

Poésie hors de la littérature – Paul Nougé : *La publicité transfigurée*

Bence Matuz
Université Catholique Pázmány Péter
matuzbence97@gmail.com

Abstract

This paper intends to consider a poetic experimentation of Paul Nougé, Belgian surrealist poet in the first half of the 20th century. A later experimentation, entitled *La publicité transfigurée*, aimed to directly expose poetic texts in public spaces, avoiding institutional mediation. Thus, we can analyse hermeneutic and aesthetic consequences of the absence of institutional frameworks behind literary products. Our study inquires into this phenomenon by means of the concepts of poetic function and Foucauldian heterotopy, comparing literature in general with the *Publicité transfigurée*. By later concepts, some alienating impacts of institutional mediation can be revealed in the respect of reading literary texts. It will therefore be possible to draw the conclusion that the absence of institutional mediation allows a more accentuated poetic function than in case of usually published literature and permits a particularly direct and intense reading of the writings of Nougé.

1 Introduction

La littérature et la poésie semblent être intimement liées : la première, d'un certain aspect, comprend la seconde dans un ensemble institutionnalisé. Or, certains mouvements littéraires, notamment des avant-gardes, ont mis en question la légitimité de la littérature, aspirant à la mise à l'écart de la poésie en tant que domaine autonome. Aussi cette contestation apparaît-elle dans le surréalisme, que ce soit dans sa branche parisienne, bruxelloise ou autre. Néanmoins, la revendication de délivrer la poésie des cadres de la littérature et de ses institutions n'est pas apparue avec la même vigueur : le *Manifeste du surréalisme*

et les poésies du groupe parisien ont été publiés par des maisons d'édition et accessibles dans les librairies, alors qu'à Bruxelles certaines expériences poétiques surréalistes portaient sur l'anonymat, le refus de l'œuvre et l'exportation effective de la poésie hors de l'espace littéraire. Autrement dit, les représentants parisiens du mouvement, contrairement à leurs homologues bruxellois, ne répugnaient pas à adhérer aux organes institutionnels de la littérature¹ qu'ils prétendaient contester². Cependant les surréalistes bruxellois menaient leurs expérimentations selon les principes de marginalité et d'effacement pour démolir un certain « culte de génie³ ». Entre autres, *La publicité transfigurée* de Paul Nougé témoigne de ces principes et aspirations, ainsi que de la question suivante : la poésie peut-elle rencontrer une réception authentique dans un milieu institutionnalisé, autrement dit réglementé et utilitaire ? Les réflexions qui suivent tentent de donner une réponse à cette problématique, notamment quant aux conséquences esthétiques et herméneutiques de la médiation institutionnelle des textes poétiques. Afin d'examiner cette problématique, je tenterai d'abord d'esquisser des rapports entre la littérarité et son institutionnalisation. Ensuite je vais me concentrer sur la littérature comme hétérotopie foucauldienne, pour qu'il soit ainsi possible de mieux saisir enfin les particularités des aphorismes⁴ de *La publicité transfigurée*. Ces trois questionnements peuvent mener à la conclusion que le fait d'éviter l'institution littéraire et son système de notions peut permettre une réception particulièrement directe et une fonction poétique qui entre mieux en vigueur que dans le cas des œuvres publiées au sein du champ littéraire.

Avant d'entamer les analyses qui suivent, il est à mentionner que la forme publiée en volume de *La publicité transfigurée* ne correspond pas, comme nous le verrons par la suite, à l'aspiration avouée de son auteur à éparpiller ces écrits dans l'espace publique⁵. De ce fait, l'objet de nos analyses est en premier lieu la

¹ Par exemple, la librairie Gallimard est déclarée à la une de *La révolution surréaliste* dépositaire général de la revue.

² Cf. P. Aron : « Les groupes littéraires en Belgique et le surréalisme entre 1918 et 1940 », *Textyles* 8, 1991, mis en ligne le 09 octobre 2012, consulté le 29 octobre 2020. <http://journals.openedition.org/textyles/1840>

³ *Idem*.

⁴ S'il y a des opinions selon lesquelles l'appartenance de l'aphorisme au domaine de la poésie est discutable, il reste que les écrits aphoristiques correspondent à l'usage intransitive, autotélique ou ludique de la langue qui est la caractéristique principale de nombre des textes poétiques. Dans l'étude ci-présente, nous considérons le genre aphoristique en tant que genre poétique.

⁵ Cf. P. Nougé : *La publicité transfigurée* in : P. Nougé : *L'expérience continue* Lausanne, L'Age d'homme, 1981: p. 291. Voir aussi ci-dessous partie 3.1, intitulée « La publicité transfigurée ».

conception-même selon laquelle Nougé a composé les aphorismes en question. En traitant ces textes, j'essaie donc de tenir compte du fait qu'ils sont destinés à des contextes et situations particuliers mais non définis par l'auteur.

2 La littérature comme institution

2.1 Littéarité et institution

La fonction poétique conceptualisée par Roman Jakobson⁶ est parmi les concepts dominants de la théorie littéraire du XXe siècle et probablement elle est toujours important dans l'analyse des textes. L'idée selon laquelle le texte littéraire est autosuffisant et ne désigne effectivement rien qui lui soit extérieur n'est pas une nouveauté aujourd'hui. Or, cette caractéristique du littéraire ne se réalise pas forcément. Le texte s'inscrit fort souvent dans l'institution de la publication, de l'enseignement littéraire, du système générique, du discours scientifique et de l'horizon d'attente⁷. Autrement dit, l'œuvre, au lieu de s'annoncer en elle-même et pour elle-même, est en partie réduite à une sorte d'illustration des conceptions préliminaires appropriées par le lecteur. Dans l'essai intitulé *La notion de littérature*, Tzvetan Todorov écrit :

C'est parce que les genres existent comme une institution qu'ils fonctionnent comme des « horizons d'attente » pour les lecteurs, des « modèles d'écriture » pour les auteurs. [...] Les lecteurs lisent en fonction du système générique, qu'ils connaissent par la critique, l'école, du système de diffusion du livre ou simplement par ouï-dire ; il n'est cependant pas nécessaire qu'ils soient conscients de ce système⁸.

Le lecteur lit donc à travers la notion du genre, autrement dit à travers un concept qui est extérieur à sa subjectivité et à l'œuvre à la fois. Il fait ainsi référer le texte dit autosuffisant à un repère en dehors de l'œuvre, ce qui revient à dire que la réception est filtrée par des notions à cause de la médiation

⁶ Cf. R. Jakobson : *Questions de poétique*, Paris : Seuil, 1973.

⁷ Cf. T. Todorov : *La notion de littérature* in: T. Todorov : *La notion de littérature et autres essais*, Paris : Seuil, 1987.

⁸ *Ibid.* : 34–35.

institutionnelle⁹. Malgré son rôle de faciliter l'accès des textes, cette médiation aliène donc le lecteur de l'œuvre précisément à cause de ce filtrage consistant à insérer entre autres la notion abstraite et quelque peu artificielle du genre dans le rapport entre le récepteur et le texte littéraire.

2.2 La littérature comme hétérotopie

En plus d'encadrer pragmatiquement le texte littéraire, le milieu institutionnel de la littérature remplit aussi le rôle de maintenir et de contourner un espace plus abstrait où s'observent les mécanismes du texte littéraire et de son accès. Cet espace montre de nombreuses affinités avec le concept de l'hétérotopie foucauldienne.

Michel Foucault définit l'hétérotopie comme un certain emplacement réel qui s'ouvre sur plusieurs autres espaces utopiques virtuels et possède une temporalité alternative qui permet à l'individu d'expérimenter un autre espace que celui où il se situe¹⁰. Il précise, en outre, que les hétérotopies sont accessibles par une fonction d'ouverture et de fermeture. Il est aussi à noter que le terme « utopie » s'emploie, dans la théorie foucauldienne, au sens d'une virtualité qui s'avère fort variée et multiple (comme par exemple celle de la toile dans la salle de cinéma, sur laquelle une multitude d'images fort variées peuvent être potentiellement projetées). Le concept de l'hétérotopie, d'après ces caractéristiques définies par Foucault, semble fort général et, en tant que tel, paraît au premier abord peu efficace pour obtenir des résultats importants dans des analyses de textes. Or, vu la radicalité des expériences nougéennes portant d'une part sur le langage considéré par le poète comme matière au sens strict du terme, d'autre part sur la problématisation du sens et des images poétiques intelligibles, il s'avère adéquat de recourir au concept d'hétérotopie qui rend compte des relations entre les espaces réels (comme par exemple le texte en tant qu'entité physique) et le virtuel (comme les significations et les images poétiques). Le concept d'hétérotopie fournit ainsi des repères pour dessiner le contraste entre les aspects fondamen-

⁹ Il convient de mettre en évidence la contradiction de dénoncer cette médiation en la pratiquant, ce qui est, bien entendu, le cas de l'étude ci-présente aussi. Néanmoins, il est lieu de croire que cette contradiction peut s'avérer même fertile dans la mesure où elle déclenche des réflexions concernant les effets et la nature de la médiation institutionnelle des œuvres littéraires.

¹⁰ M. Foucault : « Des espaces autres » (conférence au Cercle d'études architecturales, 14 mars 1967), in : *Architecture, Mouvement, Continuité*, n°5, octobre 1984, *Dits et écrits IV*, Paris : Gallimard, 1994 : 756-762.

taux de la littérature et la *Publicité transfigurée* qui problématise radicalement ces fondements de l'écriture. La démarche appuyée sur l'hétérotopie n'est donc pas censée « définir la littérature », ce qui serait, en effet, une approche bien réductrice. En revanche, le cadre théorique de l'hétérotopie permet de traiter quelques aspects rudimentaires de la littérature, aptes à mesurer la radicalité de la poésie expérimentale de Nougé.

En appliquant les principes hétérotopiques aux textes littéraires, il semble possible de mettre en lumière les caractéristiques de l'espace des œuvres à travers les points suivants : 1) l'emplacement, 2) la juxtaposition de plusieurs espaces incompatibles et 3) l'accès des œuvres. Ainsi se révéleront éventuellement les points de repère à partir desquels les particularités de *La publicité transfigurée* seront analysables.

L'emplacement des textes littéraires est brièvement mentionné par Foucault lorsqu'il donne l'exemple du roman comme un certain prolongement du jardinage antique oriental qui a tenté de produire un microcosme réglé dont les éléments soigneusement situés représentaient les diverses parties de l'univers¹¹. Effectivement, le roman peut être considéré comme un lieu écarté, strictement réglé par la langue et les concepts de l'auteur, ce qui contribue à créer un univers minuscule, fermement organisé¹², qui n'est accessible que par le livre¹³. Bien entendu, l'organisation ferme et la cohérence en elles-mêmes ne seraient pas forcément suffisantes pour procurer un caractère utopique aux romans. Néanmoins, vu le caractère cohérent et virtuel des temps narratifs comme le passé simple, la nature utopique de ces textes s'avère flagrante : ils se détachent totalement de l'ici-maintenant de la lecture¹⁴. Si le passé simple peut facilement s'ouvrir sur une fiction conforme à la virtualité utopique des hétérotopies, il est aussi un signe conventionnel et saisissable de la société qui le reconnaît comme l'un des indices importants de l'art romanesque¹⁵ ; il est donc une sorte de

¹¹ *Idem.*

¹² Cf. R. Barthes : « Le degré zéro de l'écriture », in : R. Barthes : *Le degré zéro de l'écriture suivi de nouveaux essais critiques*, Paris : Seuil, 1972 : 25.

¹³ Bien entendu, d'autres supports, comme par exemple les liseuses ou les écrans des ordinateurs permettent aussi d'accéder aux textes. Néanmoins, ils ne diffèrent pas des livres en ce qu'ils forment un espace déterminé qui assure la disponibilité des textes. Le livre sonore forme une exception en raison de ses supports dont l'aspect matériel (comme la qualité du son) est plus marqué que l'aspect spatial, vu qu'ils ne sont pas liés à des espaces concrets.

¹⁴ Même dans les cas où les œuvres ne manifestent pas explicitement ce détachement par des procédés grammaticaux particuliers, le fait-même d'imposer à l'attention du lecteur une fiction encadrée par le volume suffit de détacher celui-ci, dans une certaine mesure, de son présent.

¹⁵ Cf. R. Barthes : « Le degré zéro de l'écriture », *op.cit.* : 32.

liaison hétérotopique entre le public et l'utopie virtuelle des romans. Bien que différemment organisés que ces derniers, les poèmes constituent aussi un ensemble langagier autonome constitué par la mise en jeu de procédés rythmiques et mélodiques propres aux genres respectifs. Quant à leur fond utopique, il peut aussi être désigné par le détachement du réel, mais cette rupture avec la réalité ne se produit pas forcément par la fiction narrative appuyée sur un procédé grammatical particulier, comme dans le cas des romans. La poésie tire sa charge utopique de « l'explosion » du mot qui ne se restreint plus à une signification concrète, mais accumule toutes ses significations possibles, ce qui fait du poème un « objet inattendu¹⁶ ». Autrement dit, les vocables d'un poème constituent un champ lexical vaste qui excède le texte proprement dit, ouvrant un champ virtuel du possible. Le caractère hétérotopique du poème provient donc du fait que le texte s'ouvre sur un fond indéterminable où les mots surgissent en leur plénitude. En somme, comportant d'un côté ces structures textuelles closes enfermant des fictions, et d'un autre côté le matériel accessible dans le réel et propre à manier, le volume s'avère un lieu hétérotopique où l'imaginaire et le réel coexistent.

Le caractère hétérotopique des œuvres littéraires se manifeste aussi dans la juxtaposition d'une multitude d'espaces de nature fort différente à l'intérieur de l'espace fictionnel. Inspirés par les espaces réels ou entièrement imaginés, les lieux représentés dans les textes sont juxtaposés tout à fait librement. Entre autres, le foisonnement d'une trentaine de lieux réels et imaginaires dans *Candide* témoigne de cette liberté. Lors du passage à travers l'Océan Atlantique, le dialogue de Martin et de Candide sur le libre arbitre finit brusquement de manière suivante : « « Oh, dit Candide, il y a bien de la différence, car le libre arbitre... » En raisonnant ainsi, ils arrivèrent à Bordeaux¹⁷ ». Dans *Candide*, c'est cette rapidité avec laquelle les protagonistes parcourent, en moins de cent pages, la multitude des espaces qui rend fort manifeste les juxtapositions hétérotopiques propres aux œuvres littéraires. Mais les espaces juxtaposés peuvent être hétérotopiques à leur tour aussi : tandis que le texte dans son ensemble assure l'accès à l'espace utopique de l'œuvre, les faits stylistiques, notamment les figures de style, donnent accès à un sens figuré et plus chargé de connotations par le biais de l'expression littérale et concrète¹⁸. Dans l'écart entre le signifiant et le signifié au sein des figures de style, se manifeste une contiguïté

¹⁶ *Ibid.* : 38.

¹⁷ Voltaire : *Candide*, in : Voltaire, *Romans et contes*, Paris : Flammarion, 1966 : 229.

¹⁸ Cf. G. Genette : « Figures » in : *Figures I*, Paris : Seuil, 1966 : 207–208.

hétérotopique quasi identique à celle de l'œuvre. Autrement dit, les figures de style juxtaposent les connotations multiples et virtuelles concernant le signifié. Quoique la poésie moderne soit, bien entendu, souvent marquée par un procédé différent, soulignant le côté littéral de l'énoncé¹⁹, la disposition hétérotopique du texte ne change pas en principe ; elle passe simplement du sous-entendu au sens littéral. Dans le cas précis de la poésie moderne, ce n'est donc plus le sens figuré qui constitue la charge poétique, mais la multitude des sens littéraux portés par le vocable donné²⁰. La juxtaposition des espaces divers à l'intérieur d'un espace utopique reste la même. La nature hétérotopique des textes littéraires consiste donc aussi en la juxtaposition des espaces divers au sein de l'espace virtuel constitué par l'œuvre.

Si les hétérotopies, quant à leur fond, sont bien ouvertes vers d'autres espaces et temps, elles ne sont accessibles que par une certaine fonction d'ouverture²¹. Dans le cas des œuvres littéraires, l'ouverture se déroule par toute une initiation et une décision consciente : à l'école, l'individu reçoit les connaissances élémentaires pour l'interprétation des textes, puis il doit prendre la décision de lire l'ouvrage donné. En y regardant de plus près, il doit aussi faire des démarches supplémentaires : emprunter l'œuvre à la bibliothèque, l'acheter dans une librairie, la chercher sur internet, etc. Et même après avoir fait ce parcours, le lecteur peut toujours se heurter à l'absence des connaissances spéciales éventuellement exigées par le texte. Par exemple, une partie de la littérature contemporaine, avec son goût pour la réécriture et les détournements, ne s'adresse véritablement qu'à ceux qui s'y connaissent en la littérature des époques antérieures ; vu que l'intertexte paraphrasé forme un lieu réservé à un nombre relativement restreint d'individus ayant une culture littéraire plus marquée. L'élitisme de cette littérature illustre donc le fait que les œuvres littéraires, comme les hétérotopies, impliquent une fonction d'ouverture plus au moins complexe selon les connaissances nécessaires pour la réception.

En somme, certaines affinités sont perceptibles entre les hétérotopies de Foucault et les textes littéraires en général : tous les deux constituent un espace hétérogène qui lie un emplacement concret (en ce cas-là, le papier portant le texte) à plusieurs autres espaces et temps virtuels ; tout en gardant une certaine clôture à franchir par tout un procédé plus ou moins complexe. L'œuvre semble donc produire un espace ouvert à nombreuses juxtapositions, mais délimité

¹⁹ Cf. *Ibid.* : 211.

²⁰ Cf. R. Barthes : « Le degré zéro de l'écriture », *op.cit.* : 38.

²¹ M. Foucault : « Des espaces autres », *op.cit.* : 760.

quant à son accès, s'écartant d'autres espaces. Cet isolement implique, en raison de l'autonomie qu'il rend possible, que les œuvres littéraires n'appartiennent pas forcément au terrain du désintéressement mais qu'elles remplissent aussi une fonction à part, autrement dit qu'elles s'inscrivent dans une institution. Or, si l'œuvre littéraire s'inscrit dans l'institution de la littérature, le lecteur ne peut plus éprouver son effet sans le filtre d'un certain intérêt esthétique aliénant. Ainsi les mouvements littéraires qui se voulaient révolutionnaires se sont rendu compte des bénéfices éventuels d'échapper à cette institution pour rétablir l'authenticité d'une littérature véritablement désintéressée.

3 Une poésie non littéraire – *La publicité transfigurée*

3.1 La publicité transfigurée

Paul Nougé rédige les premiers aphorismes de *La publicité transfigurée* en 1925 qu'il présentera lors d'un concert de *Correspondance*²². La visée de l'auteur est d'éviter la composition d'une œuvre poétique cohérente et de se situer en dehors des institutions littéraires²³. C'est probablement dans ce but que Nougé privilégie le genre aphoristique qui implique « l'expression d'une pensée ponctuelle, circonscrite, localisée (Jankélévitch), ennemie du système, du puzzle ou de la mosaïque²⁴ ». Ce caractère fragmentaire marque tout le recueil de *La publicité transfigurée*, ce qui porte à croire que l'ouvrage en question pourrait échapper au concept d'hétérotopie esquissé ci-dessus. Pour mettre en lumière la différence entre la littérature en tant qu'hétérotopie et les artefacts dans le recueil de Nougé, il convient d'examiner l'écart à partir des trois principes hétérotopiques précédemment traités.

En ce qui concerne l'emplacement concret, la particularité de *La publicité transfigurée* saute aux yeux dès l'avertissement en guise d'introduction :

Les objets qui se présentent ici, il vaut mieux tenir pour fortuit leur assemblée, pour regrettable ce coudoisement, cet espace limité qui n'est pas à leur mesure.

²² Cf. P. Nougé: *L'expérience continue*, Lausanne : L'Age d'homme, 1981 : 422.

²³ Cf. M. Biron : « Le refus de l'œuvre chez Paul Nougé », *Textyles* 8, 1991, mis en ligne le 09 octobre 2012, consulté le 10 mai 2020. <http://textyles.revues.org/1845>

²⁴ M.-P. Berranger : *Dépaysement de l'aphorisme*, Paris : José Corti, 1988 : 247, cité par M. Biron : « Le refus de l'œuvre... », *op.cit.* : 54.

Mais la page qui dans l'instant les enferme, ne saurait les retenir.
 Un peu de craie ou de charbon, quelques caractères d'imprimerie,
 le jeu de la lumière sur l'écran, sur un nuage – on les voit envahir
 les étendues désertes ou mal fréquentées.
 On les croyait fixés, c'est alors qu'ils échappent²⁵.

Cet avertissement a aussi été récité dans la salle de concert²⁶ où les artefacts ont été écrits sur des tablettes avec de la craie ou du charbon²⁷. Ainsi *La publicité transfigurée* a été présentée en dehors de l'espace littéraire habituel, autrement dit du volume, et elle a gagné une matérialité plus marquante tout en étant dispersée sur des tablettes. Or, Nougé ne se contente pas de la mise en scène de son ouvrage qui semble, pour lui, rester dans un « regrettable coudoisement », une « apparence pauvre » : il destine ses objets à « envahir les étendues désertes ou mal fréquentées », à se diffuser à n'importe quel espace périphérique. L'auteur aspire donc à l'éparpillement de son œuvre, ce qui est tout à fait contraire à la conception des recueils qui enferment une production plus ou moins cohérente, lié à un emplacement précis. Ainsi Nougé dissout cet emplacement hétérotopique, et confie son œuvre « au vent », à une dispersion hors de l'espace littéraire²⁸.

La nature fragmentaire a aussi une conséquence concernant la juxtaposition hétérotopique des espaces. Dans la plupart des cas, les objets de *La publicité transfigurée* n'évoquent aucun emplacement ; et même s'ils se réfèrent à quelques espaces, comme l'intérieur et l'extérieur, (« Poussez la porte le soleil est à l'intérieur²⁹ »), le récepteur ne peut pas s'y situer mentalement, faute de système textuel préétabli. Ces objets poétiques ne forment donc pas d'univers textuel qui puisse constituer un ensemble.

²⁵ P. Nougé : « La publicité transfigurée », in : *L'expérience continue*, op.cit. : 291.

²⁶ Cf. P. Nougé : *L'expérience continue*, op.cit. : 422.

²⁷ M. Biron : « Le refus de l'œuvre... », op.cit. : 56.

²⁸ Quant à cette dispersion, Michel Biron mentionne la « socialisation de l'art » mais aussi le « résultat décevant » de cette tentative qui tient, selon lui, à « la béance dont saisit l'écrivain surréaliste en voulant rapprocher poésie et publicité » (« Le refus de l'œuvre... » op.cit. : 55). Or, regardant de plus près, les objets poétiques de *La publicité transfigurée* ne semblent nullement rapprocher les deux domaines : le caractère intransitif et paradoxal s'oppose clairement à la nature injonctive et suggestive du discours publicitaire, même si ce dernier opère souvent avec les mêmes figures de style. Les artefacts de Nougé semblent plutôt dévaloriser le langage utilitaire, et la similarité apparente à la publicité tient plus probablement à une offensive envers le domaine mercantile.

²⁹ P. Nougé : *La publicité transfigurée*, op.cit. : 296.

Les écrits de *La publicité transfigurée* diffèrent aussi de la littérature hétérotopique par l'absence des fonctions d'ouverture. Destinés à l'espace public, inscrits sur des affiches, les aphorismes nougésiens ne sont même pas dotés de la fonction d'ouverture de couvertures. A la seule condition de savoir lire, le récepteur ne doit faire nulle démarche pour leur accès. De surcroît, ces aphorismes ne nécessitent aucune connaissance préliminaire particulière, étant basés sur des expériences élémentaires du quotidien : soleil, intérieur, extérieur, ou silence, fraîcheur, bouillonnement (« Méfiez-vous, le silence se rafraichit volontiers de paroles bouillantes³⁰ ») et d'autres sentiments ou notions ordinaires. L'accessibilité immédiate de ces écrits suppose l'effacement des limites entre l'espace public et le champ littéraire, contrairement aux recueils, dotés en général d'une couverture pour marquer la particularité du texte caché aux yeux du lecteur. C'est donc aussi l'absence de tout isolement qui distingue les artefacts nougésiens de la littérature hétérotopique.

3.2 L'intertexte publicitaire

L'extériorité de *La publicité transfigurée* par rapport à la littérature institutionnalisée s'annonce de l'aspect de l'intertextualité aussi. Les aphorismes comme « Ne vous lamentez plus sur la misère de votre vie, mais volez ou achetez un bon miroir, il vous aidera le matin à inventer quelques actions à votre mesure véritable³¹ » ou « Vous avez la vue basse mais n'achetez pas de lunettes, mentez trois fois par jour pour y voir clair³² » font preuve de l'intertexte publicitaire notamment par le ton injonctif et les propositions identiques aux slogans. Faisant recours à l'intertexte mentionné, Nougé arrive à éviter l'apparence des intentions littéraires et l'intentionnalité utilitaire du discours commercial ; notamment parce qu'il mêle deux langages similaires en moyens, mais différents en leur intentionnalité. Certes, le discours publicitaire utilise souvent les figures rhétoriques propres à la littérature, mais sa caractéristique utilitaire le distingue clairement du langage poétique. En même temps, le discours publicitaire transfigurée par les détournements et les paraphrases s'avère un milieu idéal d'une part pour rendre la poésie effectivement publique et d'autre part pour critiquer le discours utilitaire et commercial. De surcroît, le ton injonctif et l'absence

³⁰ *Ibid.* : 295.

³¹ *Ibid.* : 293.

³² *Ibid.* : 297.

des paratextes littéraires permet à Nougé d'imposer directement les textes au lecteur. Ainsi il s'éloigne encore plus de l'espace institutionnel de la littérature, et transpose la réception individuelle de la poésie à l'espace public en la descendant, en quelque sorte, dans la rue.

3.3 Une poésie conceptuelle

Si *La publicité transfigurée* ne correspond pas aux principes de se situer dans un milieu précis ; de se séparer de l'espace public pour marquer sa particularité ; de renvoyer à un autre « univers » textuel ayant ses propres règles et de dénoncer ou corriger dans un espace virtuel la réalité ; la question de savoir en quoi consiste sa valeur poétique semble avoir de l'intérêt. La littérarité de ces artefacts découle fort probablement de leur autosuffisance, autrement dit de leur autonomie³³. Mais cette autonomie ne découle pas d'une élaboration minutieuse de l'énoncé. Du fait qu'ils sont dispersés, concis, presque réduits à un seul point d'un aspect structural et temporel à la fois, les artefacts nougédiens ne composent aucun espace hétérotopique, mais se tournent en eux-mêmes et se dissolvent. Le lecteur ne trouve pas d'image à contempler, sinon une pure anomalie qui résiste à toute tentative d'interprétation effective et s'impose au récepteur en tant que construction conceptuelle irréductible en raison de son autotélicité close. Ainsi les objets de *La publicité transfigurée* transposent l'autosuffisance langagière au domaine cognitif. C'est la pensée conceptuelle qui se trouve dotée d'intransitivité dans les aphorismes comme « Les poisons sont faits pour les

³³ Michel Biron s'oppose, dans son article (« Le refus de l'œuvre chez Paul Nougé », *op.cit.* : 61), à l'idée de Marie-Paule Berranger sur l'aphorisme surréaliste selon laquelle ce type de texte étant « autotélique, clos, il ne renvoie, en dernier ressort, qu'à lui-même. S'il désigne quelque chose, c'est, on l'a vu, son propre mécanisme de production, sa règle, ou bien la forme du signifiant » (*Dépayement de l'aphorisme, op.cit.* : 173). Biron appuie son désaccord en déclarant que les aphorismes de *La publicité transfigurée* « n'usent qu'avec une certaine réserve des jeux de langage, la gymnastique des signifiants est discrète, dépourvue de cette « prime de séduction » dont parle Jean FroisWittman à propos de la technique du mot d'esprit », et il ajoute que la lecture de Berranger serait exagérée *du fait que* (c'est nous qui soulignons) les aphorismes de *La publicité transfigurée* « n'aspirent qu'à une chose : bouleverser l'esprit du destinataire en excédant les frontières imposées par le cadre littéraire ». Certes, les écrits en question prêtent une partie de leur effet bouleversant à la sortie de l'espace littéraire. Mais nous ne voyons pas de contradiction entre cet effet de déséquilibre et la nature autotélique. L'effet embarrassant des artefacts nougédiens peut aussi *découler de* l'autosuffisance portée à l'extrême, comme nous le développerons par la suite.

chiens mais aussi les poisons ne sont pas faits pour les chiens³⁴ », « Vos mains des mains les attendent où vos mains ne sont pas³⁵ » ou « Rien mais rien qui soit rien³⁶ ». Se supprimant ou se répétant eux-mêmes, ces énoncés forment, par leurs contradictions logiques fondamentales, une anomalie indéchiffrable à laquelle la pensée se heurte. Et vu que les aphorismes traités prêtent leurs motifs, comme nous l'avons souligné, au vocabulaire de base et des concepts fondamentaux (intérieur, extérieur, chaleur, fraîcheur, rien, chien, etc.), ce sont les fondements de la pensée qui se trouvent renversés. Le lecteur, atteint à ces fondements, éprouve l'immédiateté de la réception grâce à la déconstruction des schémas cognitifs qui pourraient contribuer à la compréhension et filtrer les impressions provoquées. De surcroît, en raison de l'affichage des artefacts traités dans l'espace public, il manque également les repères institutionnels de la littérature comme le volume et sa couverture portant des indications. Dépourvu de ses habitudes et de ses automatismes, le lecteur fait directement face à un objet-pensée autonome, irréductible à toute transitivité. L'effet poétique des aphorismes examinés est donc provoqué par le choc direct entre la cognition du récepteur et les concepts inconcevables qui, par leur incompréhensibilité-même, gagnent leur autosuffisance. Autrement dit, par le refus de toute relation logique établie par la pensée, ils deviennent intransitifs. Par exemple, dans l'aphorisme « Vos mains des mains les attendent où vos mains ne sont pas », il est quasiment impossible de déterminer ce qui s'entend par le mot « main », car celui-ci parcourt tous les rôles grammaticaux possibles, même ceux qui normalement s'excluent dans un seul énoncé. Dès le syntagme nominal « vos mains des mains », s'impose une circularité sémantique due à la possession double exprimée par l'article possessif et la construction possessive en même temps. Le cercle se ferme par la relation méronymie – holonymie entre les mains et les individu(s) présumé(s) par l'article possessif « vos ». Dans ce cercle, le possesseur possède donc une entité qui possède lui-même tout en étant possédé par le possesseur. Ainsi le concept qui relie normalement le signifiant et le signifié³⁷ se replie sur soi, ce qui provoque le démantèlement du signe linguistique de « main ». Mais l'aphorisme se dissout également au niveau de la phrase entière : le verbe « attendre » est doté d'un complément d'objet

³⁴ P. Paul : *La publicité transfigurée*, op.cit. : 310.

³⁵ *Ibid.* : 303.

³⁶ *Ibid.* : 320.

³⁷ Cf. S. Zufferey & J. Moeschler : *Initiation à l'étude du sens*, Auxerre : Éditions sciences humaines, 2012 : 31–33.

direct (les) dont la valeur sémantique reste incertaine ; pourtant il est possible de supposer qu'il renvoie aux « mains », vu qu'il n'y a pas d'autres substantifs dans l'énoncé. Ainsi le repli sur soi du concept de la « main » se répète, ce qui justifie le complément circonstanciel « là où vos mains ne sont pas ». Car, en effet, le signe « vos mains des mains », étant réduit à la conceptualité pure, n'existe que grammaticalement, il n'est donc pas « là ». Il ne fait qu'« attendre » soi-même. Néanmoins, cette fractale de non-signifiante, par le coup-même qu'elle porte à la cognition, permet de tirer quelques conclusions. D'une part, le non-sens irréductible confronte le lecteur à une poéticité qui se base principalement sur l'autosuffisance élaborée d'un concept sémantique, et moins sur celle du texte-même. D'autre part, par le biais de la déconstruction du signe, l'aphorisme empêche les automatismes du lecteur qui se voit ainsi contraint à distinguer le signifiant, le signifié et le concept qui les relie³⁸. La séparation de ces éléments révèle au récepteur non seulement l'autosuffisance du concept, mais aussi celle du texte en sa matérialité.

D'après l'analyse générale de la *Publicité transfigurée* qui précède, il s'avère fort probable que les artefacts en question diffèrent considérablement de la littérature hétérotopique en ce qu'ils constituent un ouvrage dispersé et immédiatement accessible. Grâce à ces différences, les aphorismes de Nougé évitent l'institution littéraire et les préconceptions qui en proviennent, procurant ainsi un effet poétique plus direct et plus intense aux artefacts en question. En outre, nous constatons que la poéticité des écrits de *La publicité transfigurée* provient principalement de la conceptualité paradoxale par laquelle Nougé arrive à créer des constructions conceptuelles autosuffisantes et irréductibles. La déconstruction du signe linguistique qui en découle empêche en même temps les automatismes du lecteur, d'où l'immédiateté de la réception : le récepteur, atteint aux fondements de sa cognition, n'éprouve pas l'effet poétique à travers une interprétation rationnelle, mais il se heurte quasi littéralement à l'objet-pensée formé par l'aphorisme.

³⁸ Un questionnement similaire s'observe aussi dans la peinture de Magritte. Entre autres, le tableau intitulé *La trahison des images* semble inviter à faire la distinction entre l'image, le mot et l'objet de la représentation, ce qui témoigne d'une approche critique et analytique qui montre une certaine parenté avec la distinction signifiant-concept-signifié. Sur les procédés similaires de Magritte : Cf. l'analyse de Marie-Paule Berranger sur ceux-ci (*Dépaysement de l'aphorisme*, *op.cit.* : 77–78) et le recueil des textes de Magritte (*Les Mots et les Images*, Bruxelles : Espace Nord, 2017).

4 Une poésie de regard

Dans le cadre de *La publicité transfigurée*, Nougé prolonge la démarche poétique précédemment esquissée dans le domaine de la visualité. C'est ce dont témoignent les aphorismes comme « J'ai vécu de ses regards et des mouvements de sa bouche³⁹ » (Figure 1) ou « Si ta pensée ici se pose au bord du rêve, souviens-toi⁴⁰ » (Figure 2). Dans ces cas, la visualité n'a pas de fonction représentative et n'est pas censé faciliter la réception. Au contraire, par l'abandon total de la ponctuation et par la variation des directions de la lecture Nougé rend l'accès au texte le plus difficile possible. Il en provient un triple rôle de la visualité : premièrement, elle invite le lecteur à mettre en question la textualité, ne voyant en effet qu'un tas de lettres. Deuxièmement, la visualité provoque le récepteur à l'activité effective de reconstruire l'aphorisme donné. Troisièmement, l'arrangement visuel des sentences en question provoque délibérément des lapsus qui peuvent nuancer ou multiplier le sens des écrits comme dans l'aphorisme « Si ta pensée ici se pose au bord du rêve, souviens-toi », où le syntagme « bord du rêve » se lit facilement comme « bord dur ». Dans d'autres cas, ces lapsus peuvent aussi inviter à relativiser les règles de la grammaire, comme dans l'aphorisme commençant par « Attention, il suffirait d'un peu d'attention...⁴¹ » (Figure 3) qui donne lieu à des lapsus concernant les articles de certains substantifs. Vu l'importance de l'aspect visuel, l'effort requis pour reconstruire les textes et les lapsus probables de la première lecture, ces aphorismes reflètent, en fin du compte, le procédé de l'apprentissage de la lecture. Le récepteur de ces sentences doit en effet réapprendre à lire. Ainsi il ne perçoit pas le texte donné à travers les automatismes relatifs à la lecture, mais il rencontre directement le texte en sa matérialité et dans une immédiateté en quelque sorte similaire à la première expérience de lecture. A la lumière de cette immédiateté, il convient d'examiner certains motifs de ces sentences : l'attention qui joint les traits du visage, le mouvement du regard et de la bouche qui donne la vie, ou la pensée se posant au bord du rêve qui prend fin par l'acte de se souvenir ; tous ces motifs sont relatifs à la lecture, vu que cette dernière est une activité au cours de laquelle le lecteur s'approche avec attention de quelque chose d'irrationnel qui s'anime par le regard jusqu'au moment où le lecteur se souvient à lui-même en déposant le livre. Dans le cas de ces sentences,

³⁹ P. Nougé : *La publicité transfigurée*, *op.cit.* : 337.

⁴⁰ *Ibid.* : 336.

⁴¹ *Ibid.* : 335.

l'aphorisme et son lecteur se reflètent réciproquement et thématisent l'activité-même qui établit leur rapport. Ainsi ces écrits se replient, en quelque sorte, en leur propre réception, gagnant une autosuffisance poétique accentuée.

S S E B E I
I E P O V E
T E O R E N
A I S D S S
P C E D O T
E I A U U O
N S U R V I

Figure 1

U E
E V O S D
H E M E U
C M S S C
U E E R E
O N D E V
B T T G I
A S E A A
S D S R J
E D

Figure 2

**attention, ilsuf
firait d'unpeud'
attention d'un
emain libre de
quelqueadres
se pourjoindre
d'untrait purle
strait séparsd
u plus beau vis
agedumonde.**

Figure 3

5 Conclusion

Les réflexions et les analyses précédentes permettent de tirer la conclusion selon laquelle *La publicité transfigurée* de Paul Nougé est apte à provoquer des effets poétiques basés sur l'immédiateté qui découle justement de son extériorité par rapport à l'espace institutionnel de la littérature. Hors de ce dernier, les artefacts en question évitent l'horizon d'attente et les classifications qui, par la médiation institutionnelle, prennent l'avance sur les impressions primaires du lecteur, aliénant celui-ci, d'une certaine mesure, du texte. *La publicité transfigurée* évite ce filtrage atténuant en rompant avec les caractéristiques hétérotopiques de la littérature. Autrement dit, elle ne se situe pas dans l'espace récupérable des volumes ou d'autres espaces conventionnellement désignés aux textes littéraires, ne présente au lecteur aucune image virtuelle et n'est pas dotée de procédés particuliers d'accès. Par contre, au lieu d'occuper les pages d'un livre, elle est vouée à l'éparpillement dans l'espace public à la manière des affiches publicitaires. Son accès ne nécessite ainsi aucune démarche, il est direct et non prévisible. Comme les artefacts qu'elle comprend sont ponctuels du point

de vue structural et temporel à la fois, ils ne donnent lieu à aucune représentation, que ce soit celle d'une réalité ou des pulsions psychiques thématiques par le surréalisme. De ce fait, ils substituent aux images utopiques des constructions conceptuelles autodestructrices qui bouleversent le récepteur par le paradoxe, le non-sens ou l'autotélicité portée à l'extrême. C'est cet effet bouleversant qui, faute de médiation habituelle, se trouve intensifié. Prolongeant cette expérimentation, Nougé entreprend la déconstruction de l'écriture par des procédés visuels qui ne visent pas à étayer les motifs ou une image poétique, mais à les cacher par des transformations scripturales. La variation de la direction de l'écriture, l'absence de ponctuation et les caractères homogènes forment un texte inaccessible par la lecture linéaire de gauche à droite, ce qui contraint le récepteur au déchiffrement proprement dit de l'écrit. Les difficultés ainsi imposées contribuent à éviter non seulement les institutions littéraires, mais aussi celle de l'institution de l'écriture. Éliminant les automatismes habituels de la lecture, ces aphorismes provoquent d'une part une certaine méfiance envers le signe linguistique, d'autre part ils mettent en lumière la matérialité du langage. De cette façon, ils reflètent un procédé d'apprentissage, celui de la lecture. Le récepteur éprouve ainsi une immédiateté similaire à celle de la toute première lecture, de la première rencontre avec la textualité. En somme, *La publicité transfigurée* est dotée d'une poéticité conceptuelle qui confronte le récepteur avec une immédiateté singulière à l'arbitraire du signe et à des objets-pensées bouleversants, justement grâce à l'absence de toute médiation institutionnelle.