

BACK TO BASICS: CLOTHING WITHIN 19TH CENTURY LITERARY TEXTS

Daniela-Ionela Covrig

PhD Student, "Babeș-Bolyai" University of Cluj-Napoca

Abstract: Although fashion origins go back to the so called first modernity during the 14th and 15th century in Italy and Burgundy where we can find the first texts on the history of clothing, it is only during the 19th century that the first structured studies are issued. It is also the 19th century when fashion made its entrance in literature. Writers such as Balzac, Zola, Flaubert or the Goncourt brothers, whose literary works are filled with female characters, could not neglect the description of their outfits. Our approach is aimed at the importance of fashion within that time (from the social, economic and literary point of view), at the status clothing reflects, all of which also include the complexity and the richness of literary descriptions. This subject is interesting for literature, as well as sociology, economy and the history of mentalities throughout that period of time.

Keywords: clothing, fashion, Zola, 19th century, description

Brève approche sociologique

Du point de vue sociologique le XIX^e siècle incarne la réussite de la bourgeoisie. L'essor du capitalisme et l'émergence de cette nouvelle classe sociale qui « n'hésite pas à signifier à travers de leurs vêtements et accessoires luxueux leur nouvelle puissance politique, économique et sociale »¹ est issu du changement survenu dans la vie mondaine de la société.

Les changements au niveau des habitudes vestimentaires sont d'autant plus visibles à travers l'histoire des salons. La naissance des salons remonte au XVII^e siècle quand les femmes de la haute société adoptent une attitude nouvelle par rapport au siècle passé. La préoccupation principale c'est l'élégance de la conversation et le raffinement. Le mouvement précieux qui vise le désir de l'aristocratie de se distinguer des autres classes sociales, atteint son apogée et les salons préoccupés de littérature et de bonnes manières qui jouissent d'un grand succès. Les hôtels aristocratiques réunissent les gens de lettres mais également les courtisanes, les lettrés et les passionnés du bon goût, les plus notables. Le plus fameux salon était le Salon de la

¹ Frédéric Godart, *Sociologie de la mode*, Collection Repères, La Découverte, Paris 2010, p.13.

marquise de Rambouillet et celui de la Mademoiselle de Scudéry. Au XVIII^e siècle les salons connaissent l'essor et deviennent la composante principale de la sociabilité mondaine. Tenues en principal par les femmes ils regroupaient des personnalités du monde littéraire, de la philosophie, de la peinture ou des savants. Les plus célèbres sont celles de Madame Geoffrin.

Le XIX^e siècle garde seulement le souvenir des siècles passés. Même chez Balzac on retrouve la nostalgie des salons, en affirmant que les salons de la marquise d'Espard sont le « dernier asile où se soit réfugié l'esprit français d'autrefois, profondeur cachée, ses mille détours, sa politesse exquise »². On retrouve quand même quelques salons comme celui de Juliette Récamier, mais ils sont remplacés petit à petit par les réunions mondaines où la concurrence entre les femmes au niveau du vêtement va s'accroître. On peut même affirmer que les conséquences de la révolution industrielle, le développement de la technologie transposés dans la préoccupation pour la mode détruisent les valeurs profondes de l'aristocratie et font place à la culture matérielle d'un peuple.

Au début, la mode est limitée à la haute société ensuite elle s'élargit vers la bourgeoisie, le vêtement étant également un signe de réussite, de différenciation sociale. Mêmes les périodiques de mode conseillaient en matière de goût, surtout les élites.

La mode fondée en 1829 comme revue de mode hebdomadaire de littérature par Émile de Girardin et placé sous le haut patronage de la duchesse de Berry se veut une revue aristocratique en temps que le *Journal des dames et des modes* fondé en 1797, s'adresse également aux dames de province étant considérée la bible en matière de mode à cette époque.

Dans la deuxième moitié du XIX^e siècle les publications se multiplient au point qu'en 1852 il existe une quarantaine de revues³ C'est toujours à partir du Second Empire que les revues élargissent vraiment leur public cible s'adressant également aux différentes couches de la bourgeoisie.⁴ Pour faire face à la concurrence, la quantité d'illustrations augmente. En 1860 prit naissance *La Mode illustrée* qui avait comme objectif d'« apprendre au moyen de gravures et de descriptions d'une rigoureuse exactitude à toutes les mères de famille et aux jeunes personnes à faire par elles-mêmes tous les objets utiles à leur entretien »⁵. Grâce à ses gravures en noir et blanc, à un tirage annuel de cent mille exemplaires entre 1866-1890 ce journal de

² Honoré de Balzac, *Autre étude de femme*, La Comédie humaine, t. III, Gallimard, Bibliothèque de la Pléiade, 1966 [rédigé en 1839-1842], p.424.

³ Guénolette Milleret, *La mode du XIX^e siècle en images*, Eyrolles, Paris, 2012, p. 11.

⁴ Ibidem, p. 8.

⁵ Idem.

mode devient le plus important et influent en matière de mode dans la deuxième moitié du siècle.

Sous la III^e République se font remarquer des publications comme *La revue de la mode* fondée en 1871 par Goubaud, *La mode illustrée* qui continue sa popularité, *L'Art et la Mode* qui met la toilette au rang d'œuvre d'art et *La mode pratique* créée en 1891 qui introduit la photographie à la place de la gravure. Le lectorat s'étendant de l'aristocratie à la bourgeoisie, s'étend également à la femme au foyer. En conséquence on retrouve de plus en plus des pointes de broderie, des recettes et des publicités. Au début du siècle cela deviendra une préoccupation pour la mise en évidence du vêtement par broderies et un moyen d'apprendre aux femmes de confectionner leurs propres vêtements et de cuisiner. On pense ici à la revue hebdomadaire *La Semaine de Suzette* qui se dédie spécialement aux filles entre 1905-1960.

Brève approche économique

De nos jours la mode représente une activité économique importante. Le sociologue Frédéric Godart parle d'une étude de marché faite par Euromonitor International selon lequel l'industrie de la mode représentait en 2008, 6% de la consommation mondiale. D'ici en résulte l'importance du phénomène.

Au XIX^e non seulement à cause des changements au niveau social, mais aussi grâce au développement économique, les femmes accordent plus d'intérêt à la mode. Au début du siècle les couturières indépendantes se déplaçaient en général pour aller travailler chez leurs clients. Dans la deuxième moitié du siècle les petits magazines de nouveautés deviennent de grands magazines qui ressemblent à ceux de nos jours. On parle ici du magasin *Au Bon Marché* (1852), *Le Printemps* (1865), *Les Grands Magasins du Louvre* (1874). Ceux-ci sont transposés par Zola dans *Au bonheur des dames*. Le succès de ces magasins est dû selon nous à trois aspects : la croissance de la population, à l'invention de la machine à coudre et à l'émergence du marketing.

Du point de vue démographique la population parisienne croît de manière considérable de 547.000 habitants en 1801 à 4 millions d'habitats en 1901.⁶ En conséquence il y a une demande de consommation plus grande dans tous les secteurs, également dans l'industrie de la mode. Le développement technique facilite dans le secteur de mode l'invention de la

⁶ Eugénie Briot, *Le parfumeur millionnaire, notable et industriel parisien du XIX^e siècle*, Revue d'histoire du XIX^e siècle, 34 / 2007, mise en ligne le 01 juin 2009.

« couseuse » qui est une clé de voûte pour l'alimentation des grands magasins parisiens. C'est aussi au XIX^e siècle que nous voyons de nouvelles techniques de vente et une importance accordée à la promotion de la marchandise, cela veut dire les premières traces de ce qu'on appelle aujourd'hui le marketing. L'art de vendre cher utilisé par les petits commerçants a été remplacé par l'art de vendre beaucoup mais à des prix acceptables. La publicité dans les journaux aiguise les goûts de la clientèle.

Ces aspects sur le fond de la prospérité financière constituent le milieu propice pour le développement des nouvelles tendances en matière commerciale et de mode. On assiste à une variété des courants de mode comme l'invention de la haute couture (le père de la haute couture est considéré le couturier Charles Frederick Worth), des mannequins vivants et le passage au prêt-à-porter.⁷ Des maisons de mode fameuses également de nos jours ont pris naissance dans cette période. On pense ici à la maison Louis Vuitton fondée en 1854.

Ce siècle renommé par ses corsets, crinolines et tournures connaît surtout l'expansion de la mode féminine bien que l'élégance masculine soit aussi présentée. On remarque dans la littérature les riches coloris des tenues féminines à l'antipode de celles masculines. Le XIX^e siècle impose l'habit noir pour le soir à l'homme élégant, habit qui avant la Révolution de 1789 n'était porté que par les solliciteurs, les officiers réformés, les rentiers, les auteurs et les indigents.⁸ Les tenues des dames par contre sont de plus en plus raffinées, sophistiquées, détaillées et colorées.

La mode dans la littérature : Balzac et Zola

Chez Balzac on retrouve une préoccupation particulière pour la mode. L'auteur du *Traité de la vie élégante* (essai paru dans *La Mode* du 2 octobre 1830 au 6 novembre 1830 en cinq articles d'analyse et de critique du monde- ouvrage à l'origine de tous les articles et ouvrages qui ont suivi⁹), essai qui vise une analyse critique de la mode, et également du *Code de la toilette* insère des descriptions vestimentaires dans ses romans aussi. Il met l'accent non seulement sur l'esthétique de la mode, mais surtout sur le côté sociologique et ses implications commerciales.

La scène du bal du roman *César Birotteau* met en relief le contraste entre les classes sociales, « l'embourgeoisement de la mode » n'étant qu'au début pendant la monarchie de Juillet

⁷ Catherine Örmén, *Comment regarder la mode : histoire de la silhouette*, Edition Hazan, Paris, 2009.

⁸ Rose Fortassier, *Les écrivains français et la mode – de Balzac à nos jours*, Puf Ecriture, Paris 1988, p. 8.

⁹ Rose Fortassier, *La Pléiade*, 1991, t. XII, p. 924.

A l'exception de trois femmes qui représentaient l'Aristocratie, la Finance et l'Administration : mademoiselle de Fontaine, madame Jules, madame Rabourdin, et dont l'éclatante beauté, la mise et les manières tranchaient au milieu de cette réunion, les autres femmes offraient à l'œil des toilettes lourdes, solides, ce je ne sais quoi de cossu qui donne aux masses bourgeoises un aspect commun, que la légèreté, la grâce de ses trois femmes faisaient cruellement ressortir.¹⁰

Balzac affirme qu'il est difficile d'expliquer la différence qui distingue « le grand monde de la bourgeoisie qu'il ne l'est à la bourgeoisie de l'effacer »¹¹ et il explique comment il était visible que pour les bourgeoises le bal était une rareté vue dans la manière de s'habiller et que pour les femmes de la haute société celui-ci était un événement habituel et par leurs tenues elles n'avaient pas l'air de s'être habillées exprès.

Les tenues de madame Birotteau vêtue d'une robe « de velours cerise, garnie de dentelles à manches courtes ornées de jockeis »¹² et de Césarine habillée « en crêpe blanc, avait une couronne de roses blanches sur la tête à son côté ; une écharpe lui couvrait chastement les épaules et le corsage » attiraient des regards d'envie.

Balzac habille ses personnages en fonction de leur caractère en se montrant également attentif à la réalité de l'époque d'où on peut parler d'une psychologie de la mode. On retrouve la description de Madame Matifat, représentante de la bourgeoisie de la rue Saint-Denis qui montre de toute sa plénitude « ses droits de bouffonne sottise », vêtue d'une « robe lourde ponceau lamée d'or, toilette en harmonie avec un air fier, un nez romain et les splendeurs d'un teint cramoisi »¹³

Chez Zola on retrouve des descriptions vestimentaires plus colorées, plus détaillées plus proche des tableaux de ses amis impressionnistes. Les tenues les plus belles et riches en couleurs et détails sont celles de Renée :

C'était une simple robe de gaze blanche, mais garnie d'une multitude de petits volants découpés et bordés d'un filet de velours noir. La tunique, de velours noir, était décolletée en carré, très bas sur la gorge, qu'encadrait une dentelle mince, haute à peine d'un doigt. Pas une

¹⁰ Honoré de Balzac, *César Birotteau*, Editions Rencontre, Lausanne, 1959, p. 177-178.

¹¹ Ibidem, p. 179.

¹² Ibidem, p. 176.

¹³ Ibidem, p. 178

fleur, pas un bout de ruban ; à ses poignets, des bracelets sans une ciselure, et sur sa tête, un étroit diadème d'or, un cercle uni qui lui mettait comme une auréole.¹⁴

Cette fragment vient confirmer le credo de Zola concernant la description : « le but à atteindre n'est plus de conter, de mettre des idées ou des faits au bout les uns des autres, mais de rendre chaque objet qu'on présente au lecteur dans son dessin, sa couleur, son odeur, l'ensemble complet de son existence »¹⁵

Dans un fragment suggestif toujours dans le même roman, Zola personnifie la Seine, la métamorphosant en une parisienne élégante. L'auteur nous offre un tableau vif, animé par la multitude de couleurs, ton, métaphores et comparaisons :

Par les beaux jours, par les matinées de ciel bleu, elles se trouvaient ravies des belles robes de la Seine ; c'étaient des robes changeantes qui passaient du bleu au vert, avec mille teintes d'une délicatesse infinie ; on aurait dit de la soie mouchetée de flammes blanches, avec des ruches de satin ; et les bateaux qui s'abritaient aux deux rives la bordaient d'un ruban de velours noir. Au loin, surtout, l'étoffe devenait admirable et précieuse, comme la gaze enchantée d'une tunique de fée ; après la bande de satin gros vert, dont l'ombre des ponts serrait la Seine, il y avait des plastrons d'or, des pans 187 d'une étoffe plissée couleur de soleil. Le ciel immense, sur cette eau, ces files basses de maisons, ces verdure des deux parcs, se creusait.¹⁶

Si nous considérons Honoré de Balzac comme un précurseur de Zola nous ne pensons pas seulement aux préoccupations pour la tenue vestimentaire de leurs héros et héroïnes, mais aussi à la manière dont leur écriture rend compte de cette préoccupation.

Balzac était-il vraiment une source d'inspiration pour Zola ? C'est possible. On apprend d'une lettre du 1867 envoyée par Zola à son ami Anthony Valabrègue que celui-ci était fasciné par la lecture balzacienne « –À propos, avez-vous lu tout Balzac ? Quel homme ! Je le relis en ce moment. Il écrase tout le siècle. Victor Hugo et les autres – pour moi – s'effacent devant lui. Je médite un volume sur Balzac, une grande étude, une sorte de roman réel. »¹⁷ C'était la même période où le roman *Thèrese Requin* a été publié, roman emblématique pour le courant naturaliste qui précède le cycle des *Rougon-Macquart*.

¹⁴ Emile Zola, *La Curée*, Lausanne, Editions Rencontre, 1960, p.194.

¹⁵ Emile Zola, *Les Romanciers naturalistes* – édition argumentée, Format Kindle, Anvensa Editions, 2014, p.167.

¹⁶ Emile Zola, *La Curée*, p. 187-188

¹⁷ Lettre de Zola à Anthony Valabrègue, 29 mai 1867
<https://books.google.ro/books?id=zx3fAgAAQBAJ&pg=PA299&lpg=PA299&dq#v=onepage&q&f=false>, consulté le 2 septembre 2015

Lorsque les grandes lignes de son projet sont établies, *Zola* veut sous-tendre également les différences entre lui et Balzac. Bien qu'il emprunte à Balzac l'objectif général, d'offrir une analyse compréhensive et explicative du système social¹⁸, mais cette fois-ci à travers une seule famille, dans son article de 1869 il veut souligner que son œuvre se penche plutôt vers la science :

Les bases de la Comédie sont le catholicisme, l'enseignement par des corps religieux, principe monarchique. La Comédie devait contenir deux ou trois mille figures. Mon œuvre sera moins sociale que scientifique. Balzac à l'aide de trois mille figures veut faire l'histoire des mœurs, il base cette histoire sur la religion et la royauté. Toute sa science consiste à dire qu'il y a des avocats, des oisifs, etc., comme il y a des chiens, des loups, etc. En un mot, son œuvre veut être le miroir de la société contemporaine. Mon œuvre, à moi, sera tout autre chose. Le cadre en sera plus restreint, je ne veux pas peindre la société contemporaine, mais une seule famille, en montrant le jeu de la race modifié par les milieux.¹⁹

Du point de vue du style les deux écrivains sont assez différents. Balzac ayant beaucoup écrit « a été longtemps considéré comme écrivant mal ».²⁰ Selon le poète et romancier français Théophile Gautier, Balzac n'avait pas de style. Celui-ci dresse le portrait du grand écrivain en disant que « cet immense cerveau, ce physiologiste si pénétrant, cet observateur si profond, cet esprit si intuitif, ne possédait pas le don littéraire : chez lui s'ouvrait un abîme entre la pensée et la forme. Cet abîme, surtout dans les premiers temps, il désespéra de le franchir »²¹, ce qui veut dire que le style préoccupait beaucoup Balzac. Il le dit d'ailleurs lui-même.

Je travaille 18 heures par jours. Je me suis aperçu des défauts de style qui déparent *La Peau de chagrin*, je la corrige pour la rendre irréprochable ; mais après deux mois de travail, *La Peau* réimprimée, je découvre encore une centaine de fautes – Ce sont des chagrins de poète ... De tous côtés, l'on me crie que je ne sais pas écrire, et cela est cruel quand je me le suis déjà dit ; et que je consacre le jour à mes nouveaux travaux, et la nuit à perfectionner les anciens²²

¹⁸ Henri Mitterand, *Zola*, I (1840-1871), Fayard, 1999, p. 717-719.

¹⁹ Zola, *Différences entre Balzac et moi*, 1869.

²⁰ Nicole Mozet, *Balzac au pluriel*, PUF, 1990, pp. 291-292.

²¹ Théophile Gautier, *Honoré de Balzac* - <https://books.google.ro/books?id=w7CiBgAAQBAJ&pg=PT21&lpg=PT21&dq#v=onepage&q&f=false>, consulté le 2 septembre 2015.

²² Honoré de Balzac, *Oeuvres complètes de M. de Balzac: Lettres à Madame Hanska* Vol. 29 Oeuvres complètes M. de Balzac, Bibliophiles de l'originale, 1967, p.28.

A l'antipode se retrouve Zola doué d'un talent littéraire extraordinaire, il n'a pas dû travailler pour perfectionner son instrument. Il ne revoyait jamais ses pages et il reprenait son travail même au milieu de la phrase

après un rapide coup d'œil jeté sur ses notes d'ensemble, il se met à l'œuvre, reprenant la page où il l'avait laissée la veille, souvent au milieu même d'une phrase, sans relire jamais ce qui précède pour s'entraîner, comme ont besoin de le faire les travailleurs irréguliers ; (...) quatre pages le plus souvent, des pages de papier écolier ordinaire coupé en deux, des pages d'une trentaine de lignes, sans marge, d'une écriture compacte, ferme et régulière, sympathique à force de logique et de clarté. Presque pas de ratures.²³

Maupassant concernant la question du style zolien considère que le style « large (de celui-ci) plein d'images, n'est pas sobre et précis comme celui de Flaubert, ni ciselé et raffiné comme celui de Théophile Gautier, ni subtilement brisé, trouveur, compliqué, délicatement séduisant comme celui de Goncourt ; il est surabondant et impétueux comme un fleuve débordé qui roule de tout »²⁴. Son écriture claire réside également dans le public cible auquel il s'adresse qui est le grand public et non pas un public niché, raffiné.

Les descriptions vestimentaires chez Balzac sont frustes, sans la complexité de celles de Zola. De là les exercices du style balzacien utilisant des épithètes clichés « redingote vert-olive », « des souliers à boucles d'or », « cravate de mousseline blanche », « pantalon bleu », « bas de soie noir »²⁵ etc. Les associations de Zola sont un peu plus précises, plus insolites. La description des tissus et habits épouse les corps, fait voir la joie de celui qui les porte :

les étoffes vivaient (...) les dentelles avaient un frisson, retombaient et cachaient les profondeurs du magasin, d'un air troublant de mystère; les pièces de drap elles-mêmes, épaisses et carrées, respiraient, soufflaient une haleine tentatrice; tandis que les paletots se cambraient davantage sur les mannequins qui prenaient une âme, et que le grand manteau de velours se gonflait, souple et tiède, comme sur des épaules de chair, avec les battements de la gorge et le frémissement des reins.²⁶

Nous considérons que la citation qui pourrait caractériser le mieux l'écriture zolienne est celle de Baudelaire qui disait en 1845 que « L'héroïsme de la vie moderne nous entoure et nous presse (...) Celui-là sera le peintre, le vrai peintre, qui saura arracher à la vie actuelle son

²³ Préface de Jean-Claude le Bolnd; présentation et notes de Pierre Cogny, *Zola et Les Rougon Macquart*, Edition du Seul, Paris, 1969, p.33, selon Paul Alexis – *Emile Zola, notes d'un ami*, 1882.

²⁴ Ibidem, p. 43, selon Guy de Maupassant, *Emile Zola*, 1883

²⁵ Honoré de Balzac, *César Birotteau*, p. 74

²⁶ E. Zola, *Au bonheur des dames*, Editions Rencontre, Lausanne, p. 43

côté épique, et nous faire voir et comprendre, avec de la couleur ou du dessin, combien nous sommes grands et poétiques dans nos bottes vernies.»²⁷

Les préoccupations de Balzac et Zola vues dans une perspective moderne

Les magasins de nouveautés proposent à cette époque leurs propres journaux de nouveautés dont l'objectif est essentiellement publicitaire. Ces annonces sont accompagnées de conseils et recommandations vestimentaires.²⁸ *Le Moniteur de la mode*, (Trois fois par mois (1843-1871). Hebdomadaire (1872-1913)²⁹) paru au début sous le nom de *Le journal spécial des nouveautés de la Maison Popelin-Ducarré* c'était un journal de nouveautés qui bâtit son succès grâce à la longue collaboration avec le dessinateur Jules David et à ses gravures.³⁰

Balzac dans son œuvre *César Birotteau* et ensuite Zola dans *Au bonheur des dames*, mettent en question une «innovation» de leur siècle : la publicité sous différentes formes. On doit mentionner que jusqu'au XIXe et au début du XXe siècle, on parlait essentiellement d'annonce ou de réclame. Le terme de publicité a été attesté pour la première fois en 1689, ayant le sens d'«action de porter à la connaissance du public» puis de «notoriété» et à partir du 1829 il connaît son acception technique moderne «fait d'exercer une action sur le public à des fins commerciales»³¹

En ce qui concerne les textes publicitaires, jusqu'au milieu du XIXe siècle, ceux-ci «adoptent essentiellement un type de mise en texte conforme au modèle livresque et à l'écriture littéraire : typographie compacte, indifférenciée, linéaire et régulière, avec seulement quelques titres pour agrémenter l'ensemble»³² Balzac nous fournit un exemple dans ce sens-là avec sa publicité fameuse que nous retrouvons dans le roman *César Birotteau*. Le passage de référence est le suivant :

DOUBLE PATE DES SULTANES ET EAU
CARMINATIVE
DE CESAR BIROTTEAU
DECOUVERTE MERVEILLEUSE
Approuvée par l'Institut de France

²⁷ Charles Baudelaire, Salon de 1845

²⁸ Guénolette Milleret, 2012, pp. 10-14

²⁹ http://data.bnf.fr/34444051/le_moniteur_de_la_mode_paris/, consulté le 15 septembre 2015

³⁰ Guénolette Milleret, 2012, pp. 11

³¹ Jean-Michel Adam, Marc Bonhomme, *L'argumentation publicitaire – Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Paris, Armand Colin, 2007, p. 11

³² Idem.

Les mécanismes de la publicité du XIXe siècle sont présentées dans l'analyse faite par Balzac lui-même

La Pâte des sultanes et l'Eau carminative se produisirent dans l'univers galant et commercial par des affiches colorées, en tête desquelles étaient des mots : *Approuvées par l'Institut!* Cette formule, employée pour la première fois, eut un effet magique. Non seulement la France, mais le continent fut pavoisé d'affiches jaunes, rouges, bleues (...) A une époque où l'on ne parlait que de l'Orient, nommer un cosmétique quelconque Pâte des sultanes, en devinant la magie exercée par ces mots dans un pays où tout homme tient autant à être sultan que la femme à devenir sultane, étaient une inspiration qui pouvait venir à un homme ordinaire comme à un homme d'esprit ; mais le supérieur, commercialement parlant, qu'il rédigea lui-même un prospectus dont la ridicule phraséologie fut un élément de succès.³³

Selon Jean-Michel Adam et Marc Bonhomme, les quatre lignes de l'annonce fixent les grandes orientations du long argumentaire :

Si la seconde ligne concerne seulement la propriété juridique (...) la première fournit le nom de la marque de chacun des produits commercialisés par Birotteau. Dans « Double pâte des sultanes », l'adjectif « double » est une référence au fait que la Pâte des sultanes se présente soit sous une couleur rose (« pour le derme et l'épiderme des personnes de constitution lymphatique »), soit sous une couleur blanche (« pour ceux des personnes qui jouissent d'un tempérament sanguin »). C'est avec le syntagme prépositionnel « des sultanes » que les connotations dont parlait Balzac dans le texte cité plus haut viennent s'engouffrer. Ce syntagme appuie en effet la dénomination choisie : « Cette pâte est nommée *Pâte des sultanes*, parce que cette découverte avait déjà été faite pour le sérail par un médecin arabe » (...) La troisième ligne en italique réunit de la magie de la science (...) en temps que la dernière vient de renforcer la scientificité par la caution d'une institution.³⁴

Le phénomène publicitaire se retrouve d'une manière évidente chez Zola aussi. On ne retrouve pas chez lui des annonces publicitaires mais des références à l'ampleur que le phénomène avait prise et à son importance :

³³ Idem. apud Balzac

³⁴ Ibidem., pp. 12-13.

La grande puissance était surtout la publicité. Mouret en avait à dépenser par an trois cent mille francs de catalogues, d'annonces et d'affiches. Pour sa mise en vente des nouveautés d'été, il avait lancé deux cent mille catalogues, dont cinquante milles à l'étranger, traduit dans toutes les langues. [...] Il professait que la femme est sans force contre la réclame, qu'il finit fatalement par aller au bruit³⁵.

Toute une série de techniques publicitaires sont présentent dans le roman de Zola : annonces publiées dans la presse, catalogues, affiches, la publicité bouche à bouche, la publicité à l'aide de l'image du magasin, la publicité à l'aide du design des vitrines, la publicité vive.

La configuration livresque domine jusqu'au début du XXe siècle. Après cette période nous pouvons parler d'une publicité plutôt commerciale qui met l'accent sur les avantages offerts par le produit et sur la partie commerciale afin d'attirer l'attention de la cible. En outre le texte publicitaire change aussi grâce à l'apparition de l'image qui va accompagner les publicités.

Conclusion

Si l'on s'interrogeait sur le roman d'analyse et de synthèse sociale au XIX^e siècle deux grands noms se font remarquer : Balzac et Zola avec leurs chefs-d'œuvre remarquables par leurs sujets modernes et toujours d'actualité. La mode, une préoccupation continue pour cette époque retrouve une place bien importante dans leurs œuvres, en mettant en évidence non seulement le côté esthétique et social mais aussi celui commercial, psychologique et moral. On voit que Balzac se sert du vêtement en complément à la psychologie du personnage. Parfois un seul trait vestimentaire attire l'attention du lecteur tout en mettant une sorte d'empreinte sur la suite du portait. Zola, par contre, utilise le vêtement plutôt pour mettre en évidence son talent d'écrivain-peintre, offrant ainsi plutôt un tableau de la mode.

Bibliographie

1. Adam Jean-Michel, Bonhomme Marc, *L'argumentation publicitaire – Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Paris, Armand Colin, 2007.
2. Bolnd, Jean-Claude préface; présentation et notes de Pierre Cogny, *Zola et Les Rougon Macquart*, Editionnd du Seul, Paris , 1969.

³⁵ Ibidem, p. 281.

3. Briot, Eugénie, *Le parfumeur millionnaire, notable et industriel parisien du XIX^e siècle*, Revue d'histoire du XIX^e siècle, 34 / 2007, mise en ligne le 01 juin 2009.
4. Fortassier, Rose, *Les écrivains français et la mode – de Balzac à nos jours*, Puf Ecriture, Paris 1988.
5. Gautier, Théophile, *Honoré de Balzac*
<https://books.google.ro/books?id=w7CiBgAAQBAJ&pg=PT21&lpg=PT21&dq#v=onepage&q&f=false>, consulté le 2 septembre 2015.
6. Godart, Frédéric, *Sociologie de la mode*, Collection Repères, La Découverte, Paris 2010.
7. Honoré de Balzac, « Autre étude de femme », La Comédie humaine, t. III, Gallimard, Bibliothèque de la Pléiade, 1966 [rédigé en 1839-1842].
8. Honoré de Balzac, *César Birotteau*, Editions Rencontre, Lausanne, 1959.
9. Honoré de Balzac, *Oeuvres complètes de M. de Balzac: Lettres a Madame Hanska* Vol. 29 Oeuvres complètes de M. de Balzac, Bibliophiles de l'originale, 1967.
10. http://data.bnf.fr/34444051/le_moniteur_de_la_mode_paris/, consulté le 15 septembre 2015
11. Lettre de Zola à Anthony Valabrègue, 29 mai 1867
<https://books.google.ro/books?id=zx3fAgAAQBAJ&pg=PA299&lpg=PA299&dq#v=onepage&q&f=false>, consulté le 2 septembre 2015
12. Milleret Guénolée, *La mode du XIX^e siècle en images*, Eyrolles, Paris, 2012.
13. Mitterand, Henri, *Zola, I (1840-1871)*, Fayard, Paris, 1999.
14. Mozet, Nicole, *Balzac au pluriel*, PUF, 1990
15. Örmén, Catherine, *Comment regarder la mode : histoire de la silhouette*, Edition Hazan, Paris, 2009.
16. Zola, Emile, *Au bonheur des dames*, Editions Rencontre, Lausanne.
17. Zola, Emile, *Les Romanciers naturalistes – édition argumentée*, Format Kindle, Anvensa Editions, 2014.
18. Zola, Emile, *La Curée*, Lausanne, Editions Rencontre, 1960.