# LE PROBLEME DE L'ART DANS *RUE DU HAVRE* DE PAUL GUIMARD

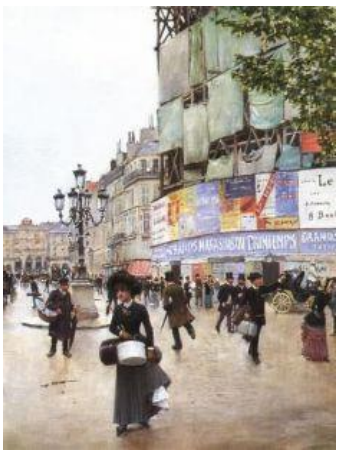
**Emanuel TURC**
"Babeş-Bolyai" University of Cluj-Napoca

*Abstract: Art is one of the main themes of Paul Guimard's novel. His characters are the ambassadors of a society defined by a crisis of values. They use art – painting, directing, acting – in a pragmatic, commercial way. Art and artist are only objects used to get financial benefits. It's a job like any other job. It has to attract and it has to sale. A distinction has to be made between art and mass culture. The characters in question are: François, The Master, Catherine and Zingel. All these artists submit their talent to consumerism.*

*Keywords: art, crisis, attract, sale, mass culture.*

*Rue du Havre* est un roman de Paul Guimard, paru en 1957 aux éditions Denoël, couronné par le Prix Interallié la même année. Le récit tourne autour de trois personnes : Julien, François et Catherine. Chaque jour, Julien Legris vend des billets de loterie, à Paris, dans la rue du Havre, près de la gare Saint-Lazare. Pour briser la monotonie quotidienne, il imagine des scénarios en observant les passants pressés. C'est ainsi qu'il trouve que François et Catherine sont faits l'un pour l'autre. Le problème c'est que leurs trains arrivent à onze minutes d'intervalle, ce qui fait que les deux ne se rencontrent pas, malgré l'intervention de Julien.

Implicitement ou explicitement, le roman de Paul Guimard se prête à un jeu inter-artistique dans la mesure où certains épisodes convoquent chez le lecteur des références de personnages théâtrales, cinématographiques ou picturales. D'ailleurs, le titre-même du roman évoque des représentations plastiques célèbres de cet espace-symbole qu'est la rue du Havre. En voici quelques unes.[1]



Jean Béraud, *Rue du Havre* (huile)




Alexandre Trauner, dessein de la rue du Havre

À ce point précis, le problème de la peinture en tant que sous-thème du roman est déjà posé, ne fut-ce que par extrapolation. C'est François qui nous conduit vers les « beaux-arts », malgré le caractère superficiel, trop commercial, de son métier. Il fait de « l'art publicitaire »

[1] Les images sont tirées du site www.google.ro/images, consulté le 3 janvier 2010.



BDD-A22059 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:08:13 UTC)

pour de grands magasins et, par ceci, il subordonne son talent à l'esprit de consommation, pour ainsi le nommer. L'art n'est plus un but à atteindre, mais un artifice dont se sert le commerce, un simple ajout esthétique qui a pour but d'attirer l'attention, de surprendre l'œil. François le dit lui-même, c'est un travail quelconque qui doit assurer le pain quotidien de l'« artiste » :

> Notre métier consiste à enrichir des ressources de l'art les étalages et les rayons. Hier les calicots — au double sens du mot — suffisaient à cet office ; mais aujourd'hui la cliente exige que son choix soit sollicité par de multiples artifices. La robe de printemps ne tentera l'acheteuse que si le printemps est présenté avec la robe. On ne saurait lancer sur le marché une nouvelle marque de tampon périodique si l'objet n'est assorti d'un emballage évoquant le ski nautique ou les Nuits de Musset. [2]

Pourtant, il se pose un bon nombre de questions sur son travail, sur « la somme de talent dépensé en dix ans pour vanter par l'image l'excellence des marchandises hétéroclites »[3]. S'il avait investi tout ce talent dans la « peinture pure »[4], il aurait eu une belle carrière dans les arts plastiques. D'ailleurs, Irène aussi lui reproche ce métier, qui, dit-elle, le dégrade. « Elle se fût mieux accommodée d'une austérité portant la promesse de chefs-d'œuvre »[5]. Pour François, c'est le terrible conflit entre le matériel et l'immatériel, « entre les chèques de la publicité et l'austérité exaltante de l'art »[6]. Les aspérités de la vie quotidienne l'ont fait perdre l'enthousiasme de sa première année aux « Beaux-Arts », quand il avait commencé à illustrer l'*Apocalypse* selon saint Jean. Et cela c'est un drame rien que réaliste. Au-delà de l'image bohème et sur-charnelle que l'on a de l'artiste, au-delà de l'homme qui se nourrit de sa création, c'est l' « animal social », l'homme dépendent, soumis aux mêmes lois et aux mêmes nécessités que tout le monde. Pour qu'on puisse se donner ce cadeau qu'est le plaisir de l'art, il vaut mieux que les autres besoins, ceux qui tiennent de l'existence matérielle, soient satisfaits. C'est ce que le personnage de Guimard semble nous dire.

À partir de cette discussion, ce serait intéressant d'entraîner une autre, sur la mode, notamment : Est-elle un art ? En quoi est-elle déterminée par l'image est par le langage ? Le dictionnaire *Larousse* définit le terme « mode » comme « **1**.Manière de vivre, de se comporter, propre à une époque, à un pays. **2**. Manière passagère de se conduire, de penser, considérée comme de bon ton dans un milieu, à un moment donné. »[7] Ces définitions surprennent le principe essentiel de ce phénomène social : la seule dimension constante de la mode est, paradoxalement, le changement. Cela étant, nous sommes censés parler d'une actualisation annuelle du code vestimentaire. Alors, comment être à la page ? La réponse vient de Roland Barthes. Ce sont les journaux de mode qui remplissent « la fonction didactique »[8] dans notre éducation vestimentaire. L'image et le texte sont consubstantiels à l'idée de représentation, l'une ne peut pas communiquer indépendamment de l'autre. C'est

[2] Paul Guimard, *Rue du Havre*, Paris, Éditions Denoël, 1957, p. 65.
[3] *Ibid.*, p. 70.
[4] *Ibid.*
[5] *Ibid.*, p. 65.
[6] *Ibid.*, p. 66.
[7] www.larousse.fr, consulté le 13 janvier 2011.
[8] Roland Barthes, *Système de la mode* in *Œuvres complètes* II, Paris, Éditions du Seuil, 2002, p. 914.



BDD-A22059 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:08:13 UTC)

maintenant qu'il convient d'opérer avec « le vêtement-image »[9] et « le vêtement écrit »[10]. En voici un exemple.



> Cette robe est sans manches. Le haut se termine par un décolleté droit finit par quatre bretelles fines. Sur le bas de la doublure, il y a un volant de tulle qui donne de l'ampleur à celle-ci. La couche à l'extérieur est en organza brillant avec des broderies et des fleurs resplendissantes. Dans le dos, la robe à une fermeture éclair ce qui permet un habillage plus facile. Pour ajuster parfaitement la taille, il y a une ceinture en organza. Allant avec la robe une étole en organza assortie.[11]

Comme le dirait Barthes, on a affaire ici à deux vêtements différents. Le premier, celui qu'on nous présente photographié, c'est le vêtement-image. Le second, c'est le même vêtement, mais décrit, converti en expression langagière. La robe est doublement représentée, celle d'en haut devient celle d'en bas : « La couche à l'extérieur est en organza brillant avec des broderies et des fleurs resplendissantes. » Ce dernier, c'est un vêtement écrit. Tous les deux renvoient à la même réalité et, pourtant, ils n'ont pas la même structure. Pourquoi cette reprise du contenu ? La même robe photographiée, pourrait-elle être perçue de façons différentes ? Peut-être. Ce qui est sûr, c'est que la parole facilite la compréhension du message vestimentaire. Elle « immobilise la perception »[12] et dote l'image d'un sens plus complexe. Le pastique et le verbal, ensemble, transmettent un message rien que persuasif : « Achète cette robe ! », ou, au moins, « Désire-la ! ». C'est là le rôle de François, en tant qu'agent publicitaire, et de son art visuel. Il doit attirer la clientèle en ajoutant des informations visuelles et textuelles aux produits en vente, aux vêtements, dans ce cas.

En plus, le langage vient le plus souvent avec un ajout d'information par rapport à l'image. C'est ce que Roland Barthes appelle la « fonction de connaissance »[13] de la parole. Il donne comme exemple la description d'un tissu coloré lorsque la photographie est grise, ou celle d'un détail inaccessible à la vue. Une image comme la notre ne peut pas livrer toutes les informations sur la robe. Il y a des éléments cachés derrière le caractère plane de l'image et l' « omniscience » du langage vient à l'appui de son autorité, car toute apparence confuse ou imprécise des formes visibles est supprimée : « Dans le dos, la robe à une fermeture éclair ce qui permet un habillage plus facile. » Voici encore une fois le caractère persuasif de la

[9] *Ibid*., p. 903.
[10] *Ibid*.
[11] L'image et le texte sont tirés du magazine *Elle*, section *Mode*, disponible en ligne sur www.elle.fr (le 13 janvier 2011). Désormais, les citations sans référence auront comme source ce journal de mode.
[12] Roland Barthes, *Système de la mode*, *op. cit*., p. 913.
[13] *Ibid*., p. 914.



BDD-A22059 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:08:13 UTC)

description qui exploite chaque détail en vertu de l'esprit commercial. Alors, comment se contenter d'afficher une photographie quand il y a tant d'informations à transmettre ?

Le texte qui accompagne la représentation plastique de la robe fixe le niveau de lecture à son tissu, à sa ceinture, à l'accessoire dont elle est ornée. C'est la parole qui choisit à la place de l'œil et qui donne au lecteur l'impression de toucher le matériau textile, la perception du palpable : « Sur le bas de la doublure, il y a un volant de tulle qui donne de l'ampleur à celle-ci. La couche à l'extérieur est en organza brillant avec des broderies et des fleurs resplendissantes. » À ceci s'ajoutent la « ceinture en organza » et « une étole en organza assortie ». Sans ces mentions, certains éléments peuvent passer inaperçus.

C'est toujours le langage qui, par son caractère abstrait, « permet de dégager certaines fonctions (au sens mathématique du terme), il dote le vêtement d'un système d'oppositions fonctionnels (par exemple, *fantaisie/classique*), que le vêtement réel ou photographié ne peut manifester d'une façon aussi claire. »[14] En effet, la robe en tant que telle n'est pas tout à fait capable à exprimer les tendances vestimentaires d'une saison, par exemple. Il faut faire plus que montrer, il faut énoncer.

Jusqu'ici nous avons discuté sur le « *savoir* »[15] que le langage ajoute à l'image. Mais il arrive aussi que la parole recrée l'image sans pour autant apporter de la nouveauté. Il s'agit dans ce cas de doubler ce qui est bien visible dans la photographie : « Cette robe est sans manches. Le haut se termine par un décolleté droit finit par quatre bretelles fines. Sur le bas de la doublure, il y a un volant de tulle etc. » Pourquoi faire cela ? Parce que, selon Barthes, la parole a aussi une « fonction d'emphase »[16]. La photographie met devant nous le vêtement en tant qu'unité substantielle, pour ainsi dire. Aucune partie n'y est privilégiée. C'est un ensemble qui se consomme au moment ou l'on regarde. Le commentaire, par contre, lance des coups de projecteur sur certains éléments pour en affirmer l'importance. On aurait tout aussi bien pu passer en revue les détails plus ou moins inédits, comme les broderies ou les fleurs resplendissantes, sans mentionner ce que l'image montre bien : le fait que la robe est sans manches, que le haut se termine par un décolleté droit etc. Dans ce cas-là, on aurait eu affaire à une emphase, à « une série de choix, d'amputations »[17]. C'est sélecter certaines parties (la substance, la ceinture, l'ornement, par exemple) et oublier d'autres (la couleur ou la forme), comme si la porteuse de la robe allait seulement vêtue des fleurs et de souplesse[18], dit Barthes. Lisons-le infra.

> C'est qu'en effet les limites du vêtement écrit ne sont plus celles de la matière, mais celles de la valeur ; si le journal nous dit que cette ceinture est en cuir, c'est que son cuir vaut absolument (et non sa forme, par exemple) ; s'il nous parle d'une rose sur une robe, c'est que la rose vaut autant que la robe ; une encolure, une fronce, si elles sont dites, deviennent vêtement de plein statut, au même titre que tout un manteau. [19]

[14] *Ibid*., p. 915.
[15] *Ibid*., p. 914. Ici, précise Barthes, le terme a emprunté le sens donné par J.-P. Sartre. « De la photographie au dessin, du dessin au schéma, du schéma au langage, il y a investissement progressif de savoir. », *apud* J.-P. Sartre, *L'imaginaire*, Paris, Gallimard, 1948, p. 274.
[16] *Ibid*., p. 915.
[17] *Ibid*.
[18] *Cf*. Roland Barthes, *Système de la mode*, *op. cit*., p. 916.
[19] *Ibid*., p. 916.



BDD-A22059 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:08:13 UTC)

C'est ainsi que, par antiphrase, l'accessoire devient l'essentiel, il recharge le message contenu par l'ensemble du vêtement.[20]

Cette emphase que la langue met sur certains traits vestimentaires ne vise pas à les isoler pour en mettre en lumière la valeur esthétique, mais simplement à organiser la description. La robe photographiée en tant que telle ne commence ni ne finit nulle part. Elle une simple robe qu'on « consomme » en un clin d'œil. Mais, lorsqu'on la décrit, la robe commence aux « quatre bretelles fines », continue par un « décolleté droit » et finit par « des broderies et des fleurs resplendissantes ». Ainsi, en utilisant une structure, on arrive à un « protocole de dévoilement »[21], le vêtement nous est présenté selon un certain ordre.

C'est un rapport très étroit qui s'établit entre les deux types de vêtement et cela devient encore plus évident lorsque Barthes fait appel à la distinction opérée par Saussure, celle entre « langue » et « parole ». Ces sont là deux termes liés par une relation de hyperonimisation/hyponymisation, osons-nous dire, en ce que le dernier est un élément particulier, une sous-classe du premier. Plus précisément, la langue est la totalité des normes grammaticales et la parole n'est qu'une expression momentanée et sélective de la langue, adaptée à une situation de communication. Idem pour la mode : par sa complexité, le vêtement écrit fait partie d'un schéma général que le vêtement image veut diviser, pour en extraire les particularités. Tel qu'on nous décrit, le vêtement n'appartient à personne, il est seulement une création de la mode. Mais photographié, il est individualisé, porté par un individu. Les traits physiques de celui-ci peuvent renforcer ou diriger le « message » de l'article vestimentaire. C'est ce que Roland Barthes explique en opposant « vêtement » (du coté de la langue comme institution) et « habillement »[22] (du coté de la parole comme forme individualisée).

Il est possible même que la verbalisation de l'image stimule la fantaisie et favorise la substitution du porteur. La vérité c'est que la photographie impose un certain modèle physique, masculin ou féminin et, par ceci, l'impression d'inaccessibilité. La description, quant à elle, élimine ces barrières mentales et invite le lecteur à vérifier les qualités du vêtement. Par « qualités » nous voulons dire beauté, élégance, adaptabilité, tout ce qui améliore l'aspect physique. De là, la « consommation » de mode et l'industrie qui s'est développé autour du vêtement-tentation, pour ainsi le nommer, opposé en quelque sorte au vêtement-besoin.

C'est, en effet, un « système de la mode » dont il faut parler et aucun facteur impliqué n'échappe à l'analyse de l'auteur. La dimension commerciale de la mode, telle que l'ouvrage laisse entrevoir, nous a paru suffisamment lisible pour être commentée ici. La conclusion est bien évidente : la mode impose à l'image le langage et vice-versa. Le travail de François fait donc partie de ce « système » de la mode. Il se sert de son talent pour renforcer l'impact du produit en vente sur celui qui le regarde. Qu'il s'agisse de texte, d'image, ou des deux à la fois, comme c'est le cas ici, les mécanismes mentaux dont se sert le commerce sont très ressemblants. C'est pour cela que l'analyse de Roland Barthes sur ce sujet nous a paru très opportune. Alors, pour répondre à la question lancée plus haut, oui, la mode est un art. Et

[20] *Cf.* Roland Barthes, *Système de la mode*, *op. cit.*, p. 916.
[21] *Ibid.*, p.917.
[22] *Ibid.*, p. 919.



BDD-A22059 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:08:13 UTC)

comme tout art, il peut être soumis à une approche pragmatique, il peut être exploité pour des objectifs concrets ou financiers. Le plaisir de l'art est subordonné aux besoins matériels, immédiats. Comme nous l'avons déjà dit, le cas de François est un argument en ce sens.

Le problème est même plus évident chez « Le Maître » qui enseigne à Catherine l'art dramatique. Vraiment passionné du théâtre, fervent admirateur de Molière, il se « tue pour de jeunes gens qui ne paient pas toujours leurs cours à la fin du mois »[23]. Non qu'il soit trop intéressé par l'argent, « d'ailleurs Molière le méprisait »[24]. « Mais il ignorait les notes d'électricité. Car on me fait payer des notes d'électricité, mes enfants ! Comme si j'étais épicier !... »[25]. Il mène sa vie à la limite de l'austérité et le vaste studio hérité après la mort d'une vieille tante est, peut-être, la seule sécurité matérielle dont il a vraiment besoin. C'est dans cet endroit qu'il donne ses cours, qu'il est applaudi avec extase par ses élèves après les scènes démonstratives qu'il joue devant « une dizaine de Marlon Brando, un bataillon de Gérard Philippe, des Ingrid Bergman et des Brigitte Bardot »[26]. Il s'efforce à enseigner la complexité et « la vérité » du théâtre de Molière, car « Molière, c'est le sel du théâtre, le seul qui… vous m'entendez, le seul… pas vos Anouilh et vos Sartre… Mais vous, naturellement, vous préférez les modernes ! […] S'il n'y avait pas de Molière, dit le Maître, imaginez-vous que je continuerais cette épuisante vie ? »[27]

Cette première idole des temps modernes suscite encore des passions parmi les « consommateurs » d'art. « Parce que Molière, c'est un monde, vous comprenez ? »[28], un monde habité par des personnages immortels : Don Juan, Harpagon, Tartuffe ou Alceste. Provocateur, acide, il a peint les vices de ses contemporains, tout en faisant une fresque caricaturale de la société contraignante de son temps. Impossible de le mettre à coté de « vos Anouilh et vos Sartre ».

L'antiréalisme du théâtre du XXe siècle, avec sa recherche d'un nouveau souffle et d'un nouveau sens, ne trouve pas grâce aux yeux du Maître. L'inventivité, le rythme frénétique des mutations, l'inédit de l'énergie créatrice sont critiquées tacitement par celui-ci. Il n'y voit pas une régénération du théâtre, mais une dégradation des valeurs artistiques. Ses élèves, d'ailleurs, s'attachent aux mêmes principes. Ils nient leur préférence pour les modernes : « — Non, crièrent les élèves, oh non ! avec indignation. »[29]

Dépassons maintenant les frontières du théâtre pour gagner les terrains du monde cinématographique. Le septième art, un art impur selon Alain Badiou[30], est amplement discuté dans le roman de Guimard à travers l'évolution de Catherine. Elle renonce à la petite estrade de l'appartement du Maître au moment où Zingel, le metteur en scène, le choisit comme protagoniste de son film, une adaptation du roman *Les Amants de Saint-Germain*. La lumière des projecteurs offre de nouvelles perspectives à Catherine. En fait, à partir de là, nous faisons la connaissance de la nouvelle Catherine. Sa vie entière gravite autour de cette occasion

[23] *Ibid*., p. 97
[24] *Ibid.*
[25] *Ibid.*
[26] *Ibid*., p. 95.
[27] *Ibid*., p. 96, 97.
[28] *Ibid*., p. 96.
[29] *Ibid*., p. 97.
[30] Alain Badiou est philosophe, romancier et dramaturge français. Il a écrit des articles sur l'art du cinéma. Voir le compte-rendu de Denis Lévy, *Badiou, l'art et le cinéma*, disponible sur http://revues.mshparisnord.org.



BDD-A22059 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:08:13 UTC)

inespérée, un rêve qui prend des contours réels : « Tu te rends compte, dit une maigre Danièle Delorme, débuter dans un film de Zingel !... avec Boyer comme partenaire !... Et le groupe se mit à songer que les miracles étaient encore de ce monde. »[31]

Elle commence une exploration où elle est à la fois la découvreuse et la découverte. « En entrant au studio pour tourner le bout d'essai décisif, son premier sentiment avait été qu'elle cessait d'exister. »[32] Ce monde prend entièrement possession d'elle jusqu'à la désincarner, car le talent ne suffit pas pour être actrice, il faut se laisser transformer. Catherine est « recrée » selon la vision artistique du metteur en scène qui jouit d'une « docilité de zombie »[33] de la part de celle-ci. Dans « cet état de matière première »[34] elle devient Amalia, avec tous les changements physiques et émotionnels que cela suppose. Après avoir perdu sa virginité devant la caméra, la métamorphose de son corps commence : teinture des cheveux, nez retaillé, opération de la denture. À chacune de ces changements, « les journalistes épiaient chez Catherine les signes d'une hérédité artistique et la consacraient successivement comme une nouvelle Garbo, une nouvelle Bergman, une nouvelle Une Telle. Catherine éprouvait effectivement l'impression d'être un nouveau personnage, mais lequel ? »[35]

Pure ou impure, cela s'appelle art. Mais qui est l'artiste ? Catherine ? Zingel ? Les deux ? Quant à la première, existe-t-elle encore en tant que personne, en tant qu'individualité ? Surtout pas. On ne veut rien d'elle, ni son corps, ni son esprit, seulement sa capacité d'imiter, de se modeler, sa disponibilité de se laisser faire. À ce point, elle change son statut d'artiste contre celui d'objet de l'artiste. Elle est dépourvue de toute possibilité d'expression personnelle, n'étant plus que de la chair. Et le plan personnel n'échappe lui non plus — comment le pourrait-il ? — à l'influence destructive du monde cinématographique. La fille accepte les avances de M. Delamotte-Vaillard, le producteur, et devient sa maîtresse. C'est lui qui satisfait la soif de célébrité de Catherine et qui facilite son accès aux hauts lieux du cinéma.

D'ailleurs, « Catherine ne s'était jamais interrogée sur la métaphysique de son métier. En décidant de se consacrer à l'art dramatique, elle obéissait moins à une vocation qu'à cette mode qui, depuis la guerre, fait des filles de la petite bourgeoisie des comédiennes, des assistantes ou des hôtesses. »[36] Voici encore une fois la superficialité et le caractère commercial que revêt la notion d' « art » dans le roman. Elle est réduite à un spectacle incitant, populaire, et aux ovations du grand public. Art et célébrité se confondent ici, et cela donne une addiction du succès impossible à satisfaire sans le compromis. Pour Catherine, la question de coucher avec n'importe qui pour devenir une actrice connue ne se pose pas en termes de morale, « mais elle eût souhaité mieux connaître les règles du jeu pour en respecter l'esthétique. »[37] Ce qui suit est prévisible car, après toute ascension vertigineuse, vient la chute. On n'a plus besoin d'elle. Pour des raisons économiques, le producteur décide que le film soit tourné en Afrique, ce qui ne va pas sans des modifications esthétiques. Le type

[31] Paul Guimard, *Rue du Havre, op. cit.*, p. 106.
[32] *Ibid.*, p. 114.
[33] *Ibid.*, p. 128.
[34] *Ibid.*, p. 125.
[35] *Ibid.*, p. 131.
[36] *Ibid.*, p. 116.
[37] *Ibid.*, p. 118.



BDD-A22059 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:08:13 UTC)

physique de Catherine « cesse d'être utilisable »[38], elle « était le seul pion qui n'eût pas de place sur le nouvel échiquier. »[39]

Zingel, quant à lui, ne peut rien contre la décision du producteur, ce qui fait que sa liberté artistique ne soit plus absolue. De nouveau, l'art est soumis à l'argent et le « créateur » est obligé de trouver un autre « objet » de travail, qui corresponde aux intérêts financiers de celui qui détient le vrai pouvoir.

Art, artiste, artistique, tout est mis en question dans le roman de Guimard. Ses personnages ne sont que les « ambassadeurs » d'une société en pleine crise des valeurs spirituelles qui renverse le rapport corps-esprit selon les préférences de la clientèle mal instruite. Une distinction doit être opérée comme solution de compromis : celle entre l'art comme culture de masse et l'essence de l'art.

## BIBLIOGRAPHIE

Barthes, Roland, *Système de la mode* in *Œuvres complètes* II, Paris, Éditions du Seuil, 2002.

Guimard, Paul, *Rue du Havre*, Paris, Éditions Denoël, 1957.

Jouve, Vincent, *Poétique du roman*, Paris, Éditions Armand Colin, coll. « Cursus », 3e édition, 2010.

Mannoni, Octave, *Clefs pour l'Imaginaire ou l'Autre Scène*, Paris, Éditions du Seuil, coll. « Points », 1969.

Menger, Pierre-Michel, *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*, Paris, Éditions du Seuil et La République des Idées, 2002.

Menger, Pierre-Michel, *Le travail créateur. S'accomplir dans l'incertain*, Paris, Éditions du Seuil, coll. « Points », 2009.

***Paul Guimard, entre ironie et lucidité*, Actes du Colloque International de Cluj-Napoca, Roumanie, 7-9 octobre 2011, sous la direction d'Yvonne Goga et Simona Jișa, Cluj-Napoca, Éditions Casa Cărții de Știință, coll. « Romanul francez actual », 2011.

[38] *Ibid*., p. 138.
[39] *Ibid*.



BDD-A22059 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:08:13 UTC)

**SITOGRAPHIE**

http://www.google.ro/images, consulté le 3 janvier 2010.

http://revues.mshparisnord.org, consulté le 3 janvier 2010.

http://www.larousse.fr, consulté le 13 janvier 2011.

http://www.elle.fr, consulté le 13 janvier 2011.



BDD-A22059 © 2015 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:08:13 UTC)