PAUL GUIMARD OU LE JEU AVEC LES MYTHES

Yvonne GOGA[*]

Abstract: *Paul Guimard, a writer from the second half of the twentieth century, suggests a poetics of deconstruction, despite the classical aspect of his romantic style of writing. The manner of playing with myths reveals this process, thanks to the permanent tendency of demythification. This deconstruction helps the author found his own myth, which invites the human being to take benefit from a combination of circumstances in order to find his balance before the anxiety of death.*

Keywords: *myth, identity, writing.*

Écrivain moderne, observateur de la culture et de la civilisation contemporaine, Paul Guimard semble suivre la voie du roman réaliste traditionnel, canevas qui cache ses intentions de révéler son art poétique. Le jeu avec les mythes est celui qui dévoile le mieux la démarche de son écriture. Entraîné dans les avatars de la poïétique, il mène ce jeu à la manière d'Apollinaire qui construit son discours sur l'exigence de la démythification pour la démystification, en vue de créer ses propres mythes[1].

Dans ses premiers romans, Paul Guimard prend en considération les mythes sécrétés par la société contemporaine[2]. Trois mythes de ce genre retiennent son attention : le mythe du grand magasin, le mythe de la star et le mythe du héros, tous trouvés, en majeure partie, sous le signe du mythe publicitaire[3]. Ils seront présentés et discutés selon leur chronologie dans les romans.

Dans *Rue du Havre*, le deuxième roman publié par l'écrivain, François, l'un des trois protagonistes du livre, décorateur aux Galeries Lafayette, qui a fait des études de beaux arts, remarque la situation de l'homme de la seconde moitié du XX[e] siècle :

> Tous nous attendons et, qui pis est, nous attendons *de*… De notre époque, de notre métier, de nos femmes, de notre pays. Nous attendons que les unes et les autres nous donnent quelque chose : de la chaleur, des perspectives, des satisfactions, des raisons, des preuves, que sais-je ! Nous avons des mentalités de créanciers. Nous sommes persuadés que nous ne recevons pas notre dû. Il suffirait peut-être de donner pour recevoir au lieu de se consumer dans l'attente (Guimard, 1957: 89).

[*] Université Babes-Bolyai, Cluj-Napoca, yvonne_goga@yahoo.fr

[1] Sironneau, J.-P.,(1980, 26-27) remarque que de nos jours la démythification et la rémythification ont une source importante dans le mouvement social et politique. La tendance à la « rémythologisation » est une prise en considération « de la richesse expressive du langage mythique et symbolique » qui « témoigne de la permanence de certaine structure mythique, de l'existence de constantes dans l'imagination huimaine ». La tendance dont parle Jean-Pierre Sironneau est évidente chez Guimard dont la thématique romanesque est influencée par la vie sociale contemporaine.

[2] Eliade, M.,(1978, 179) confère au mythe sa qualité de « modèle exemplaire » non seulement des rites « mais encore de toute activité humaine significative : alimentation, sexualité, travail, éducation. »

[33] On comprend le mythe moderne dans le sens de Roland Barthes, 1957. Il s'agit de l'image que la bourgeoisie impose au monde pour le remplir de sa culture et de sa morale.

BDD-A6062 © 2013 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:25 UTC)

Porte-parole de l'écrivain, François trouve les causes du mal existentiel dans le désaccord entre « attendre » et « donner », ce qui traduit l'inertie dans laquelle nous vivons, étouffés par la société de consommation qui nous a habitués à tout nous offrir sans faire d'effort. Madame Benett-Desbordes, la directrice de l'agence de publicité des Galerie Lafayette, est le promoteur de la société de consommation. Elle demande à ses dix décorateurs de trouver les moyens de tenter les acheteurs jusqu'à les rendre esclaves de l'acte d'acheter. Le grand magasin reçoit ainsi les qualités d'un espace mythique où le rituel se déploie dans le but de créer des adeptes. Ce rituel va de pair avec un processus de dépersonnalisation dans lequel est entraînée la foule, mais qui n'épargne pas plus les initiateurs. Le grand magasin voit se confronter les sentiments de « tentations offertes » et de « désirs exacerbés » jusqu'à conduire aussi bien les consommateurs que les publicitaires à la perte de leur identité. Les clients deviennent agressifs, transformés en une masse belliqueuse, comme le remarque François :

> Mais aujourd'hui, je vois enfin les fidèles dans leur cathédrale et le tableau est fabuleux. Cela tient de la ruée vers l'or, de la bataille de Poitiers, de l'incendie du Bazar de la Charité, de la révolte des Boxers, de la prise de la smalah d'Abd-el-Kader, de la pluie de sauterelles dans le Sud-Oranais, du passage de la Berezina, de la charge de la Brigade Légère, du cap Horn enfin, où se rencontrent et s'affrontent deux océans : celui des tentations offertes, celui des désirs exacerbés (*ibidem*: 72).

Par les affiches et les réclames propres à l'art publicitaire qu'ils créent sur la demande de leur directrice, les artistes de l'agence perdent leur capacité individuelle de réflexion et se transforment en automates, détournés des problèmes existentiels : Mme Benett-Desbordes fait de la psychologie appliquée. Ses collaborateurs s'interrogent-ils sur le sens de la vie ? Elle leur enjoint de répondre sur l'heure aux questions des autres, d'imposer par la persuasion un choix qu'eux-mêmes ne sauraient faire. (p.69)

La directrice de l'agence publicitaire du grand magasin démontre que dans la société de consommation de nos jours, les places dans une hiérarchie ne sont pas occupées uniquement par le pouvoir économique, ce qui a été déjà établi depuis des générations, mais également par une politique de manipulation des gens qui les humilie au lieu d'agir à leur profit. Selon le point de vue de Paul Guimard, écrivain de la seconde moitié du XX^{e} siècle, l'espace du grand magasin avec ses rites publicitaires ne fait que démythifier le mythe qui existait déjà depuis le XIX^{e} siècle.[1] Au lieu de sacrer des traditions et d'offrir le bonheur[2], il présente l'homme impuissant dans sa propre condition. Cette humiliation est d'autant plus dure qu'elle est perçue aussi au niveau de l'acte créateur. François doit étouffer son talent de peintre dans des produits publicitaires, ne réussissant pas à s'affirmer comme artiste. Par la présentation de la manière dont se produit la publicité dans le grand magasin, Guimard démolit le mythe de l'art publicitaire qui, dans notre société contemporaine, empêche l'affirmation de l'art véritable. L'écrivain mène la même stratégie en présentant le sort du septième art, le cinéma, par le mythe de la star.

En tant que contenu, tout au contraire du mythe du grand magasin qui entrave l'affirmation de soi, le mythe de la star semble être bâti sur le désir d'affirmer son identité. Dans sa qualité de scénariste, Paul Guimard a eu l'occasion de pénétrer à l'intérieur de la production des films. À cette occasion, il a compris que le contenu du mythe de la star est juste le contraire de ce qu'il affiche : au lieu d'affirmer l'identité de

[1] Chez Balzac, mais surtout chez Zola, l'espace du grans magasion se crée son mythe.
[2] Voir le roman de Zola *Au Bonheur des Dames*

BDD-A6062 © 2013 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:25 UTC)

l'artiste, il la déconstruit jusqu'à l'anéantir. Dans le même roman, *Rue du Havre*, l'écrivain dénonce cette réalité et explique la démythification de ce mythe par la même course au profit. Catherine, une jeune fille qui suit des cours d'art dramatique, est élue par un metteur en scène pour l'adaptation à l'écran du dernier Goncourt. Par la manière dont le metteur en scène la prépare pour le rôle et la transforme en oubliant qu'il travaille avec un être humain, on comprend le mécanisme qui fait fonctionner le mythe de la star tout en le démythifiant. Catherine est transformée en star par la publicité avant même que le tournage du film soit commencé. Le mythe que l'on construit ne dit rien sur son talent interprétatif, l'image que l'on présente d'elle au public est de surface, étrangère à une vraie personnalité artistique et surtout étrangère à la jeune fille même :

> Catherine devait le plus souvent figurer dans sa chambre de jeune fille, abandonnée dans une pose rêveuse, la main sur un livre de philosophie, une poupée près d'elle et la jambe négligemment découverte. La pose variait d'un photographe à l'autre, le livre aussi, la poupée se muait parfois en ours de peluche, mais la jambe émergeait toujours du peignoir ou de la jupe (Guimard, 1957:109).

Par des raisons de profit financier, le metteur en scène change sans arrêt le lieu de tournage et, guidé par le principe que l'espace géographique est celui qui détermine l'aspect physique de l'héroïne du film, à chaque changement de lieu il réclame que l'on remodèle le corps de Catherine. Ces transformations qui commencent par des changements successifs de la couleur des cheveux continuent avec l'opération du nez et le remplacement des dents jusqu'à la tentative de remodeler ses seins, cette dernière arrêtée à temps par le père de la jeune fille. Le pire est que les mutilations ne sont pas seulement d'ordre physique mais surtout d'ordre psychique. Après tant de transformations, le metteur en scène considère que la jeune fille ne correspond plus au personnage du film. L'héroïne du mythe qui connaît la disgrâce éprouve la « cicatrice profonde » de son âme. En révélant toutes ces mutilations, Guimard démythifie le mythe de la star, mais toutefois il signale la voie à suivre pour la sauvegarde de la culture et de la civilisation. Pour apaiser le mal de son âme et pour retrouver son identité, Catherine a besoin d'aller assister au cours d'art dramatique : « Ce qu'elle cessait d'être, Catherine voulait bien en faire l'abandon mais elle devait d'abord se retrouver sous peine de disparaître. Amalia morte, il fallait que quelqu'un vive » (*Ibidem*:147). La dernière phrase dit beaucoup : « Amalia morte» c'est la mort de la star, mais cela rend possible la naissance de l'être humain muni de toute sa sensibilité.

L'écrivain envisage dans ses romans la notion de héros et d'héroïsme du même point de vue de l'affirmation de l'être sensible. Les personnages guimardiens ne sont pas de vrais héros, en ce qu'ils ne sont pas exemplaires. S'ils s'engagent, ils le font mal, s'ils combattent ils le font très faiblement. Sujets au concours de circonstances, qui gouverne la vie selon la philosophie de l'écrivain, ils subissent au lieu d'agir. Dans ce contexte, la notion de héros n'a pas de signification historique et sociale chez Guimard. Dans *L'ironie du sort*, l'auteur expose avec humour cette théorie. Après la guerre, le maire d'un village fait bâtir une « sorte d'obélisque sommé d'un coq victorieux » ayant à la base un bloc de granit pour graver les noms des morts sur le champ de bataille. L'ironie du sort a voulu que tous les hommes du bourg aient regagné leur foyer et que le seul disparu pendant la guerre ait été un ivrogne, mort en Allemagne de cirrhose. Le seul nom inscrit sur la plaque est celui du jeune Antoine Desvrières, victime d'un concours de circonstances qui l'a empêché d'accomplir un attentat organisé par la Résistance, contre un officier allemand. Sa consécration comme héros par le discours démagogique des autorités locales à l'occasion de l'inauguration du monument est en

BDD-A6062 © 2013 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:25 UTC)

contraste avec la nature de l'engagement du jeune homme, comme le constate Jean, son ami, présent à la cérémonie.

> Jean éprouva un sentiment de gêne. Tout lui paraissait faux et outré dans cette cérémonie. On s'efforçait grossièrement de faire coïncider un acte et un homme mais Antoine ne ressemblait pas à l'acte qu'il avait accompli, on caricaturait sa mémoire en la résumant à un instant exceptionnel (Guimard, 1961: 54).

En assistant à la cérémonie, Jean assiste à un rituel de mystification dont le résultat est la déformation du sens donné au mythe traditionnel du héros. Séduits par le discours, les gens du village deviennent plus sensibles à l'idée de la célébration de leur espace d'origine, qu'à l'acte d'un héros : « La population du village dégustait ces hyperboles. D'avoir, peu ou prou, connu « le fils à Desvrières », chacun s'estimait concerner par ce déferlement de gloire. Après des siècles d'obscurité, Saint-Sère-la-Barre entrait dans l'Histoire » (*ibidem:* 56). En même temps, la cause noble du héros qui dédie tous ses actes à l'humanité se voit dissoute dans la médiocrité. Pour les gens du village, seule la mort donne du sens à la notion de héros. Guimard le démontre par un jeu rusé de structure narrative. Le même événement est présenté avec des résultats différents. La Résistance, dont font partie Antoine et Jean, les deux jeunes amis de *L'ironie du sort,* organise le meurtre d'un officier allemand possesseur de documents qui attestent l'activité subversive du groupe. Antoine se propose pour accomplir cet acte. À la suite de l'attentat, Guimard envisage deux variantes : dans la première, Antoine blessé ne pouvant plus se sauver est attrapé par les Allemands et condamné à mort ; dans la seconde, l'attentat est raté et l'officier allemand dénonce l'activité de la Résistance. Dans ce cas, Jean, le chef, est condamné à mort et Antoine, survivant, fait naître la méfiance dans l'âme des villageois malgré le rôle qu'il a eu dans la Résistance. Son acte d'héroïsme est démythifié par des sentiments mesquins :

> Il n'était pas revenu à Saint-Sère-la-Barre depuis la mort de Jean en partie parce qu'il savait que l'opinion publique ne lui était pas favorable. L'histoire du lieutenant allemand escamoté par une voiture fantôme avait paru suspecte à plus d'un. Cela sentait le dégonflage. Qu'Antoine fût un des rares rescapés du réseau Cornouailles avait fait jaser d'autant plus que son mariage avec la fille du bâtonnier de Hauteclaire (...) (*ibidem:* 95).

En démythifiant les mythes de la société de consommation, Guimard dévoile les vices de la société contemporaine tout en présentant une stratégie scripturale moderne, fondée sur l'ironie fine, vrai héritage de la tradition littéraire française. La réécriture du mythe traditionnel illustre le mieux ce jeu, bien qu'il ne soit présent que dans le dernier roman, *Les premiers venus,* dans lequel l'écrivain réinterprète le mythe biblique de la Genèse. Il le fait en prenant une distance ironique par rapport à tout ce qui semble immuable et inattaquable comme on le voit dès la phrase de début du livre :

> L'Homme et la Femme que nous appellerons Adam et Eve, leurs noms originels, ne comprirent rien à l'ouragan que suscita leur fredaine. Ils s'attendaient à un froncement de sourcils de l'ombrageux Créateur ou, pire, à des remontrances dans le style pompeux régissant leurs rapports avec le Très-Haut, mais ils restèrent stupides devant le furieux ramdam qui suivit leur enfantillage (Guimard, 1997: 15).

Chassés de l'Eden, Adam et Eve passent par un processus d'humanisation, de l'état de « séraphins bâtards », à celui d'humains. En fait, ils sont entraînés dans un double processus, celui d'initiation à la vie de mortels et celui d'initiation à la civilisation. Les deux initiations se trouvent dans un permanent combat dont la victoire

BDD-A6062 © 2013 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:25 UTC)

revient à la seconde. Dans la lignée d'Alfred de Vigny, Guimard présente un Dieu qui a tourné le visage de ses créatures, déclinant toute sa responsabilité. Livrés à un espace qui leur est étranger et qu'ils doivent conquérir sans aucun savoir préalable, Adam et Eve n'ont d'autre appui que leur amour et leur parfaite communication soutenue par la pensée lucide qui leur donne la sagesse d'accepter la situation. La condition que cela se réalise est le dépassement de la solitude et l'achèvement de la communication interhumaine. C'est ce que symbolise le couple initiatique. À travers son histoire, Guimard dévoile la crise de la société contemporaine et suggère les remèdes pour que l'être humain puisse s'en sortir. Cela met en évidence sa stratégie de la démythification en démystifiant ce qui a été fabriqué par les processus de mystification propre à la société de consommation. Guimard fait comprendre cette démarche en présentant la manière dont les gens ont transformé Adam et Eve en héros exceptionnels de la Création, alors qu'ils ne désiraient que vivre « dans les confidences en tête-à-tête ». Proclamés créateurs du monde, ils n'arrêtent pas de recevoir des visiteurs et des cadeaux en hommage. Devenus vite objets de pèlerinage, Adam et Eve jouent un rôle qui ne les définit pas : « Adam et Eve s'accordèrent à penser qu'ils n'étaient pas faits pour le rôle qu'on leur avait imposé. Les personnages qu'ils devaient interpréter dans le scénario de la Création les gênaient aux entournures » (Guimard : 140). Le temps rend encore plus fascinante leur histoire nourrie par l'imagination des gens désireux de s'évader du réel. L'écrivain pose ainsi une question grave de la civilisation moderne : les gens éprouvent le besoin de se refugier du réel et implicitement de vivre dans un autre temps que le leur pour oublier leur condition de mortels. En réponse à cette crise existentielle, Guimard vient avec sa propre philosophie qui le conduit à la création de son propre mythe, fondé sur la compréhension de la fausse conduite de l'homme dans sa condition. Sans savoir comment échapper à l'obsession de la mort celui-ci est tenté d'oublier les choses simples que la vie lui offre. Paul Guimard considère qu'il y a deux causes principales de cette incapacité humaine : le désaccord entre les générations et la tentation de glorifier le passé.

La jeunesse ignore les choses qui ont de la signification pour les adultes et pour les personnes âgées alors que ceux-ci refusent de comprendre les choses qui ont de la signification pour les jeunes. Paul Guimard illustre cette absence de communication en reprenant la relation ancestrale père-fils et en réinterprétant le motif du double.

Dans *Les choses de la vie* et dans *L'Âge de pierre*, l'écrivain construit la relation père-fils sur l'idée qu'il n'y a aucune communication entre eux. Pourtant, devant la mort, les pères éprouvent le besoin de s'adresser à leurs fils avec amour. Cela devient possible parce qu'en faisant l'inventaire de leur vie, ils comprennent que, trop préoccupés par la vanité de leur âge adulte et par le devenir social, ils ont refusé à leurs enfants la communication de l'âme à l'âme. Le même message est transmis par le motif du double sur lequel est construit le roman *Le mauvais temps*, dans lequel le double adolescent et le double adulte s'affrontent. L'adolescent méprise les effets du temps sur le double adulte et refuse de communiquer avec lui pour se refugier de la réalité. La communication se réalise lorsque le double adulte comprend qu'avoir le regard tourné vers l'adolescence transformée en âge d'or ne fait qu'attester l'incapacité de l'être humain à vivre son âge. Dans le *Mauvais temps*, comme dans tous ses romans, Guimard transmet cette philosophie existentielle simple et saine. Ses héros ont compris que l'essentiel dans la vie est de profiter de son âge et des choses simples que la vie peut offrir. Guimard s'avère ainsi être un adversaire de la glorification du passé qui est nuisible, parce qu'inauthentique. Dans ses réflexions d'agonisant, Pierre Delhomeau comprend qu'il a raté l'essentiel de son existence parce qu'il n'a jamais su savourer les

BDD-A6062 © 2013 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:25 UTC)

« choses de la vie ». Guimard parvient ainsi à construire son propre mythe, le mythe de l'âge mûr, un mythe littéraire [1] bâti sur la sagesse de savoir profiter à chaque âge de chaque instant de bonheur et de savoir dépasser l'orgueil de la tour d'ivoire. Le mythe construit par Guimard invite à la communication entre les êtres par la voie des sentiments partagés dont l'amour avec toutes ses formes est le noyau. Guimard simplifie ainsi le débat existentiel en le fondant sur deux principes : comprendre que nous ne vivons pas sur le coup du fatalisme et savoir profiter de tout concours de circonstances.

Pour Guimard, « marcher du même pas » que sa vie, c'est à la fois se méfier du passé et de l'avenir. Rêver de l'avenir est aussi nuisible que glorifier le passé. Arrivé à l'âge de la retraite, Pierre, le protagoniste du roman *L'âge de pierre*, s'auto-exile en Irlande, où il a le temps de réfléchir et de comprendre l'erreur de sa vie. Il a vécu des ambitions de construire son avenir qui ont occupé toute son existence et l'ont empêché de jouir des « choses de la vie ». À un narcissisme forcené qui oblige l'homme à se construire une identité éclatante pour vaincre le temps, Paul Guimard oppose un regard lucide sur sa propre personne qui fait comprendre à l'homme qu'il n'existe que dans son propre temps. L'écrivain souligne ainsi que dans notre société, l'avenir ne nous appartient pas, il appartient à d'autres que nous, à des gens qui ne nous comprennent pas faute de ne pas avoir vécu dans notre temps :

> Les vieillards d'autrefois étaient moins malheureux et moins isolés que ceux d'aujourd'hui ; si, en demeurant sur la terre, ils avaient perdu leurs amis, peu de choses du reste avaient changé autour d'eux ; étrangers à la jeunesse, ils ne l'étaient pas à la société. Maintenant, un traînard dans ce monde a non seulement vu mourir les hommes, mais il a vu mourir les idées : principes, mœurs, goûts, plaisirs, peines, sentiments, rien ne ressemble à ce qu'il a connu. Il est d'une race différente de l'espèce humaine au milieu de laquelle il achève ses jours (Guimard, 1992 : 104).

La philosophie de Guimard enseigne qu'il ne faut jamais attendre. Ce qui nous reste dans notre société contemporaine et ce qui nous fait savoir vivre est de savoir donner au lieu d'attendre, vivre avec l'âme au lieu d'attendre des accomplissements venus de l'extérieur. L'attente, c'est l'inertie de la quête identitaire.

En conclusion, on peut comprendre pourquoi la distinction entre « attendre » et « donner », signalée par Guimard dans *Rue du Havre*, est fondatrice pour le mythe de l'âge mûr. Elle exprime le vrai combat existentiel de l'homme, qui est un combat contre soi-même, contre la lassitude et la résignation, mené pour l'affirmation de son identité. Le rituel que l'homme doit accomplir est de savoir avancer en âge « attentif à jouir » selon une philosophie inspirée d'Épicure, mais ajustée par le principe horacien de la juste mesure. L'être humain peut transformer le mythe de l'âge mûr en réalité s'il comprend qu'au lieu d'attendre ce que la société et les hommes lui offrent, il doit donner. Son don est la richesse de son âme, seule voie pour mettre l'accord de l'affirmation individuelle et de la communication avec l'autre. C'est un point de vue optimiste qui invite l'homme à profiter de toutes les circonstances de la vie, par la voie de la sensibilité accrue.

S'il est la clé de la philosophie de Paul Guimard, le mythe de l'âge mûr constitue aussi la clé de sa poïétique. Il explique la démarche de son écriture, qui malgré son aspect classique, s'inscrit dans la post-modernité par son mécanisme de

[1] Voir la définition donnée par Alboury, P., (1968, 301) au mythe littéraire : « l'élaboration d'une donnée traditionnelle ou archétypique, par un style propre à l'écrivain et à l'oeuvre, dégageant des significations multiples, aptes à exercer une action collective d'exaltation et de défense ou à exprimer un état d'esprit ou d'âme spécialement complexe ».

BDD-A6062 © 2013 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:25 UTC)

déconstruction (démythification et démystification), pour la construction de soi (la mythification sans mystification).

Bibliographie

Albоury, P., *Mythes et mythologie dans la littérature française***,** Armand Colin, Paris, 1968
Barthes, R., *Mythologies*, Editions du Seuil, Paris,1957
Eliade, M., *L'épreuve du labyrinthe*, Editions Belfond, Paris, 1978
Guimard, P., *Rue du Havre*, Denoël, Paris, 1957
Guimard, P., *L'ironie du sort*, Denoël, Paris, 1961
Guimard, P., *Les choses de la vie*, Denoël, Paris, 1967
Guimard, P., *Le mauvais temps*, Bibliothèque du Temps Présent, Paris, 1978
Guimard, P., *Les premiers venus*, Grasset, Paris, 1997
Guimard, P., *L'âge de pierre*, Grasset, Paris, 1992
Sironneau, J.-P., « Retour du mythe et imaginaire socio-politique », Sironneau, J.-P [et. al], *Le retour du mythe*, Presse universitaire de Grenoble, 1980.

BDD-A6062 © 2013 Universitatea din Pitești
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:01:25 UTC)