



publique<sup>3</sup>. Ces images-objets, Beucler a aimé les collectionner, les manipuler et les rassembler, notamment dans des carnets de collage dont plusieurs exemples des années 1950 à 1970 figurent dans le fonds, mais dont on trouve la trace dès les années 1930 puisque André Berge, dans son livre sur la littérature moderne, que cite Claude Leroy, évoque un album où Beucler « confronte des tickets de métro, des reproductions de tableaux ou d'affiches, des gros titres de journaux, le tout de la façon la plus proche du hasard, la plus mystérieuse par conséquent »<sup>4</sup>.

Le cas Beucler soulève la question du rapport tactile des écrivains aux imprimés vernaculaires et des enjeux du maniement d'images. Ce sera là l'horizon de cette étude qui porte sur la collection de brochures de voyage de Beucler et l'article « Invitations aux voyages » qu'il lui a consacré en 1932.

#### UNE COLLECTION ORIGINALE

La collection fait partie du riche « patrimoine graphique » du fonds Beucler, comportant de nombreuses revues, des cartes postales, des almanachs, des calendriers et même des planches de dictionnaire découpées<sup>5</sup>. Cette collection rassemble des dépliants, très simples ou véritables petits livrets, en français, en anglais, en allemand ou encore en italien, qui vantent les mérites de diverses villes et régions, mais aussi des lignes de train ou de paquebot, des sanatoriums, domaines skiables et autres expositions internationales, etc. André Beucler disait en posséder 500 dans les années 1930. Si sa collection a en grande partie disparu avec sa maison du Doubs occupée par les Allemands pendant la Deuxième Guerre mondiale, il

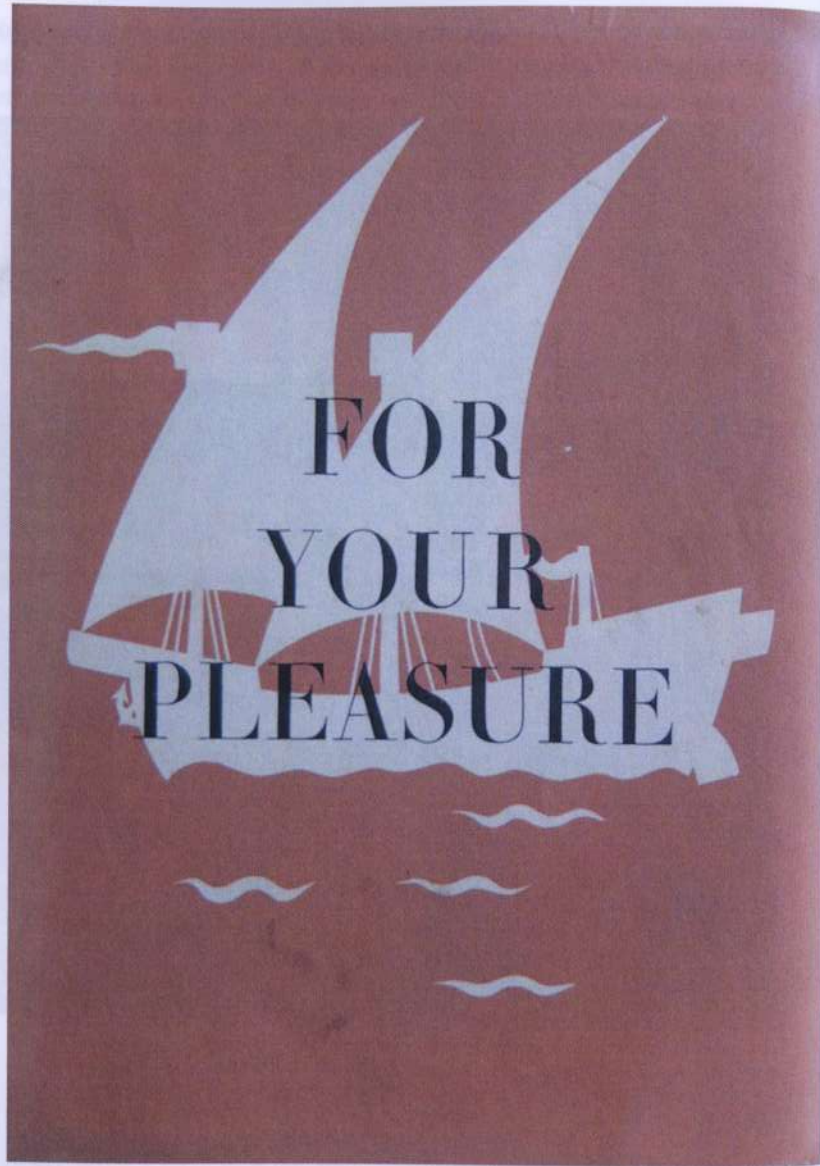
3. En s'appuyant sur le TLF, on peut définir la brochure comme une publication brochée comportant quelques pages ou quelques feuillets, le prospectus comme un imprimé faisant connaître les conditions d'une opération industrielle ou commerciale, le dépliant comme une feuille de grand format, repliée sur elle-même, soit imprimée, soit utilisée comme prospectus et l'affiche comme un écrit généralement imprimé servant à donner à un large public une information de nature officielle ou publicitaire souvent appliquée sur un mur ou un panneau ; *Trésor de la langue française informatisé* (<http://atilf.atilf.fr/>).

4. André Berge, *L'Esprit de la littérature moderne* (1930), cité par C. Leroy, art. cit., p. 160.

5. J'emprunte l'expression à son fils Roland Beucler qui a publié sous ce terme un certain nombre d'affiches, dans *Plaisirs de Mémoire et d'Avenir* (n° 5, 2015) la revue qu'il consacre à l'œuvre de son père.

reste aujourd'hui une petite centaine d'exemplaires, dont voici quelques exemples significatifs.



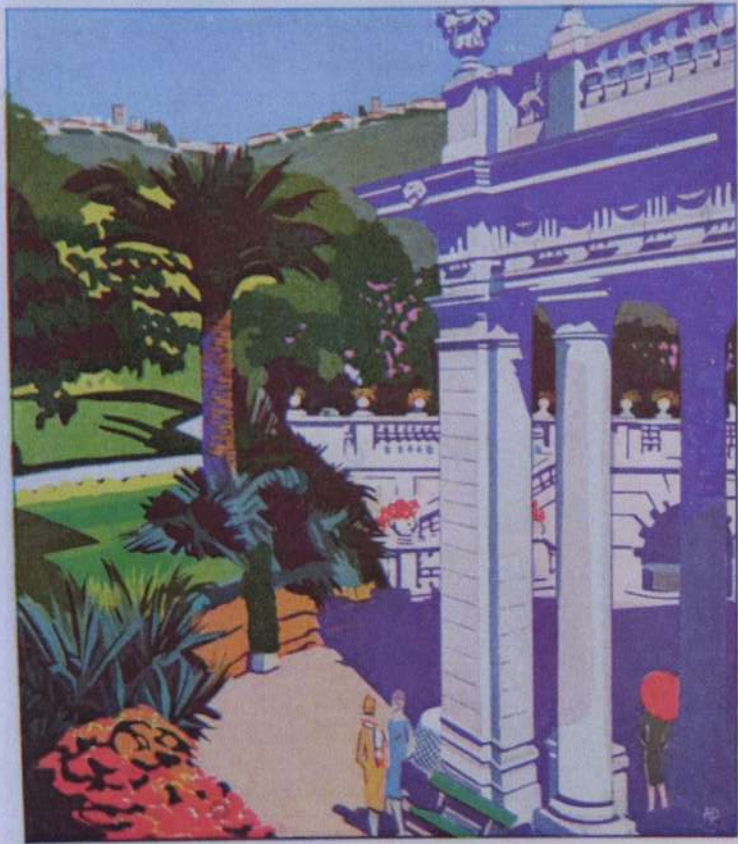


1914  
 Le programme d'expansion à bord. Et Roland Beucler qui a publié sous ce titre un certain nombre d'articles dans *l'Annuaire de l'Alsace* en 1915. Le titre qui il appartient à l'œuvre de son père.



6

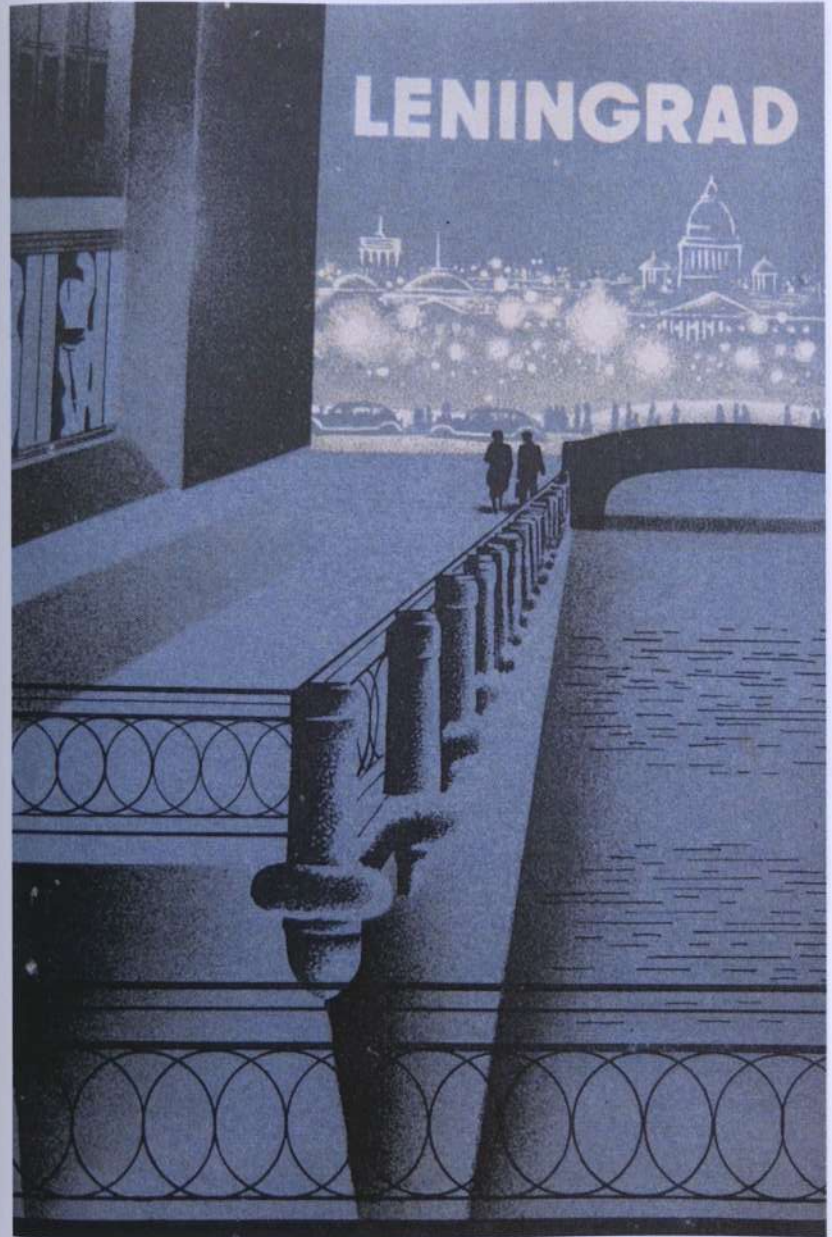
# MONTECATINI



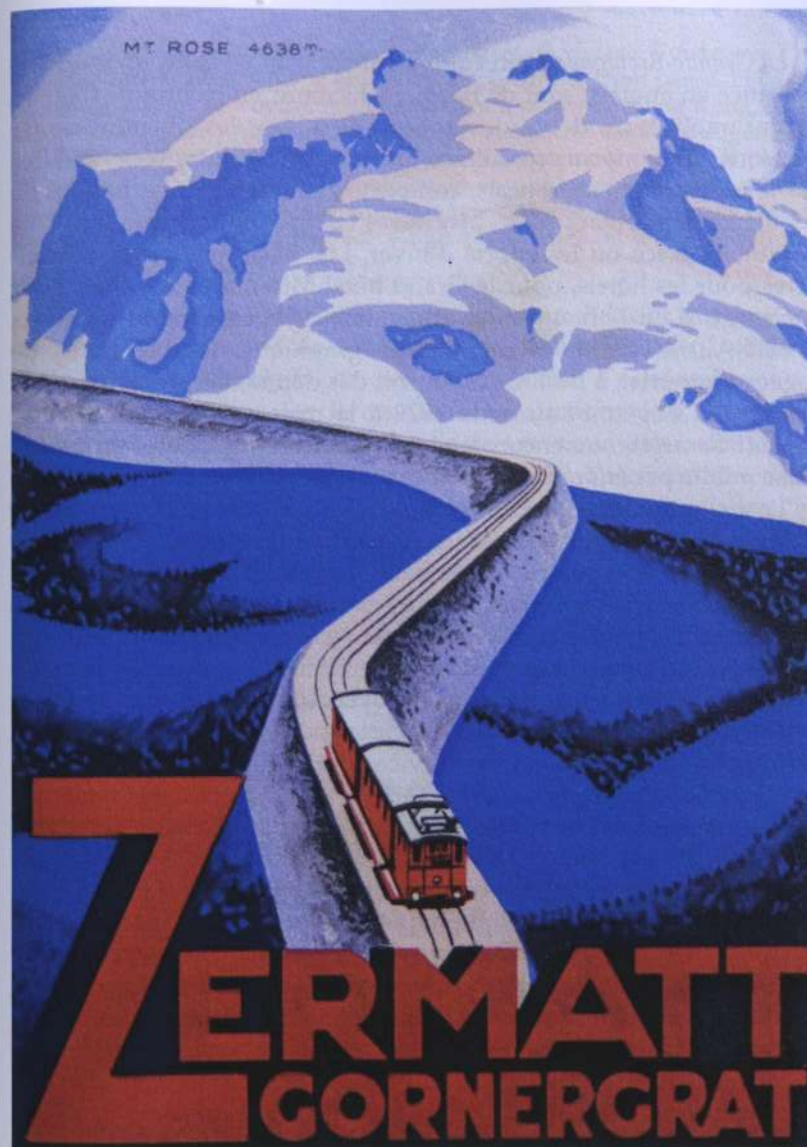
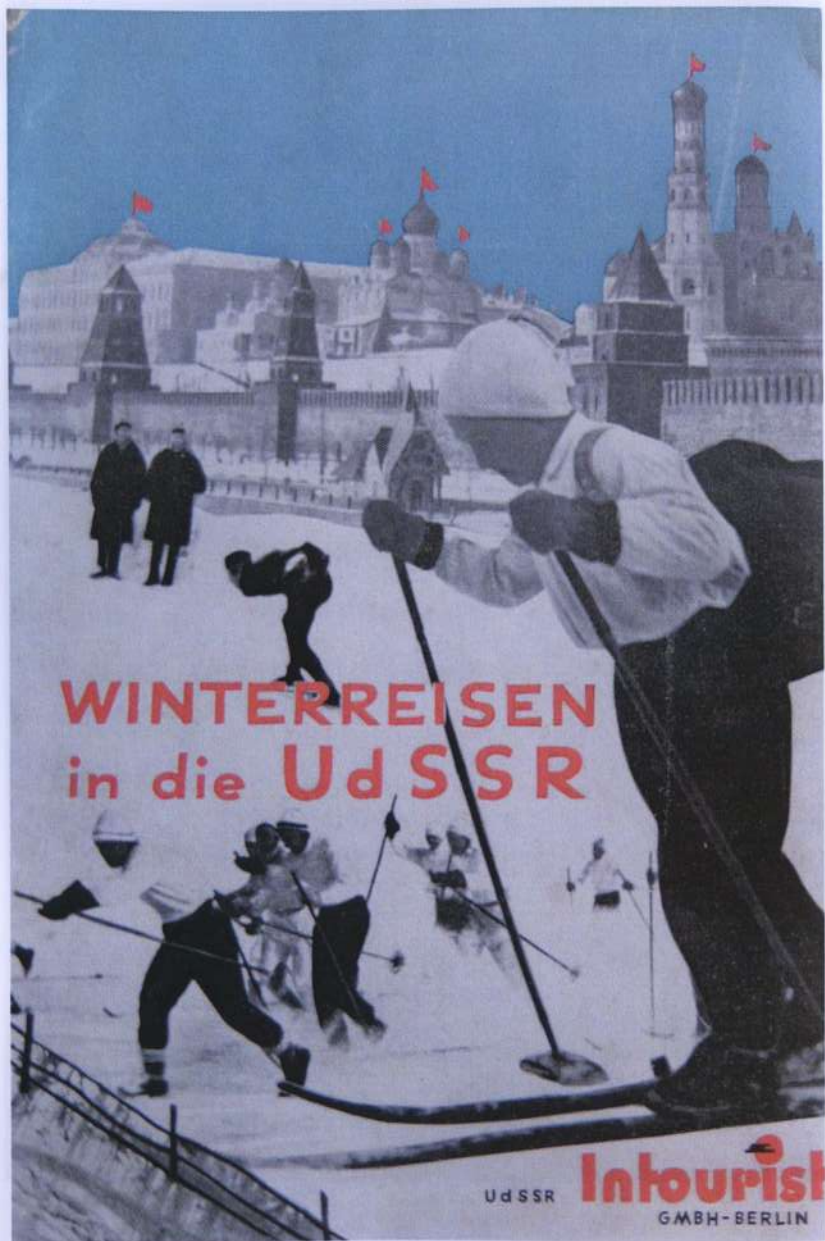
ALBERGO LA PACE & GRAND HOTEL

ENGLISH EDITION

# LENINGRAD







Brochures de voyage tirées de la collection André Beucler (fonds Beucler).

La Grande-Bretagne et son équivalent *For your pleasure*, un guide de la France en anglais, sont de belles réalisations en bichromie (bleu et rouge) publiées au début des années 1930 pour les Chemins de fer du Nord par l'imprimerie lilloise L. Danel<sup>6</sup>. Une autre série, publiée par le gouvernement français, comporte aussi de beaux exemples de dépliants renfermant des brochures d'information sur la Côte d'Azur, l'Alsace ou les sports d'hiver. Les documentations publicitaires pour les hôtels, pour le Grand hôtel Miramare de Gênes, pour le George V ou l'hôtel Montecatini, sont aussi en général de beaux objets. Autres exemples de réussite graphique, les brochures de l'agence Intourist, à Berlin, qui fournit des dépliants sur Leningrad et l'URSS, un dépliant suisse de 1929 à la mise en page audacieuse, *Zermatt Gornegrat*, ou encore un très beau livret de photos en noir et blanc publié par la Tourist Development Association of Egypt.

La collection de Beucler comporte aussi des brochures moins belles graphiquement, dépliants d'informations exhaustives contenant horaires de train ou de bateaux, cartes, et nombreuses publicités, comme *Tours through North America*, publié par American Express en 1929, ou un livret pour une croisière baltique de 1932 qui comporte les menus complets au dos. D'autres brochures peuvent aussi être intéressantes pour leur provenance. Ainsi, *Gand la monumentale*, qui se déplie comme une carte, porte le tampon de l'hôtel Métropole de Bruxelles et du service communal du tourisme, et la brochure *Germany Baden and the Black Forest* le tampon des fameuses agences générales de voyages des wagons-lits et leur adresse emblématique « 118 av. Champs-Élysées ».

Beucler évoque cette collection dans les années 1960 lorsqu'il est invité dans l'émission radiophonique de Pierre Lhoste, *La Maison de vos rêves*<sup>7</sup>. Il y parle par exemple de son rêve d'avoir chez lui de petites tables pour accueillir les lectures en cours et notamment les revues qui constituent pour lui la « cueillette de nos kiosques hebdomadaire ». À une question concernant ses éventuelles collections, il raconte sa tristesse d'avoir perdu pendant la guerre cette collection qu'il qualifie d'« unique » :

6. Ces brochures sont aussi parfois drôles. Dans *La Grande-Bretagne*, par exemple, on choisit ses trains et ferrys selon son mode de vie : « matinal », « pressé », voire « très pressé ». Dans ce cas, il faudra prendre alors « la nouvelle Flèche d'Or » qui ne met que 6h35 entre Londres et Paris en pullman.

7. *La Maison de vos rêves*, émission enregistrée le 22-12-1962 et diffusée le 09-02-1963 (vol. 2, de 4'40 à 5'30). Je remercie Roland Beucler de m'avoir fourni cette archive.

J'avais une collection mondiale de brochures de voyage. Vous savez c'est assez rare, je ne sais pas si beaucoup de personnes y ont pensé. Et j'avais des brochures de voyage qui provenaient à la fois de Hong Kong, ou de Vancouver, de l'Amérique du sud, de Suède, de Cadix, d'Algérie, ou d'Afrique du Sud, et elles étaient toutes rangées par pays et je pensais même à un classement par couleurs, et ensuite par cartes, pour pouvoir très facilement reconstituer, soit pour une causerie, soit pour une rêverie, un pays. Eh bien j'ai renoncé à tout ça, maintenant je ne collectionne actuellement plus rien...<sup>8</sup>

Dans le premier volet de la même émission, Beucler exprime son rêve de tout garder et de tout posséder. Il explique qu'il aimerait avoir, dans « la maison de ses rêves », des « catalogues », des « almanachs », « tous les livres, tous les dictionnaires, toutes les revues, tous les journaux, même si je ne les ouvre pas », mais aussi des planches représentant par exemple les champignons vénéneux. Ce rêve est lié à son désir d'être, comme il dit, « anténné avec l'inconscient du monde, avec tout ce qui se passe ». Cette tendance à l'encyclopédisme et sa soif de connaissances et d'images, qu'il exprime en 1962, s'incarnent entre autres dans sa collection de brochures touristiques. Dans cette même émission, il dit lui avoir « même » consacré un article. Il s'agit du texte de 1932 qu'il faut maintenant analyser en détail.

#### « INVITATIONS AUX VOYAGES »

Le titre, d'abord, repris à Baudelaire, mis doublement au pluriel, dit le rôle de ces brochures, créatrices d'un désir de voyage, mais exprime aussi la surabondance d'images et de discours au cœur de toute pratique de collection.

L'article « Invitations aux voyages » a paru dans *Arts et métiers graphiques*<sup>9</sup> en 1932, avec de nombreuses reproductions de brochures tirées de sa propre collection<sup>10</sup>, que le sommaire nomme d'ailleurs « affiches de voyage » alors que lui parle de « brochures de voyage ».

8. À la suite de ceci, il évoque également sa collection de papiers à en-tête, sur lesquels il dit avoir écrit les 300 pages de son roman *La Fleur qui chante*, paru en 1939, manuscrit qu'un collectionneur aurait depuis acheté (*ibid.*, à partir de 5'30).

9. André Beucler, « Invitations aux voyages », *Arts et métiers graphiques*, n° 28, 1932, p. 16-26.

10. Nous n'avons retrouvé dans ce qui reste de cette collection dispersée que deux brochures reproduites dans les pages de 1932.

Dans ce texte, André Beucler explique que les prospectus qui vantent, dans toutes les langues, les beautés des villes toscanes, flamandes ou russes, de la Grande-Bretagne ou de la Côte d'Azur sont « le plus bel album que l'on puisse rêver » et offrent un « panorama du monde » qui nourrit une « poésie de l'évasion ».

## INVITATIONS

Un jour viendra peut-être — car les collectionneurs ne manqueraient pas, et les engouements sont parfois si drôles — un jour viendra peut-être où il faudra vraisemblablement ranger les brochures de voyage dans un genre littéraire ou dans quelque famille poétique, dans un domaine de publicité supérieure ou dans une subdivision très moderne des beaux-arts, suggérée par exemple, au cours d'un congrès pour la vitesse ou pour le pittoresque, par un charmant sous-secrétaire d'État au tourisme.

J'en possède pour ma part cinq cents, classées par pays, dans un tiroir, et souvent je les examine, je les relis légèrement, je les interroge, je les caresse, je projette de les classer par fleuves, par montagnes, par langues, afin de recommencer cette aventure dans les images, ce cheminement dans le prix des chambres, cette course à travers les indicateurs par un autre bout,

(Dreger impr.)



Cr. de Wagons-Lits.

et de me dire, selon le jour ou l'humeur, que l'Europe, les hémisphères, la planète entière, ce sont des hôtels ou des ponts, des plages ou des forêts, des cabines, des piscines, des terrasses, des ports, des trains confortables, des avions robustes, des noms sonores et attirants, tous les signes, tous les détails enchanteurs et mensongers, tous les parfums, toutes les combinaisons d'une poésie de l'évasion, vieille comme les chemins, souvent élémentaire et fastidieuse à la longue, mais bien jolie.

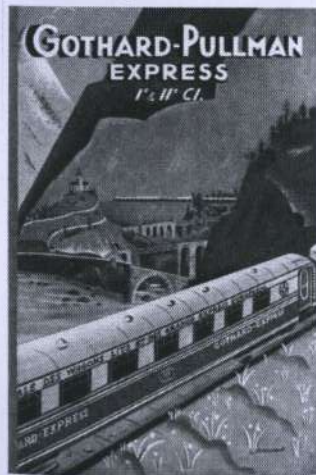
Ces opuscules gratuits et ravissants qui, réunis, cousus, étiquetés, dépliés, formeraient le plus bel album que l'on puisse rêver, le plus complet, et, de loin, le plus intéressant, on les imprime à Budapest, à Ottawa, à Melbourne, à Paris, à Moscou, partout où il y a une ville, partout où il y a une gare. Ils procurent à l'amateur de valises et de trajets, à celui

## AUX VOYAGES



C<sup>o</sup> Chemin de fer du Nord (Danel impr.).C<sup>o</sup> Chemin de fer du Nord (Danel impr.).

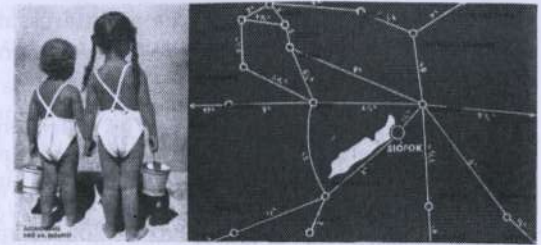
qui connaît son Occident ou son Amérique comme on connaît son métier, au voyageur, au fétichiste, à l'amant, au grand liseur sédentaire, un plaisir qui n'est pas de qualité supérieure, certes, un plaisir minime, comparable à celui qui nous est donné par une éblouissante boîte de cigares, par un excellent savon à barbe, un film comique ni long ni court, mais réussi — avec une différence de degré bien entendu ! Et pourtant... J'avoue tenir beaucoup à l'indicateur de la « Canadian National Railways » *superlative service between great cities*, pour ne citer qu'une pièce dans cet assortiment de petits chefs-d'œuvre luxueusement édités par la « Compagnie internationale des wagons-lits », le « Nord Deutscher Lloyd », la « Royal Mail »,

C<sup>o</sup> Internationale des Wagons-lits (Tolmer).C<sup>o</sup> de Navigation Hamburg-Amerika.

**Kitzbühel**  
Tyrol  
Austrian



Plaque de publicité pour le Kitzbühel.



Plaque de publicité pour Sigor (Hongrie).

la « Hamburg-America », la « Cunard », « Intourist », les syndicats d'initiative locaux, la « Compagnie française du Tourisme », les « Imperial Airways », les grands hôtels européens, « Mitropa », la « Reichsbahnzentrale für den Deutschen Reiseverkehr », toutes les compagnies de chemin de fer et de navigation, les ports, les villes et les colonies.

Ce qui caractérise cette forme d'art ou de publicité, c'est qu'elle possède un style universel, une manière mondiale, Sud-américaines, hollandaises ou soviétiques, les brochures de voyage sont synonymes, elles ont des points de ressemblance, une parenté éclatante.



Publication pour Saint-Moritz (Fritz impr.).



Publication pour l'Exposition de Barcelone de 1929 (Office d'Édition d'Art).



Plaque pour le tourisme au Caucase.

Premières pages d'« Invitations aux voyages », *Arts et métiers graphiques*, n° 28, 1932.

Le texte est particulièrement intéressant en ce qu'il légitime sa collection et approfondit des phénomènes peu étudiés alors. Il s'ouvre ainsi :

Un jour viendra peut-être – car les collectionneurs ne manqueront pas, et les engouements sont parfois si drôles – un jour viendra peut-être où il faudra vraisemblablement ranger les brochures de voyage dans un genre littéraire ou dans quelque famille poétique, dans un domaine de publicité supérieure ou dans une subdivision très moderne des beaux-arts [...].

L'expression « publicité supérieure » rappelle l'intérêt de l'époque pour la publicité, notamment de Cendrars qui est l'auteur de « Poésie = Publicité » dès la fin des années 1920<sup>11</sup>. Plus loin, Beucler donnera plusieurs exemples et parlera des « petits chefs d'œuvre luxueusement édités » par la Compagnie internationale des wagons-lits, le Nord Deutscher Lloyd ou encore la Royal Mail.

Dès le deuxième paragraphe, Beucler pointe un rapport personnel, tactile, à sa collection : « J'en possède pour ma part cinq cents, classées par pays, dans un tiroir, et souvent je les examine, je les relis légèrement, je les interroge, je les caresse, je projette de les classer par fleuves, par montagnes, par langues [...] ». On comprend alors que le plaisir de cette collection vient de la possibilité de l'évasion, mais aussi de la taxinomie. Comme tout collectionneur, Beucler cherche à saisir en ses mains l'ensemble du monde et exprime cette utopie de la totalité par la répétition des déterminants « des » et « tous » :

[...] l'Europe, les hémisphères, la planète entière, ce sont des hôtels ou des ponts, des plages ou des forêts, des cabines, des piscines, des terrasses, des ports, des trains confortables, des avions robustes, des noms sonores et attirants, tous les signes, tous les détails enchanteurs et mensongers, tous les parfums, toutes les combinaisons d'une poésie de l'évasion, vieille comme les chemins, souvent élémentaire et fastidieuse à la longue, mais bien jolie.

Tout semble possible dans ces brochures et l'album d'images renvoie au monde de l'enfance et du rêve. Beucler n'est pas dupe des stéréotypes qu'ils véhiculent et s'en moque même. La futilité s'efface en effet devant le rêve encyclopédiste qu'il va expliciter à la fin du

11. C'est un concours de publicité de *La Revue de la femme* qui fait réagir Cendrars : il publie « Poésie = Publicité » dans *Chantecler* le 26 février 1927. Le texte est aujourd'hui repris dans ses œuvres complètes : *Tout autour d'aujourd'hui*, t. XI, Paris, Denoël, 2005, p. 115-121.

texte en louant « ces fascicules d'une immense et précieuse encyclopédie ». Un peu plus loin, on lit :

Les brochures de voyage sont gratuites. En France ou à l'étranger, quand on entre dans une succursale de chez Cook, ou chez un imitateur, un disciple de Cook, on les voit, éparpillées sur les tables, offertes, plus chargées de sens que les bouquins du libraire, ou bien, dans l'épaisseur de ce hall qui est confus comme un port, on les aperçoit, accrochées ; mêlées aux journaux, aux cartes postales de l'établissement, aux affiches de théâtre, à toutes les formes du romanesque actuel, pareilles à des fruits que l'on dédaigne de cueillir.

Cette dernière phrase, ainsi que l'adjectif « éparpillé », met en avant la gratuité de ces objets qu'il n'y a qu'à ramasser. La pratique de la collection s'apparente alors à du glanage. On pense ici à l'article « Équation de l'objet trouvé » où Breton formule la théorie surréaliste de l'objet trouvé<sup>12</sup>, mais pourtant, il n'y a dans la pratique de Beucler pas de dimension symbolique ou mystique. Rien n'est ici à interpréter, les brochures ne sont le signe de rien qui les dépasse : elles sont simplement là.

Plus qu'à Breton, il faut sans doute penser ici à Éluard et à sa fameuse collection de cartes postales qui fonctionne sur un principe similaire de poésie de la taxinomie et de glanage. Ce rapprochement se justifie encore davantage lorsque Beucler explique que toutes les brochures ne sont pas gratuites, qu'il en existe de très luxueuses qu'il est difficile de se procurer, comme ces « morceaux de choix », qui se « distinguent de la petite plaquette par une présentation royale et quelque chose d'audacieux dans l'illustration », phrase qui fait penser à l'article d'Éluard qui paraît un an plus tard dans *Minotaure*, notamment lorsqu'il qualifie sa collection de cartes postales 1900 de « petite monnaie [de l'art qui] donne parfois idée de l'or. »<sup>13</sup>

Dans « Invitations aux voyages », Beucler en vient progressivement aux usages qui peuvent être faits de ces brochures. En tant qu'« atlas-type » ou « atlas parfait », elles forment une « documentation précise et romanesque ». Elles peuvent aussi servir à la poésie. Ces deux usages, soit romanesque, soit poétique, rappellent la

12. André Breton, « Équation de l'objet trouvé », Documents 34 : *Intervention Surréaliste*, 1934, p. 16-23, repris dans *L'Amour fou*, ch. III, *Œuvres complètes II*, « Bibliothèque de la Pléiade », Paris, Gallimard, 1992, p. 697-709.

13. Paul Éluard, « Les plus belles cartes postales », *Minotaure*, n° 3/4, décembre 1933, p. 85-100.

partition que faisait Beucler dans l'extrait de radio déjà cité « soit pour une causerie, soit pour une rêverie ». Il existe en effet un usage plus « fantaisiste » de cette documentation, qui peut servir à composer un genre de poème dont il donne un exemple, en se réclamant de Fargue :

Élévateurs flottants pour céréales du port de Rotterdam en 1928 : 27. Prix du billet de Berlin à Londres par avion, via Amsterdam : par personne 130 marks. L'absence d'insectes vraiment désagréables mérite d'être mentionnée tout particulièrement pour la Grande-Bretagne. [...] Ces détails sont perdus dans un développement littéraire qui peut être le plus cocasse du monde. On pourrait ainsi composer, en glanant de ci de là, au hasard [de] l'Europe, quelques phrases ou appréciations inimitables, une anthologie de la persuasion, de la rodomontade et de la banalité splendide qui ferait la joie de bien des curieux. Et que de titres de romans, de films, que de trouvailles pour parfumeurs et couturiers : Edelweiss-Express, Dans le cœur du romantisme, C'est ici que l'Est tend la main à l'Ouest, Les compagnies de prose, L'eau des seigneurs, Émeraude-Palace, Mer expirant, etc.

L'article « Invitations aux voyages » offre donc un bel exemple de « poésie readymade<sup>14</sup> », faite de *cut-ups* de textes issus des brochures de voyage, dans un champ qui ne relève pourtant pas des avant-gardes.

Il ressort de cette lecture plusieurs éléments faisant apparaître des enjeux qui sont ceux, plus largement, de la manipulation d'images par les écrivains. En premier lieu, on y perçoit le plaisir tactile et concret du collectionneur, ce qui rejoint des analyses récentes de spécialistes de la culture visuelle sur la photographie vernaculaire, qui se prête, bien plus que d'autres formes de photographie, au maniement (au sens le plus concret de saisie par la main, de même que « manipulation » ou « manutention »), que l'on pense aux portraits-cartes, aux médaillons, et même aux photos sur nos téléphones aujourd'hui dits eux aussi « tactiles »<sup>15</sup>. En second lieu, les objets triviaux, commerciaux et publicitaires que sont les brochures de voyage peuvent générer une grande source de poésie. C'est même

14. Voir Gaëlle Théval, *Poésies ready-made, XX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècles*, Paris, L'Harmattan, « Arts & Médias », 2015.

15. Geoffrey Batchen, « Vernacular Photography », *History of Photography*, 24/3, 2000, p. 262-271. Il insiste sur la relation concrète, physique, que nous avons aux images vernaculaires et estime que la photographie vernaculaire « fait imploser la distinction présumée entre tactilité et visibilité » (« implodes the presumed distinction between tactility and visibility »), p. 24.

peut-être parce que ces images-objets sont triviales qu'elles permettent une appropriation créative et littéraire, l'anonymat étant ici, comme souvent, un accélérateur de l'appropriation. Il est intéressant que Beucler détaille le processus car souvent, lorsque les auteurs écrivent à partir d'images, ou inspirés par les images, le phénomène n'est pas mis en avant, involontairement tu ou volontairement occulté. Il est significatif qu'un écrivain en rende compte dans une revue comme *Arts et métiers graphiques* qui n'est pas une revue littéraire et qui entend dans ces années-là donner sa pleine valeur à l'art de l'imprimé. Enfin, chez Beucler plus particulièrement, cette collection révèle un rêve encyclopédiste, l'utopie d'une saisie complète du monde, mais aussi un fort désir taxinomique, qui paraît typique du rapport du modernisme, au sens large, aux images<sup>16</sup>.

Un dernier élément reste à évoquer. Il y a, me semble-t-il, dans cet article et chez Beucler, une forme de pensée de l'indépendance et de l'autonomie de l'image, la reconnaissance d'une poésie purement graphique – il parle d'un « bonheur purement graphique » à la fin de son texte. Cette notion mériterait peut-être d'être creusée à partir du thème de l'affiche, qui serait un type d'image qui se passerait de mots mais pas de la médiation d'un regard d'écrivain...

#### BEUCLER ET L'UNIVERS VISUEL DE SON TEMPS

Pour finir, il me paraît important de replacer le cas de Beucler et sa collection de brochures touristiques dans un contexte plus large.

L'article « Invitations aux voyages » se situe en effet dans un contexte moderniste de fort intérêt pour le graphisme et la typographie, notamment dans ce qu'on appelle le modernisme « tempéré » d'*Arts et métiers graphiques*<sup>17</sup>. La revue française s'intéresse beaucoup à ce type de production imprimée, comme à tous les imprimés publicitaires ou commerciaux, et Beucler, comme Mac Orlan, fait partie de ses plumes régulières. La même année, en 1932, il participe en effet au numéro spécial sur la photo, écrit dans le n° 27 au sujet des

16 Voir, dans ce même volume, l'article de Pierre Loubier qui développe la vision d'un rapport moderniste aux images.

17. Selon l'expression employée à l'époque et glosée par Dominique Baqué dans *Les Documents de la modernité. Anthologie de textes sur la photographie de 1919 à 1939*, Nîmes, Jacqueline Chambon, 1993. Cette notion est au cœur de la thèse de Kristof Van Gansen sur la place d'*Arts et métiers graphiques* dans le paysage éditorial moderniste (KU Leuven, 2017).

images de la littérature de jeunesse, dans le n° 29 sur les illustrations des *Fleurs du Mal* et publié dans le n° 30 l'article « Publicité et Poésie »<sup>18</sup>.

Autre point de rapprochement, Beucler fait incontestablement partie des écrivains fascinés par le voyage dans les années 1930, ceux qu'Aragon appelait avec mépris en 1928 les « littérateurs du verbe partir »<sup>19</sup>. Toujours en 1932, il livre l'article « Le grand tourisme. Poésie des grands trains internationaux » au *Figaro illustré*, dans lequel il évoque les publications des wagons-lits Cook et de la Compagnie internationale des wagons-lits, loue les « noms de fées » des trains de luxe et donne les horaires du North Star (Départ Paris Nord 11h/Amsterdam 18h57). Beucler continuera d'ailleurs à écrire sur le tourisme et le voyage pour les revues après la Deuxième guerre mondiale<sup>20</sup> et sera l'un des auteurs importants d'un corpus en voie d'exploration, les portraits de pays et de villes illustrés<sup>21</sup>.

Au-delà de son propre cas – son goût des collections, des voyages et des belles typographies –, l'attitude de Beucler rejoint un rapport d'époque aux images concrètes. La fin du XIX<sup>e</sup> siècle et les premières décennies du XX<sup>e</sup> siècle voient vraiment fleurir images dessinées sur les murs, parfois en très grand format, images de plus petits formats et affiches de toutes sortes, commerciales, théâtrales, politiques et publicitaires... Si le phénomène n'est pas proprement nouveau<sup>22</sup>, les années 1910 et 1920 vont inventer des façons d'utiliser et de s'approprier cette imagerie.

Cette appropriation est en premier lieu le fait des avant-gardes. Le collage est notamment un moyen idéal de faire entrer dans une œuvre d'art des images triviales, affiches, publicités et cartes

18. Voir l'article de Myriam Boucharenc dans ce même volume.

19. Louis Aragon, *Traité du style*, « L'imaginaire », Paris, Gallimard, 1991, p. 79.

20. Par exemple André Beucler, « Poésie, paysage et publicité », *Journal de Genève*, 24 et 25 juin 1961, ou « Un rapide nommé Mistral », *La Revue des voyages*, 2 juillet 1962.

21. Il a participé notamment à *La France, un portrait en couleurs : Paris et les provinces par d'éminents écrivains*, Paris, éditions Odé, 1959. Le projet de recherche sur le genre éditorial des portraits de pays et portraits de villes illustrés par la photo est porté par David Martens et Anne Reverseau (KU Leuven, groupe MDRN) en collaboration avec Jean-Pierre Montier (Rennes) et Galia Yanoshevski (Israël). Il s'inscrit dans le cadre du Pôle d'attraction interuniversitaire « Literature and Media Innovation » (<http://lmi.arts.kuleuven.be/>).

22. Comme le livre de Philippe Hamon nous le montre, *Imageries. Littérature et image au XIX<sup>e</sup> siècle*, « Les Essais », Paris, Corti, 2001.

postales<sup>23</sup>. On retrouve par exemple un prospectus de voyage dans un des collages les plus connus du surréaliste tchèque Karel Teige, *Departure for Cythera*<sup>24</sup>, mais aussi, dans *Greetings from a Journey* de 1923, où un montage avec une enveloppe collée re-contextualise l'image photographique comme carte postale. Des cartes postales et brochures touristiques apparaîtront aussi plus tard dans les œuvres du plasticien américain Rauschenberg, aux côtés d'images publicitaires et politiques.

Moins loin de Beucler, on trouve également des attitudes similaires chez les écrivains qui lui sont contemporains. Beaucoup d'écrivains modernistes ont en effet collecté ce type d'images. Les archives de Cendrars à Berne regorgent par exemple de prospectus, documents de voyages (horaires, billets), publicités diverses et papiers à en-tête, comme les nombreux documents qu'il a rassemblés en préparation d'un film documentaire sur le Brésil<sup>25</sup>. Mais ce rapport aux imprimés vernaculaires (c'est-à-dire qui sont destinés à circuler largement) est aussi et surtout, pour les écrivains modernistes, une affaire de discours et de poétique. André Billy raconte par exemple, dans « Comment je suis devenu poète », publié dans *Les Soirées de Paris* en 1912, qu'il s'est découvert au cours d'un voyage en train une véritable fascination pour les prospectus, les « catalogues, les affiches, les réclames de toutes sortes », lui donnant envie de « faire jaillir » la « poésie de notre époque ». L'origine de cette vocation poétique est à rapprocher des fameux vers-manifeste d'Apollinaire et du modernisme tout entier : « Tu lis les prospectus les catalogues les affiches qui chantent tout haut/Voilà la poésie ce matin et pour la prose il y a les journaux<sup>26</sup> ». Ce goût, Beucler le partage enfin et surtout avec son ami très cher Léon-Paul Fargue, véritable passionné

23. Voir par exemple Werner Spies, *Max Ernst. Les Collages, inventaire et contradictions*, trad. E. Kaufholz, Paris, Gallimard, 1984, et Elsa Adamowicz, *Surrealist collage in Text and Image: Dissecting the Exquisite Corpse*, Cambridge, Cambridge University Press, 2004.

24. Voir ces deux tableaux en ligne : <http://slcvisualresources.tumblr.com/post/78594349593/karel-teige-departure-for-cythera-1923-1924> et <https://emsvlitblog.wordpress.com/2009/12/07/karel-teige-photographer-and-designer-introduces-concepts-to-modern-advertising/>

25. Voir, par exemple, aux Archives Littéraires Suisses, le fonds Cendrars P41 9, qui regroupe le matériel accumulé en vue d'un projet de film sur le Brésil non réalisé, mais qui a occupé Cendrars de juin 1924 à avril 1926.

26. Apollinaire, « Zone », *Alcools, Œuvres poétiques*, « Bibliothèque de la Pléiade », Paris, Gallimard, 1965, p. 39.

d'images-objets de toutes sortes. Chez Fargue, le désir de photographies qu'il pourra rapporter chez lui et contempler apparaît très tôt. Ce sont surtout les images populaires et celles évoquant le voyage qui ont sa faveur. Dans *Un désordre familial*, il parle de *Banalité* et évoque son intérêt pour « les belles photographies de locomotives, des ports et de la mer<sup>27</sup> ». À la même époque, dans une sorte de parodie de la fameuse énumération de Rimbaud (« J'aimais les peintures idiotes [...] enluminures populaires »), Fargue écrit : « J'aime *Le Tour du Monde* et le *Journal des Voyages*. J'aime trouver l'image des villes célèbres sur les vieux paquets de chicorée de Bressuire<sup>28</sup> ». Fargue, comme Beucler, se passionne pour l'imagerie publicitaire. Dans deux textes de *D'Après Paris*, « Rêverie sur l'omnibus » et « Suite de la rêverie », Fargue énumère par exemple des affiches que l'on voyait autour de 1900 dans l'omnibus : « Au Bon Génie », « À la Redingote Grise » « Cordonnerie Champomier », « Fer Bravais », « Cacao Van Houten » ou encore « Moutarde Bornibus<sup>29</sup> ». Léon-Paul Fargue emploie également à plusieurs reprises le verbe « feuilleter » pour parler de la rue et des boulevards comme s'il s'agissait d'albums d'images, et en général de ce qu'on appellerait aujourd'hui la « culture visuelle » de son temps<sup>30</sup>.

Comme Beucler, Fargue est un cueilleur, un glaneur et un accumulateur. L'accumulation d'images rend possible deux actes qui vont de pair : regarder et manipuler. Si l'on a souvent analysé le premier, notamment à travers la figure du « regardeur<sup>31</sup> », le second est quelque peu délaissé. Les images vues et manipulées forment l'environnement visuel de l'écrivain que Mac Orlan appelle son « cabinet de travail ». Or, le cabinet de travail d'un créateur, quel que soit son mode de création, modifie son « pittoresque<sup>32</sup> ».

27. Léon-Paul Fargue, *Un désordre familial* (entretiens avec Frédéric Lefèvre, *Les Nouvelles littéraires*, 1929), Saint-Clément, Fata Morgana, 2003, p. 49-50.

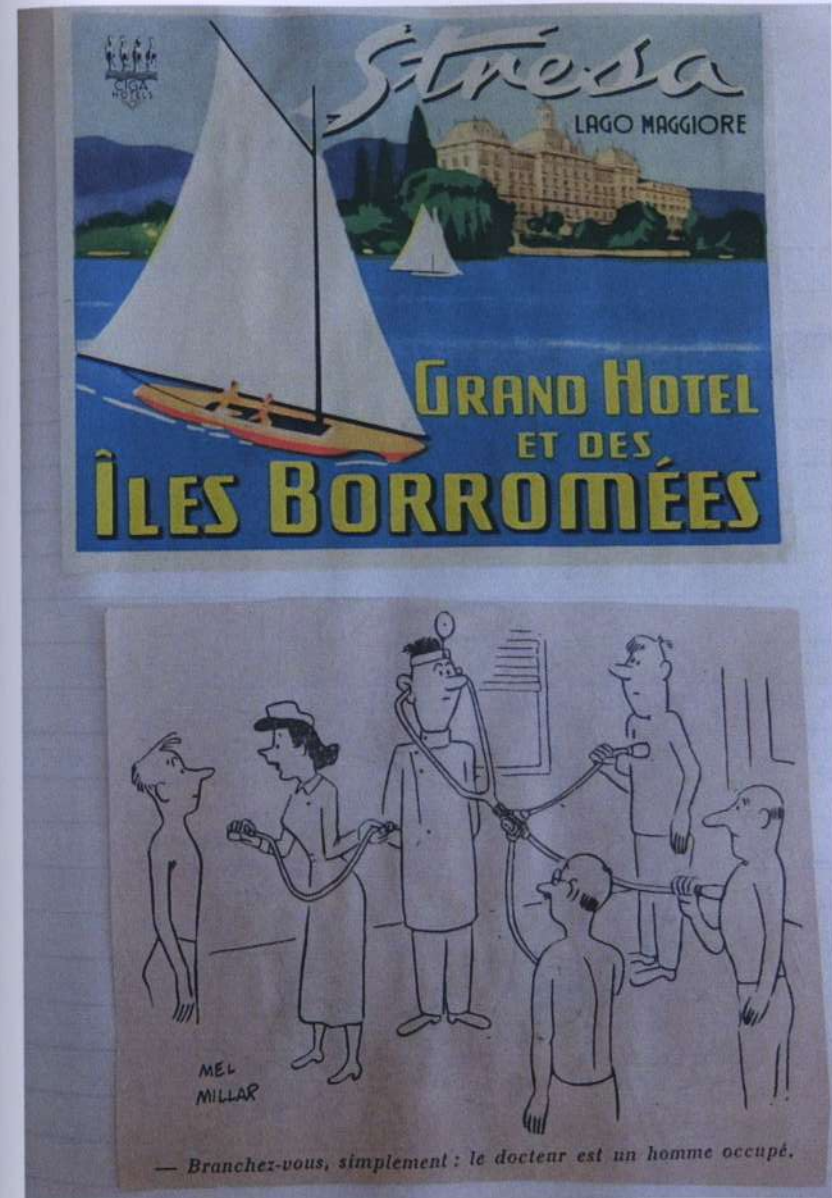
28. Léon-Paul Fargue, *Sous la lampe*, Paris, Gallimard, 1929, p. 18-20.

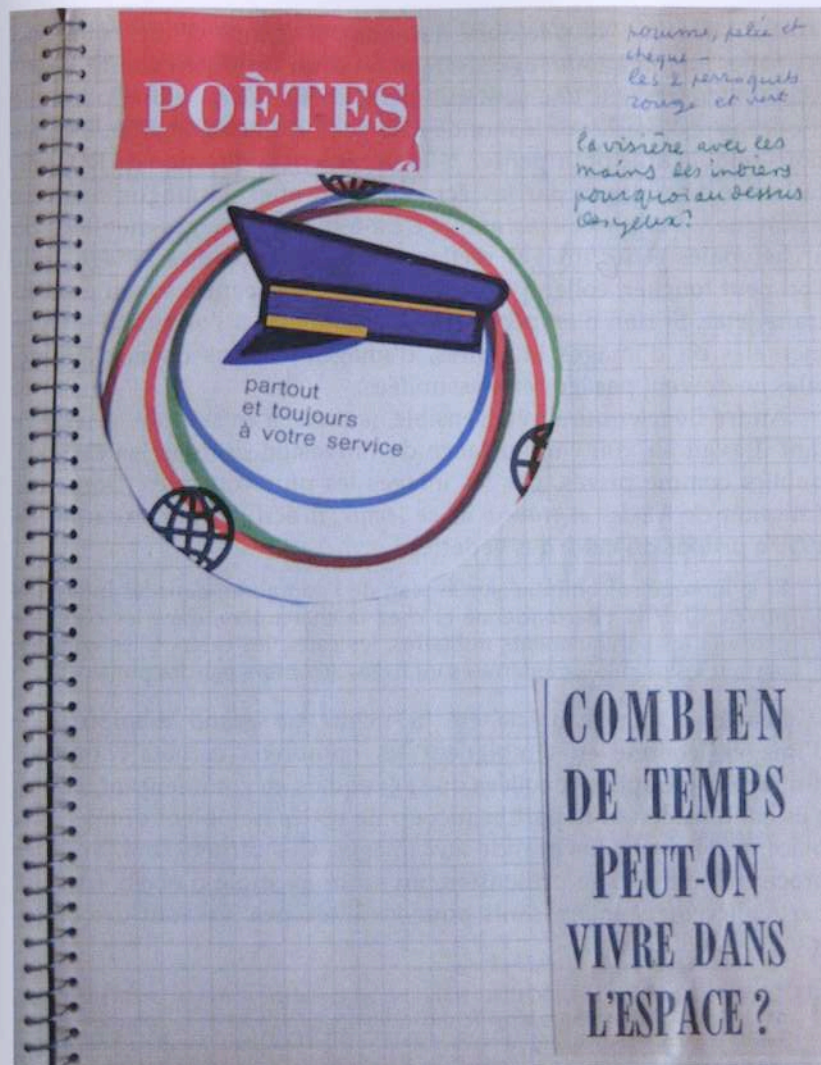
29. Léon-Paul Fargue, « Rêverie sur l'omnibus », *D'Après Paris, Le Piéton de Paris*, Paris, Gallimard, « L'imaginaire », 1993, p. 266-267. Sur ces deux textes, voir ma notice : « Rêverie (visuelle) sur la "Rêverie" », *Ludions*, n° 16, 2016.

30. « Nous montions sur l'impériale de Montrouge-Gare de l'Est. Nous feuilletons le boulevard comme un album. Nous en connaissons toutes les boutiques [...] » (« Suite de la rêverie », *ibid.*, p. 269) ou encore : « Nous pourchassions l'immense variété de vivre. Nous déchirions l'album des rues et des boutiques. Nous courions dans les fêtes en voleurs d'images » (« Talus », *ibid.*, p. 280).

31. Je reprends le terme à Anne-Cécile Guilbard.

32. Pierre Mac Orlan, « Graphismes », *Arts et métiers graphiques*, n°11, 15 mai 1929, p. 645-652.





Pages des cahiers d'André Beucler (fonds Beucler).

Au terme de ce parcours qui nous a menés d'une collection d'images, somme toute anecdotique, et d'un texte peu connu légitimant littérairement une pratique personnelle, jusqu'à une poétique moderniste ouverte sur le monde et le visible, une distinction lexicale nous semble utile pour penser plus largement la question de la manipulation des images par les écrivains. En effet, la langue anglaise distingue « *image* » et « *picture*<sup>33</sup> », c'est-à-dire les images mentales ou archétypales et les images réelles, concrètes, tangibles, images que l'on peut toucher, coller, plier, punaiser, garder contre soi ou au contraire jeter. Si rien n'empêche les *pictures* d'être à l'origine d'images mentales ou d'images littéraires, d'images au sens d'*images*, donc, elles ne doivent pas leur être assimilées.

André Beucler aurait été sensible, je crois, à ce sens de « *picture* » tant il avait su voir l'importance de l'invasion de tous les espaces, publics comme privés, par les images les plus concrètes. Dans une émission de *Modes et travers de ce temps*, il écrivait par exemple en 1955 à propos du culte des vedettes :

Et le kiosque se continue, sur le plan de l'adoration, dans les intérieurs privés. Chez la pharmacienne et chez la charcutière, dans les corps de garde et les baraquements militaires, les cafés, les cabines, les dortoirs, partout les divinités modernes sont fixées aux murs par des punaises<sup>34</sup>.

Beucler a sans conteste été lui-même un grand manipulateur d'images, comme en témoignent les nombreux carnets composés d'images découpées et collées que j'évoquais en commençant, et qui, s'ils contenaient au départ beaucoup de textes, semblent donner une place de plus en plus grande aux images. Ces carnets sont, avec les brochures de voyage présentées, un autre exemple d'objets triviaux particulièrement intéressants pour les littéraires. Ce sont des objets

33. Dans la préface à l'édition française d'*Iconologie : image, texte, idéologie*, W. J. T. Mitchell explique ainsi la distinction, « intraduisible en français », entre *image* et *picture* : « Vous pouvez accrocher une *picture*, mais vous ne pouvez pas accrocher une image. La *picture* est un objet matériel, une chose que vous pouvez brûler ou abîmer. L'image est ce qui apparaît dans une *picture* et qui survit à sa destruction [...]. L'image n'apparaît jamais sans média, mais elle est aussi ce qui transcende les médias, ce qui peut être transféré d'un média à l'autre ». (W. J. T. Mitchell, *Iconologie : image, texte, idéologie*, trad. M. Boïdy & S. Roth, « Penser/Croiser », Paris, Les Prairies ordinaires, 2009, p. 21).

34. *Modes et travers de ce temps*, 5 avril 1955, sur le culte des vedettes comme création d'une mythologie. Chronique publiée dans *Plaisirs de Mémoire et d'Avenir*, n°4, octobre 2011, p. 31.

visuels et des objets matériels qui, à n'en pas douter, font pleinement partie de l'histoire littéraire<sup>35</sup>. Les prendre en compte et les étudier au-delà de leur aspect parfois anecdotique reviendrait à montrer l'impact des images les plus triviales sur les écrivains et sur la création.

CATHERINE HILBERT  
L'UNIVERSITÉ DE PARIS-SORBONNE

#### LES TEMPS CHANGENT.

Il faut certes se référer aux catégories littéraires à la broche et des ouvrages brutes, les formes changeant plus rapidement qu'il ne semble et cet effet de modernité n'est souvent que la perception guidée d'un changement plus ancien, véritable le phénomène de l'entre-deux-guerres est indéniablement marqué par une restructuration du savoir de l'époque et aussi par une augmentation des images — déjà existantes avant la guerre — en tout cas du nombre de volumes publiés : à 315 en 1920, 15 728 en 1930... soit plus de deux fois et demie. Ces livres, il faut les vendre et nous voudrions ici évoquer un exemple de stratégie éditoriale par un éditeur, Gaston Gallimard, qui se permettait, à travers la création de l'« *Collection de poche* », destiné au grand public, le sauvagement de son époque.

André Beucler a publié dans cette période, à la fin des années littéraires, un article dans lequel il analyse, à l'égard du public, les deux dimensions de ces livres, leurs caractéristiques qui les rendent littéraires et publics. De « *poésie* » et « *rapprochement* », il en « *collaboration* » on en est venu à la création d'un genre nouveau « *publicité littéraire* » ou « *littérature publicitaire* ».

35. À ce sujet, voir les textes théoriques du groupe MDRN, que j'ai co-signés : « ABC of Literary History », *Modern Times, Literary change*, dir. Jan Baetens et al., Leuven, Peeters, 2013, p. 9-24, et « Pour une nouvelle approche de la dynamique littéraire. Pense-bête », *Fabula LHT*, vol. 11, 2013 (<[fabula.org/lht/11/modern.html](http://fabula.org/lht/11/modern.html)>). On pourra également se reporter au texte théorique accompagnant la sortie du *Petit Musée d'histoire littéraire* (Impressions nouvelles, 2015), que j'ai rédigé avec Nadja Cohen : « Pour une histoire matérielle de la littérature », *Fabula, Atelier de théorie littéraire*, 2015 (<[fabula.org/atelier.php?Pour\\_une\\_histoire\\_materielle\\_de\\_la\\_litterature](http://fabula.org/atelier.php?Pour_une_histoire_materielle_de_la_litterature)>).