'Est républicain*. Ces deux titres régionaux ont l'avantage de couvrir des régions à forte valeur commémorative, car liées à la vie de Hugo, et où ont lieu en 1985 de très nombreuses manifestations : la Normandie et l'Est, en particulier Besançon, la ville natale. La presse présentant souvent un contenu stéréotypé et répétitif, nous avons établi dans le cadre de cette étude un choix selon la

---

<sup>15</sup>"Aspects d'un centenaire", *op. cit.*, p. 6.

<sup>16</sup>Ce terme apparaît par exemple dans la brochure *1985, année Hugo*, éditée par le Comité national Victor Hugo sous l'égide du Ministère de la Culture (janvier 1985), p. 13.

<sup>17</sup>Voir Gérard Imbert, *Le discours du journal El País*, CNRS, Paris, 1988, introduction.

<sup>18</sup>Quelques numéros de *l'Humanité dimanche* et du *Figaro magazine* compléteront le corpus.

méthode de l'échantillonnage aléatoire<sup>19</sup> : ainsi a été constitué un nouveau corpus de travail comportant 359 articles de janvier à décembre 1985, la répartition étant à peu près équilibrée entre Paris et province, tout en reproduisant la forte représentation de la presse locale sur l'année (41,2% pour les nationaux, soit 148 articles et 58,8% pour les régionaux, soit 211<sup>20</sup>). Cette étude sera d'autre part limitée aux titres des articles comportant au moins le nom de "Victor Hugo" en entier ou décliné sous la forme "Victor" ou "Hugo", ainsi que les diminutifs "Totor" ou "Toto". Le choix des seuls titres s'impose ici compte tenu de l'importance du contenu à analyser ; d'autre part, chaque titre a la caractéristique d'être un "condensé de l'information"<sup>21</sup> développé par l'article qui, par sa forme raccourcie, offre un très bon terrain d'étude. Il faut signaler ici que, par manque de temps et compte tenu de notre matériau (une "coupure" de presse comme son nom l'indique isolée de son contexte), nous laisserons de côté l'analyse de l'aspect typographique et spatial des titres pour privilégier leur contenu. La plupart des articles concernant le centenaire de la mort de Victor Hugo présentent comme attendu un titre avec son nom ou une de ses formes: 60% de la presse nationale contre plus de 70% de la presse locale. La presse locale semble utiliser davantage le nom de Hugo en entier, alors que la presse nationale titre sur "Hugo" ou un de ses diminutifs: ainsi, le nom "Victor Hugo" apparaît au total dans 59% des titres de *Ouest France* et 74,5% de ceux de *L'Est républicain* contre seulement 35% de ceux du *Monde* . En revanche, dans ce même journal, le patronyme "Hugo" apparaît dans 53% des articles. La même proportion se retrouve dans *La Croix* ( 27% pour "Victor Hugo" et 63% pour "Hugo"). Cette pratique, qui ne fait subir aucune distorsion au nom même de Hugo mais le restitue dans son intégralité, peut être considérée comme une marque de respect, au même titre que "Monsieur Hugo" en toutes lettres, plus ostentatoire, qui apparaît une fois dans *Ouest France* le 15 mars: " Avez-vous vu Monsieur Hugo? ". *Libération* ne présente aucun titre avec le nom complet dans notre corpus; qu'en conclure? Le nom propre complet imposerait-il en soi une certaine distance que les journaux comme *Libération* tentent de diminuer par l'utilisation des diminutifs (on relève une occurrence de "Toto"<sup>22</sup>)? Ou bien les journaux parisiens veulent-ils se présenter comme proches de Hugo, au moins géographiquement, ou encore comme complices avec le lecteur, sans être dupes ni de sa popularité ni de la commémoration ? *Le Figaro* titre le 3 mai: "L'inépuisable Totor". Le seul prénom "Victor" apparaît assez rarement : 5 fois dans la presse parisienne (dont 2 fois dans *l'Humanité dimanche*), contre 4 fois dans la presse locale (dont 3 fois dans *Ouest France*). Nous analyserons plus loin la signification du choix de ces appellations. Nous pouvons cependant tout de suite émettre quelques hypothèses.

L'analyse de la presse de 1985, qui devrait permettre de mesurer quelque peu cette présence et cette popularité de Hugo, ouvre la voie à une nouvelle forme d'étude de réception, qui ne concernerait plus l'œuvre

---

<sup>19</sup>Telle que la développe Jean de Bonville dans *L'analyse de contenu des médias: de la problématique au traitement statistique*, De Boeck et Lancier, Paris, 2000.

<sup>20</sup>Sur 359 articles, 148 appartiennent à la presse nationale (*Le Monde*: 29, *Libération*: 9, *Le Figaro* (y compris le magazine): 64; *l'Humanité* (et *dimanche*) : 29; *La Croix*: 17) et 211 à la presse locale (*Est Républicain*: 112 et *Ouest France*: 99).

<sup>21</sup>L'expression est de Maurice Mouillaud, "Le Journal: un texte sous tensions", *Cahiers de textologie, Textologie du journal*, textes réunis par Pierre Réat, Minard, Paris, 1990, pp. 141-155.

<sup>22</sup>*Libération*, 20/04/1985, sur-titre "Toto", titre "Hugo, c'est rigolo".

mais l'auteur lui-même, en tant qu'il est un mythe *via* son nom. D'autre part, définir dans le champ médiatique la place du nom de Victor Hugo revient à poser d'emblée la question de la figure de l'auteur, qui d'une part se détermine par rapport à son œuvre et d'autre part détermine le discours du journaliste, cette fois-ci en tant qu'*auctoritas*. La présence en titre du nom de cette figure auctoriale, si puissamment créatrice, renvoie implicitement à la signature de l'auteur de l'article: se joue alors peut-être une forme d'identification, où le journaliste peut endosser les compétences et le prestige de Hugo. Une des autres hypothèses possibles est la suivante: en 1985, Victor Hugo ne semble plus se déterminer seulement par rapport à lui-même ou à son œuvre, mais par rapport à un univers culturel commun au journaliste et au public, qui dépasse son œuvre tout en l'incluant. Le Hugo de 1985 ne se contente pas d'être un grand-père de la Nation et de la culture française, irrémédiablement lié à la Troisième République, il devient un référent commun, non seulement objet de la commémoration mais également objet culturel en acte. Sa popularité déborde en effet le littéraire, le politique et même le biographique ; le "moi multiple" de Victor Hugo semble avoir trouvé en 1985 sa réalisation limite, au moment même où il est défini en particulier par Anne Ubersfeld et Guy Rosa<sup>23</sup>. Ainsi, cette identité individuelle permet différents types d'identifications, du lecteur au journaliste, et à l'acteur de la commémoration.

Le nom de Victor Hugo, qui fonde son identité, semble appartenir au mythe républicain autant que Hugo lui-même, avant d'être un objet culturel. Nous entendons "objet culturel" dans le sens où ce nom s'objective jusqu'à devenir un produit, par les différentes manipulations du discours de la presse, qui trouvent leur origine à la fois dans la forme même de ce nom et les utilisations que Hugo a pu en faire.

## II. Le nom sonore et éclatant: manipulations hugoliennes.

Le nom même de Victor Hugo est un nom qui se prête aux réappropriations dans son signifiant même, en ce qu'il est poétique et populaire. Les quatre syllabes de ce nom sont entrées dans les mémoires, et ce pour au moins deux raisons : une raison sociologique et une raison phonétique. Le "kléos" grec ou la "fama" latine insistent sur l'impact sonore du nom colporté par la rumeur publique, volant de bouche à oreille. La gloire se mesure à cet indice. En 1952, dans le numéro spécial d'*Europe* consacré à Hugo, Aragon insiste sur le chant de son nom:

"Ecoutez, dans cette harpe éolienne, ce que dit la brise en passant! Partout, ce qui chante en cette aurore de l'an 52, c'est le nom, la musique et le cœur de Victor Hugo!"<sup>24</sup>

Car ce nom est à la fois sonore et poétique : il a la particularité de fonctionner en assonance d'un [o] à l'autre, en variations régulières des timbres vocaliques, du [i] au [u], enfin en rythme, de deux syllabes à deux autres, est. Les rimes vocaliques assurent la clôture de ce nom propre, qui semble se suffire à lui-même: tout est dit et ne pourrait être mieux dit; la liaison que permet la liquide finale du prénom et le "h" initial du nom

<sup>23</sup>Respectivement dans *Paroles de Hugo*, Messidor/Editions sociales, Paris, 1985 et dans "Du moi-je au mage: individu et sujet dans le romantisme et chez Victor Hugo", *Hugo le fabuleux*, Seghers, Paris, 1985, pp. 267-285.

<sup>24</sup>"Hugo vivant", *Europe*, février-mars 1952, pp. 239-245, p. 244. Il s'agit du discours qu'Aragon a prononcé le 1er mars 1952 devant le Comité national des Ecrivains, sous l'auspice du Comité Victor Hugo.

compose un tout phonique. D'où la création du syntagme syncopé "Victorugo" de Boris Vian ou de la forme "Torugo", crase doublée d'une aphérèse, aux consonances toutes oulipiennes. La résonance de ce nom propre permet des rimes en [o]: en janvier 1985, *Le Monde* titre "Hugo dans le métro" ou *L'Humanité* "Hugo en métro"<sup>25</sup>. *Libération*, fidèle à son style, titre "Hugo à gogo" ou "Hugo, c'est rigolo"<sup>26</sup>. Cette courte mélodie en quatre phonèmes devient même la quintessence du nom de l'auteur, auquel renvoie par exemple le nom parodique transparent de "Victore Huguette", qui apparaît dans le titre du spectacle de la compagnie Itinéraire théâtral, *Victore Huguette en exil* joué en 1985. Point n'est besoin de rappeler ici que Victor Hugo n'est pas un faux nom, mais un nom véritable, qui a contribué en tant que tel à la gloire biographisante de Hugo même s'il lui a été donné de façon arbitraire<sup>27</sup>. Il est plus intéressant de remarquer qu'il pourrait être un pseudonyme par ses qualités d'euphonie, sa capacité à s'imprégner dans les mémoires et à fabriquer de la reconnaissance identitaire collective.

Car il s'agit là dans son signifiant même d'un nom populaire et français. Un Joris-Karl Huysmans semble avoir un nom réservé à une certaine élite. Son nom, en plus d'être étranger, est mystérieux et constitue un seuil à franchir, un "huis", pour atteindre le sens de son être<sup>28</sup>. Il est facile ensuite d'appliquer ce type de remarques à son œuvre. De même, les noms de Chateaubriand, Lamartine ou Musset connotent la noblesse et le dix-neuvième siècle, à cause de la particule (qu'elle soit présente ou absente) et de la longueur des patronymes. Le nom de Victor Hugo par sa forme même, deux syllabes du prénom plus deux syllabes du patronyme, se rapproche de la plupart des noms français du vingtième siècle<sup>29</sup>: par là peut s'expliquer en partie sa popularité transmoderne. On peut opposer à cette simplicité tout arbitraire le titre de Charles Péguy, qui développe le nom propre en "Victor-Marie, comte Hugo" de façon à ramener Hugo et son œuvre du côté du conservatisme. Victor Hugo porte, si l'on en croit l'adage *nomen omen*, un nom prédestiné à la popularité (républicaine si l'on veut) et un prénom à la réussite, selon son étymologie. Le nom de l'auteur serait ainsi générateur de texte et de destin, comme l'affirme Françoise Gaillard dans un article sur "Le nom du poète"<sup>30</sup>. Ne pourrait-on pas dire même que le nom de l'auteur est générateur, à un degré supérieur, de la lecture de son œuvre et de son destin ? Le patronyme Hugo est par ailleurs suffisamment peu répandu pour en faire un patronyme d'exception, qui définit une lignée d'exception. Selon Albert Dauzat dans *Les noms de famille en France*, "Hugo" est un nom d'origine germanique et sa racine "Hug-" signifie "intelligence, esprit". Tout d'abord il existe sous forme de prénom, puis, "calqué, il a donné le nom de famille de l'illustre poète", je cite<sup>31</sup>. La périphrase "l'illustre poète" est notable: le référent s'impose. Et le poète joue lui-même de la signification de son prénom - "le vainqueur" - par exemple dans *l'Art d'être grand-père* (I, IV): "Victor, sed victus", où l'opiniâtre résistant à l'Empire le cède à un enfant.

<sup>25</sup> Ces deux articles sont du 5 janvier.

<sup>26</sup> Respectivement, le 29 avril et le 20 avril.

<sup>27</sup> Sur l'arbitraire du nom propre, voir *La Pensée sauvage*, Claude Lévi-Strauss, Plon, Paris, 1962, ch. VI.

<sup>28</sup> C'est ce qu'explique Patrick Wald Larowski dans "Le faux Joris-Karl Huysmans", *La Chose capitale, essais sur les noms de Barthes, Barbey, Bloy, Borel, Huysmans, Maupaussant, Paulhan*, textes réunis et préparés par Philippe Bonnefis et Alain Buisine, Presses Universitaires de Lille, Lille, 1981, pp. 159-174.

<sup>29</sup> Les noms de famille les plus fréquents recensés par l'état civil en 1998 sont des noms à deux syllabes. Dans l'ordre, on trouve : Martin, Bernard, Moreau, Durand (source: *Quid* 1998, p. 1320).

<sup>30</sup> "Le nom du poète", 34 44, n° 7, 1980, pp. 37-43.

<sup>31</sup> Librairie Guénégaud, 3ème édition, Paris, 1988, p. 81.

Toutes les appropriations futures du nom de Hugo et tous ses changements de signification trouvent en effet leur origine et leur justification à la fois dans l'usage que celui-ci en fait et dans le don de son nom à l'humanité. Le premier à avoir joué des sonorités et des significations de son nom est Hugo lui-même, l'écrivant à satiété sur les murs et les meubles de Hauteville-House, signant des galets et des cartes de visite. Sa signature, marque de la présence de l'auteur, devient œuvre elle-même<sup>32</sup>. Le retour des initiales V.H., forme minimale de la présence du nom dans la presse, évoque ces lettres dessinées par l'auteur lui-même. Notre corpus en présente trois occurrences: *L'Est républicain* du 4 avril et *Libération* du 5 janvier et du 22 mai : "L'année V.H. est mal partie" et "L'effet Glapiou en V.H.", à propos de *Mille francs de récompense*. La pratique de la presse renvoie ici à la pratique de Hugo lui-même: non seulement il analyse ses initiales, le "h" devenant chaise ou cathédrale - la même chose finalement- mais il extrait des lettres de son nom pour en faire l'initiale de ceux de ses personnages. Selon Roger Bellet, Hugo sort de son nom la lettre "G", pour créer les noms de Gauvain, Gilliatt ou Gavroche<sup>33</sup>; de même, Jean Maurel commente en ce sens différentes parties du nom de Hugo<sup>34</sup>. Celui qui a écrit "*Nomen, numen, lumen*" (*Les Contemplations*, VI, 25) affirme sans relâche le pouvoir supra-humain du nom, comme du mot. Son intérêt pour l'onomastique est connu et a été beaucoup étudié en ce qui concerne ses romans, que l'on cite les travaux de Michel Grimaud<sup>35</sup> ou de Anne Ubersfeld<sup>36</sup>. Le travail d'écriture de Hugo semble donc se jouer entre son nom propre et le nom de ses personnages<sup>37</sup>. Une circulation s'effectue alors entre les sonorités, de Hugo à Homère-Hogu. Le nom de Hugo, parce que celui-ci lui ressemble et l'exprime, deviendrait-il celui d'un de ses personnages ? On se souvient que dans *les Misérables*, sur le champ de bataille de Waterloo, apparaît un bourgeois nommé Hugo.

La pulvérisation du nom de l'auteur dans la création littéraire, dans les romans, est concrètement doublée par le don historique, daté, du nom, au peuple : "Je donne mon nom à qui veut s'en servir pour la liberté." Cette phrase, citée par *Le Soir* du 30 janvier 1985, fonde et rend possibles les appropriations politiques successives du nom de Hugo. Chargé de valeurs républicaines et laïques au même titre que le nom de Jules Ferry, à qui il est souvent associé<sup>38</sup>, il devient un symbole national, l'indice et le garant des droits de l'homme. Je cite Marie-Christine Bellosta:

<sup>32</sup>Voir la thèse de Delphine Gleizes, *Le texte et ses images, les illustrations des Travailleurs de la Mer*, Université de Paris VII, 1999, tome I, pp. 289-292.

<sup>33</sup>"Le G majuscule dans l'onomastique hugolienne", *G comme Hugo*, textes réunis par Antoine Court et Roger Bellet, Cierec, Université de Saint-Étienne, Saint-Étienne, 1987, pp. 9-16.

<sup>34</sup>"L'alphabet alphabète ou Victor Hugo de A à Z (idéologie et idéographie)", *La Nouvelle Critique*, Littérature et idéologies, colloque de Cluny II, 39 bis, 1970, Paris, pp. 101-115.

<sup>35</sup>"De Victor Hugo à Homère-Hogu. L'onomastique des *Misérables*.", *L'Esprit créateur*, vol. 16, n°3, automne 1976, pp. 220-230.

<sup>36</sup>"Nommer la misère", *Victor Hugo / les Misérables*, Klincksieck, Paris, 1995, p. 114-126.

<sup>37</sup>Voici ce qu'en dit Hugo dans un fragment de *Post-scriptum de ma vie*:

"On ne remarque pas assez que le poète de génie seul sait superposer à ses créations des noms qui leur ressemblent et qui les expriment. Un nom doit être une figure. Le poète qui ne sait pas cela ne sait rien."(cité par Michel Grimaud, *op. cit.*, p. 221).

<sup>38</sup>Voir le titre de *L'Est républicain* du 22 mai: "Deux "invités" au Conseil municipal: Victor Hugo et Jules Ferry".



"C'est évidemment à sa protestation, qui dura vingt ans, contre la dictature de Louis-Napoléon Bonaparte que Victor Hugo dut d'apparaître comme le symbole de la légitimité républicaine."<sup>39</sup>

Mieux que ça, proférer son nom est un acte de résistance: "Dire mon nom, c'est protester ; dire mon nom, c'est nier le despotisme; dire mon nom, c'est affirmer la liberté."<sup>40</sup> Cette puissance performative du nom de Hugo se double du pouvoir de sa signature même, qui apparaît dans les nombreuses lettres de soutien aux peuples opprimés, des Mexicains aux Polonais, envoyées depuis son exil et très fréquemment citées dans la presse de 1985. Ainsi aux Mexicains en 1863, Hugo écrit: "Combattez, lutez, soyez terribles. Et si vous croyez mon nom bon à quelque chose, servez-vous-en."<sup>41</sup> Cette image du Hugo de l'exil, combattant républicain et défenseur des droits de l'homme, au nom chargé de valeurs politiques, a été reprise et développée dans l'exposition organisée par le Comité national, "Grandes œuvres, grandes causes". Cette exposition, sous forme d'affiches, a été achetée par 239 villes de France<sup>42</sup>, ce qui prouve l'importance en 1985 de la diffusion de cette image de Hugo.

Le public, lecteur de Hugo ou de la presse, a ainsi reçu et utilisé ce nom, chargé de ces valeurs politiques et populaires, jusqu'à se l'approprier.

### III. Appropriations journalistiques: décatégorisations et déplacements de signification du nom de Hugo

Chaque mention du nom propre dans le titre d'un article, sous sa forme la plus répandue de Hugo ou de Victor Hugo, possède de nombreuses significations et des fonctions spécifiques. En tant qu'élément du titre, ce nom annonce une information qui se déploie dans le contenu de l'article. Le lecteur s'attend ainsi à un certain développement rédactionnel: en position de titre, le nom même de Victor Hugo semble résumer les caractéristiques principales de la commémoration de 1985. Car tout nom propre est en soi une commémoration si l'on en croit Joël Clerget dans *le Nom et la Nomination*<sup>43</sup>. En suivant les analyses de Mona Ozouf<sup>44</sup>, je distinguerai ici trois buts caractérisant les pratiques commémoratives, qui mettent en jeu trois types de temporalité: faire connaître l'objet commémoré, qui appartient au passé (c'est-à-dire le découvrir ou le redécouvrir), le rendre présent en abolissant la distance temporelle (comme la première commémoration, l'eucharistie chrétienne, rend présent), enfin l'ouvrir sur l'avenir. En effet, chaque reprise en titre du nom de Victor Hugo, en lui-même commémoration, participe au développement de la connaissance de l'homme et de l'auteur, indissociables. La répétition de son nom constitue une tentative minimum de circonscription du sens qu'il recouvre et que l'article doit expliciter, selon l'attente du lecteur, par exemple en rappelant une partie de sa

<sup>39</sup>"Histoire littéraire: Victor Hugo et la mémoire républicaine", *op. cit.*, p. 434.

<sup>40</sup>Cité par P. Georgel, *La gloire de Victor Hugo*, *op. cit.*, p. 91.

<sup>41</sup>"La guerre du Mexique", *Actes et Paroles II*, pendant l'exil, 1852-1870, *Œuvres complètes*, Politique, Collection Bouquins, Editions Robert Laffont, Paris, 1985, p. 558.

<sup>42</sup>Chiffre établi en décembre 1984, selon la brochure *1985, année Hugo*.

<sup>43</sup>*Le nom et la nomination: source, sens et pouvoirs*, sous la direction de Joël Clerget, Erès, Paris, 1990.

<sup>44</sup>"Hier et aujourd'hui", *La Mémoire des Français. Quarante ans de commémorations de la Seconde Guerre mondiale*, Institut d'Etude du Temps Présent, Editions du CNRS, Paris, 1986, pp. 17-23.

vie ou en recensant les nouvelles éditions de et sur l'auteur. La mention "Victor Hugo" dans le titre ouvre d'un côté sur le passé, vie ou œuvre, et d'un autre sur le présent de la commémoration, son "actualité". D'autre part, chaque reprise de son nom, tel quel ou détourné, diminué, manipulé, participe à sa popularité et actualise sa gloire. Le mythe que Victor Hugo a contribué à créer autour de son nom est prolongé et réactualisé en 1985. Comme l'affirme Lévi-Strauss dans *Anthropologie structurale*, chaque version du mythe appartient encore au mythe<sup>45</sup>. La réactualisation de Hugo par son nom se joue sur un plan affectif comme la commémoration elle-même. Mais elle peut avoir des fonctions plus concrètes.

On peut dire que, comme la reprise de son nom, chaque reprise d'une pièce de théâtre est une réactualisation de l'œuvre, qui devient contemporaine à son public dans la simultanéité de la représentation<sup>46</sup>. Le nom de Hugo par un raccourci pratique et très utilisé, mais ô combien révélateur, se confond ainsi avec son œuvre, écrite ou dessinée. L'absence de mention du nom de Hugo dans deux titres le prouve *a contrario*: que l'on considère celui de *L'Est républicain* du 2 mai ("Au musée des Beaux-arts: dessins et souvenirs") ou celui de *L'Humanité dimanche* du 17 mai, "L'art d'être centenaire", qui en parodiant l'œuvre renvoie à l'homme, on s'aperçoit que "Victor Hugo" est l'implicite de ces titres. Quand *Ouest France* titre: "Victor Hugo à l'Espace 44"<sup>47</sup>, la confusion est à nouveau totale entre homme et œuvre. Le contenu de l'article révèle ensuite qu'il est question de la reprise d'*Angelo, tyran de Padoue*. Ce titre porte en lui également le fantasme de la présence de l'auteur, comme un mort revenu assister à sa propre commémoration: le succès de la pièce tirée de *Notre-Dame de Paris* de Hossein était en partie dû à l'apparition à la fin d'un acteur jouant Hugo. Quelques exemples, sur de très nombreuses occurrences, suffiront: un titre de *Ouest France*: "Hugo ressuscité"<sup>48</sup> ou de *L'Est républicain*, "Hugo, légende vivante"<sup>49</sup>. Le seul fait de mentionner ce nom revient à évoquer Victor Hugo, au sens étymologique, à le faire resurgir par la simple magie du nom propre et par le jeu de l'énonciation. Les nombreux titres d'article sur le modèle de "Victor Hugo à Nantes", "Victor Hugo au Pays Dolois" ou encore "Deux "invités" au Conseil municipal: Jules Ferry et Victor Hugo"<sup>50</sup> expriment le souhait de cette présence. Ce phénomène n'apparaît que dans la presse régionale: l'appel au grand homme sert à la construction de l'identité culturelle locale, au moment même de la mise en place de la décentralisation. Ces titres rappellent souvent le voyage passé du grand homme, qui gratifia de sa visite telle ou telle ville, mais introduisent aussi le discours commémoratif actuel sur cette visite, conférence ou exposition. Le rappel du passé se double de l'annonce de l'événement culturel local: le prestige circule. La traditionnelle visite au grand homme devient visite du grand homme mais conserve la même fonction de translation de l'inspiration et de la gloire, qui rejaillit sur le visité. D'autre part, l'ombre du grand homme est encore souvent matériellement présente, ne serait-ce que par la plaque commémorative.

---

<sup>45</sup> Plon, Paris, 1958, chapitre XI, "La structure des mythes".

<sup>46</sup>La brochure *1985, année Hugo* dénombre 47 pièces de théâtre dans toute la France. L'analyse de la presse prouve qu'elle n'est pas exhaustive : il faut considérer ce chiffre à la hausse.

<sup>47</sup>17/01/1985.

<sup>48</sup>5/03/1985.

<sup>49</sup>17/03/1985.

<sup>50</sup>*Ouest France* (22 janvier, 4 février et 18 mai) pour le premier, *Ouest France* (29 juillet) pour le second et enfin *L'Est républicain* (22 mai).

Si le lecteur ou le public identifie ainsi Victor Hugo à son œuvre et à sa vie, un déplacement d'identification a lieu entre le journaliste auteur de l'article et son objet. Comme les biographes, le journaliste, pour peu qu'il apprécie ou déteste Victor Hugo, écrit souvent comme lui. Truffés de citations et de jeux de mots sur les titres de Hugo, les articles sont parfois très hugoliens. Ainsi, Jean Théfaine, journaliste à *Ouest France*, publie un article le 20 juillet intitulé "Le marchand de crevettes n'a pas aimé Victor Hugo". Le nom de Hugo renvoie ici à son œuvre poétique, déclamée dans les rues par l'auteur de l'article, déguisé en Javert. L'auteur se réapproprie non seulement le personnage mais l'œuvre, en citant de façon parodique de nombreux extraits. La fausse interview de Hugo, qui consiste en un collage de citations, est également un procédé journalistique très utilisé en 1985: pour preuve, dans notre corpus l'article de *L'Humanité dimanche* du 15 mars: "Questions au téléphone à Victor". Ici, le renvoi à l'auteur par son prénom réalise la proximité énonciative que permet le téléphone, tout en désacralisant Hugo.

"Victor" tout seul ou ses diminutifs, "Totor" ou "Toto" sont les autres formes nominales récurrentes qui renvoient à Victor Hugo dans la presse de 1985 : elles ont surtout une fonction de désacralisation. Par rapport au nom complet, ces dénominations relèvent à la fois de la famille et du familier. Le prénom permet de différencier Victor par rapport à sa lignée, car, dans notre corpus, le patronyme "Hugo" ne renvoie pas toujours à Victor, mais à la famille Hugo, contemporaine, qui est fêtée au complet par une exposition au musée Borély à Marseille. Cette exposition, "Une famille, les Hugo", constitue une des originalités du centenaire de Hugo si on le compare aux commémorations de Chateaubriand ou de Balzac. Sur cette lignée, l'on retient le prénom du grand ancêtre, garant et représentant le plus achevé du talent de cette famille, que tous partagent, comme le nom. *L'Est républicain* titre le 24 mars: "Avec le centenaire de Victor: la saga des Hugo", de même que *Le Monde* le 29 mars: "Victor ou les enfants au miroir". Le choix du prénom a ici une fonction précise de distinction et de singularisation par rapport à la famille, il contribue aussi au rapprochement entre l'auteur de l'article et le lecteur, dans l'intime voire dans la familiarité. S'autorisant de la biographie de Hugo et de la connaissance que sont supposés en avoir les lecteurs, en particulier en 1985, les journalistes peuvent titrer de façon allusive. Car les très nombreuses biographies qui paraissent en 1985 ainsi que la correspondance avec Juliette Drouet expliquent la présence du prénom et de ces hypocoristiques. L'impression de familiarité a une fonction de lien implicite, d'une part entre l'auteur de l'article et Hugo, qui montre ainsi sa proximité avec une grande figure créatrice, et entre l'auteur et le lecteur, sur le mode de la complicité. Ce n'est pas un hasard si la presse écrite redécouvre, ou plus exactement, fait redécouvrir le Hugo des *Choses vues*, qualifié de "journaliste": la référence au grand auteur est un argument d'autorité au sens plein qui permet aux journalistes de 1985 de partager sa gloire littéraire et de légitimer leur métier. Il semble que les rapports étroits entre la presse et la littérature qui caractérisent le dix-neuvième siècle ont été un peu oubliés. Le 27 mars 1985, dans un article de *L'Est républicain*, la référence à Hugo fait partie intégrante de l'argumentaire revendicatif des journalistes de l'écrit face à ceux de l'audiovisuel.

D'autre part, Hugo, davantage qu'un référent culturel, (re)devient un homme, un familier dont on peut parler familièrement. Ces diminutifs, de caractère enfantin ou amoureux, permettent à Victor Hugo d'entrer dans la sphère privée: l'appropriation circule entre la mémoire collective et une mémoire familiale voire individuelle. Hugo n'est-il pas à la fois le poète amoureux et l'auteur de *l'Art d'être grand-père* ? Une autre appellation comme

"le père Hugo" (*Le Monde*, 27/04/1985) est à interpréter dans un sens identique: Hugo appartient à notre famille. De là s'opère facilement un glissement: Hugo "nous" appartient; il appartient à une famille supérieure, la famille française, c'est-à-dire la Nation. Il contribue même à la définir. Ces dénominations familiales et familières changent le statut de Hugo : il devient un être humain moins imposant que sa légende, dans une proximité linguistique et temporelle, interpellé dans la simultanéité de l'énonciation par l'auteur de l'article; d'autre part, parce qu'il est "déboulonné", il est celui que l'on peut invectiver. D'où le fait que les articles qui titrent sur son prénom ou son diminutif sont souvent des brûlots anti-Hugo: *Libération* abuse de ce procédé en utilisant ce que Marc Martin a appelé une "rhétorique de la désinvolture"<sup>51</sup>.

Le nom propre "Victor Hugo" ou "Hugo" est approprié non seulement par le public et par le journaliste, mais au sens propre par la langue elle-même. Dans certains cas, il change de catégorie grammaticale, le plus souvent par dérivation impropre. Ce nom prédestiné au génie et à la popularité, nous l'avons vu, devient, par antonomase, un nom commun: notre corpus présente une occurrence de cette dérivation, le titre de *L'Humanité* du 20 mars : "Des Hugos multiples". L'accord au pluriel décatégorise le nom propre : le signe de cette appropriation est la conservation de la majuscule. Plus répandue dans notre corpus, et en particulier dans la presse régionale, une autre dérivation caractérise les titres de presse de 1985 lorsque le nom de Hugo est lié à la commémoration en tant que telle (l'année) et à une de ses manifestations les plus courantes, l'exposition. L'emploi par juxtaposition de "Hugo" ou "Victor Hugo" d'une part avec "Exposition" ou "l'exposition" et d'autre part avec "Année" ou "L'année" provoque un changement de catégorie du nom propre lui-même, voire un changement de sa signification. *Ouest France* présente 12% de titres où Hugo et exposition sont liés et *L'Est républicain* 14,5%: cette forme de titre est la plus représentée avec "l'année Hugo", respectivement 8,6% et 14,5%. Ici, le nom propre précise un contenu de l'exposition, qui est la vie et l'œuvre : dans *Ouest France* 2 occurrences sur 93 présentent de façon grammaticalement correcte la conjonction "sur" entre "exposition" et "Hugo". Cette forme asyndétique, propre aux titres de journaux, opère une translation en transformant le nom propre en adjectif. La même translation s'opère dans le raccourci de *Ouest France*, "Mode Hugo"<sup>52</sup>, où "Hugo" signifie "à la Hugo": le nom propre est alors adverbialisé. Dans le cas où "Hugo" qualifie une année, il s'agit également d'un contenu, qui est le fait commémoratif lui-même : "Hugo" est un raccourci, mis à la place de la proposition relative "où l'on célèbre le centenaire de la mort de Hugo". Ce qui est au début de l'année considéré comme un événement parmi tant d'autres (le lancement de la commémoration début janvier) lié à l'actualité et par là éphémère, acquiert un statut de référence, comme l'indique la transformation de ce groupe nominal dans *L'Est républicain* de "1985: année Hugo" le 11 mars à "Dans le cadre de l'année Hugo" le 23 mars. L'adjonction de l'article défini montre le passage à un référent connu: dire "Hugo" revient à dire "centenaire de sa mort" puis "1985". Un mois ou une semaine peuvent aussi être mis sous le signe de Hugo (*Ouest France*, 27/08/1985: "Septembre à Lisieux: le mois Victor Hugo").

---

<sup>51</sup>*Libération* "invente (...) un style neuf - "écrit-parlé", mis au service d'un journalisme d'humeur" dit Marc Martin dans *Les médias et les journalistes de la République*, Editions Odile Jacob, Paris, 1997, p. 363.

<sup>52</sup>15/02/1985.

Ces décatégorisations grammaticales, dues aux raccourcis qui caractérisent le style journalistique, se doublent d'un déplacement du nom de Victor Hugo dans l'"aire scripturale" de la page du journal (Jean Peytard<sup>53</sup>). Le nom de Victor Hugo, lorsqu'il est lié à la commémoration, devient peu à peu un titre de rubrique et passe du statut informationnel au statut référentiel. On peut citer ici les nombreuses rubriques (et non plus les titres) qui apparaissent durant l'année même de 1985 intitulées "Année Hugo", ou de façon plus irrévérencieuse dans *Libération*, le sur-titre "C'est Hugo qu'on commémore"<sup>54</sup>. L'analyse de numéros successifs de *l'Est Républicain* ayant pour titre "Hugo, un siècle, une légende" montre comment cette formule devient un titre de rubrique, lorsqu'elle est à un moment donné présentée dans un encadré. La première mention de ce titre date du 24 février; il est repris en sur-titre les 7, 8 et 23 mars, date qui le signale comme titre de l'exposition de Besançon. La rubrique est définitivement établie le 14 mai: le titre est alors encadré et augmenté d'un dessin représentant Hugo barbu appuyé sur ses œuvres. Le 29 mai, le journal commente cette création en révélant qui en est l'auteur: Bernard Jacques, dessinateur au service de publicité. Le nom de Victor Hugo, lié à un "siècle" entier, traverse le temps de la commémoration de 1985 en introduisant une série d'articles qui s'y rapportent. Il appartient également alors tout autant à la vie locale: la ville de Besançon en rappelant la gloire de Hugo (sa "légende") ne cesse de faire référence à la sienne en finalement s'auto-célébrant. Ces "titres-rubriques" ont la particularité d'être présents d'un numéro du journal à l'autre; ils ont par ailleurs une fonction de cadrage, comme l'explique Maurice Mouillaud<sup>55</sup>. Le nom de Victor Hugo acquiert ainsi non seulement le caractère de référence de tout titre de rubrique mais aussi de permanence. Cette évolution montre en outre qu'il faut comprendre l'année Hugo de façon extensive et non intensive, comme un processus et non comme un événement. La commémoration semble s'auto-engendrer, comme le prouvent les décisions culturelles municipales qui sont encore prises à la fin de l'année. La gloire appelle la gloire. En 1985, dire "Hugo" c'est donc dire "commémoré", sinon "commémorer" (le verbe), acte que réalisent le ou les articles sous la rubrique "Hugo" ou "Année Hugo". L'acte minimum de commémoration est la citation de son nom. A l'inverse, dire "1985" revient à dire "Hugo": l'adéquation est totale entre l'espace-temps et son contenu idéologique. D'où les multiples plaintes à propos de tous les autres écrivains oubliés de l'année, Vallès, Mauriac ou Ronsard. Un point limite est atteint dans l'assimilation entre la commémoration de Hugo et l'année 1985 lorsqu'à tout propos le nom de Hugo ou la référence à son œuvre envahissent des articles qui *a priori* n'ont pas Hugo pour sujet. Ainsi, la rigueur de l'hiver de 1985 donne lieu à des renvois aux *Misérables*, seulement justifiés par l'année Hugo. L'évolution de la rubrique "Hugo, un siècle, une légende" de *l'Est Républicain* montre également l'intérêt que les journalistes portent à Hugo en tant que support publicitaire: l'accroche du slogan tout comme le dessin permettent la fidélisation des lecteurs à la rubrique, qui est repérable et reconnue. Hugo devient un point de repère dans la vie locale en même temps qu'il devient une marque.

En plus d'être un référent poétique ou politique, ou encore le titre d'une rubrique, le nom de Victor Hugo devient de façon très généralisée en 1985 non seulement la marque de l'auteur (au sens de sa signature)

---

<sup>53</sup>"Lecture(s) d'une "aire scripturale": la page de journal", *Langue française*, 28 décembre 1975, pp. 39-59.

<sup>54</sup> 1/02/1985.

<sup>55</sup> "Le Journal: un texte sous tension", *op. cit.*

mais une marque. *La gloire de Victor Hugo* recense une grande partie des objets ou des produits Victor Hugo, nés dès le 19<sup>ème</sup> siècle. Le "t-Shirt "Victor Hugo"" - titre de *L'Est républicain* du 5 janvier - ne renvoie ni à l'homme ni à l'oeuvre, mais à la commémoration elle-même. En effet, ce dérivé commercial fait partie de la campagne "Hugo, c'est géant" (ce slogan est imprimé sur le t-shirt), en partenariat avec les Géant Casino, sur décision du Ministère de la Culture. Hugo est alors assimilé à une marque de grands magasins et à l'inverse la marque profite du prestige exceptionnel de Hugo. Car en 1985, et c'est sans doute là une de ses originalités, la marque Victor Hugo s'étend à des biens immatériels. Ce déplacement du nom à la marque est rendu possible par la capacité sonore de ce nom propre, qui possède la faculté de s'imprégner dans les mémoires. Selon Joël Clerget, "la force sonore du nom propre a l'impact de l'image acoustique qu'il tient de son affinité à la marque, en tant que "désignation directe du signifiant" (Lacan)." <sup>56</sup>. D'autre part, les conditions socio-économique ont ainsi évolué qu'au moment même où l'on parle d'économie de la culture et d'"industries culturelles", il est tout à fait possible de faire du centenaire de la mort de Victor Hugo une utilisation commerciale. Ce centenaire offre en effet des opportunités à telle ou telle entreprise, non seulement en ce qui concerne leur(s) produit(s) mais aussi en ce qui concerne leur image. 1985 est l'année où Jack Lang décide d'encourager le mécénat privé: American Express ne s'y trompe pas, qui sponsorise l'exposition "La gloire de Victor Hugo" au Grand Palais. Hugo est considéré par la multinationale comme une valeur suffisamment sûre et prestigieuse pour qu'elle investisse sur lui. Car il semble qu'en 1985, Hugo et son nom soient devenus une valeur à fort potentiel économique: en ce sens, ils sont instrumentalisés. Cette instrumentalisation apparaît dans la création du label "Hugo" que délivre le Comité National Victor Hugo à certaines manifestations, la plupart du temps des spectacles, en même temps qu'une aide financière:

"Un label officiel de l'année Victor Hugo sera lancé auprès des media et des entreprises qui mettront en scène de manière actuelle le phénomène culturel Victor Hugo, en utilisant leur potentiel commercial." <sup>57</sup>

Le label, terme industriel en soi, est une marque qui garantit l'origine ou la qualité d'un produit: voir sa pièce de théâtre subventionnée et parrainée par l'institution à l'origine de la commémoration est un signe de reconnaissance important pour la compagnie qui la monte <sup>58</sup>. Ce label "officiel de l'année Victor Hugo", en réalité label du Comité National Victor Hugo prend la forme d'un logo qui mêle "Victor Hugo" et 85 en faisant coïncider les deux "o" et le "8". Hugo est ainsi identifié à son année commémorative et le label devient vite dans les médias le label "Victor Hugo". Le choix du nom tout court est révélateur de la valeur que contient le nom propre lui-même. Comme si Hugo en personne, comme il l'avait fait depuis l'exil, cautionnait par le don de son nom une partie de la commémoration et lui insufflait une dose de son prestige. Ce produit commémoratif serait ainsi aux normes "Victor Hugo", considéré comme assez scientifique et assez hugolien pour obtenir ce label. Son caractère d'actualité, le seul critère retenu, et cependant le plus difficile à définir, montre bien la volonté des commémorateurs de toucher un public "jeune", sans égards envers l'oeuvre. Le prestige et l'atemporalité de Hugo

---

<sup>56</sup>*Le nom et la nomination: source, sens et pouvoirs*, sous la direction de Joël Clerget, Erès, Paris, 1990, p. 47.

<sup>57</sup>Cette décision du Ministère de la Culture est publiée dans un encadré de la brochure *1985, année Victor Hugo*, citée, p. 13.

<sup>58</sup>Sur 47 compagnies recensées par la plaquette *1985, année Victor Hugo*, 25 ont reçu le label du Comité national.

garantissent la réussite commerciale, horizon tout aussi explicitement posé. Hugo, de chose publique, voire de bien commun, passe dans le domaine de la propriété industrielle publique (il est en quelque sorte nationalisé) puis dans le domaine de la propriété industrielle privée.

Un déplacement s'est opéré de label à logo: ce qui est la garantie de la marque devient la marque elle-même en ce qu'elle fait signe. *Libération* titre en page intérieure le 1er février: "Le centenaire du logo Hugo". L'assonance ne justifie pas à elle seule le choix de ce titre, qui ne s'explique qu'en partie par la ligne éditoriale de ce journal: ce titre est révélateur du passage dans le domaine publicitaire du nom de Hugo. Il faut souligner que le logo, en tant que symbole composé de signes graphiques, montre la capacité de ce nom propre à rester dans les mémoires. Cette capacité relève cependant davantage ici de la mémoire auditive que de la mémoire visuelle. Un descendant de Hugo, qui porte son nom, lance, pour redynamiser son entreprise en faillite, un stylo "Victor Hugo". *Le Figaro Magazine* du 2 mars invente un slogan-titre: "Les stylos Victor-Hugo, ça écrit bien".

Arrêtons-nous sur cette forme "Victor-Hugo", le nom auquel est adjoind le trait d'union : notre corpus la présente de façon récurrente en tant que toponyme pour qualifier une école<sup>59</sup> ou une rue. Cette transformation, correcte selon le Grévisse, peut qualifier aussi une marque comme ici. Mais lorsque ce groupe nominal se rapporte à une exposition ou à l'année 1985, la dérivation est absolument incorrecte. Les seules occurrences se trouvent dans la presse régionale : *Ouest France* en présente 5 et *L'Est républicain* 3. Cette négligence de la part des journalistes est-elle anecdotique ou symptomatique de la place du nom de Hugo dans notre langue ? De dérivations en dérivations, renvoyant à une rue, à une école, à une marque ou à l'année 1985, le nom de Hugo ne semble plus signifier ni homme du 19<sup>ème</sup> siècle ni œuvre. Peut-être effectivement, et à ce prix, est-il devenu un "lieu" au même titre que les établissements ou les voies qui portent son nom; mais il s'agit bien là d'un lieu de mémoire, collective et locale.

Le nom propre de Victor Hugo fonctionne donc comme un lieu de mémoire: d'une forme populaire et sonore à forte capacité mémorielle, il possède (peut-être de plus en plus profondément enfouies) des significations liées au 19<sup>ème</sup> siècle, à un homme et à une œuvre. Le lieu de mémoire est toujours un lieu d'identité, sur lequel se construit une identité nouvelle: l'identité collective, républicaine, qu'elle soit nationale ou locale, se reconnaît en Hugo comme en un symbole, incarné par son nom. Inséparable de l'image de la France comme Napoléon ou Charles de Gaulle, le nom même de Victor Hugo perd sans doute à cette apothéose une partie de ses significations. Mais, pour Hugo, cette perte de l'identité individuelle au profit du plus grand nombre engendre une renaissance, réalisée tout d'abord dans ses œuvres. Je ne conclurai pas de façon trop pessimiste ni trop optimiste: même si cette gloire éternelle ne concerne que le nom de Hugo, il fonctionne en 1985 comme un puissant vecteur d'identité à différents niveaux, idéologique, politique voire industriel. Mais de même que l'œuvre de Hugo est le fondement de sa gloire, la lecture de ses œuvres reste un horizon à atteindre, loin des

---

<sup>59</sup>Voir le titre de *Ouest France*, 27/05/1985, qui relie les deux commémorations : "Centenaire du groupe scolaire Victor-Hugo"

réutilisations de son nom, ou grâce à ces réutilisations. Laissons donc le mot de la fin au Don Salluste lucide de *Ruy Blas*: "La popularité ? c'est la gloire en gros sous."<sup>60</sup>.

Sandrine Raffin

---

<sup>60</sup>*Ruy Blas*, acte III, scène IV, *Œuvres complètes*, Bouquins, Théâtre II, Collection Bouquins, Editions Robert Laffont, Paris, 1985, p. 87.