

Esthétique de la ville dans *Alcools*, approche d'une modernité poétique chez Guillaume Apollinaire

Bakary TRAORÉ

Université Felix Houphouët BOIGNY

traorebakary29@yahoo.fr

BOUMY Koué Kévin

Université Felix Houphouët BOIGNY

Kouekevin2@hotmail.com

RÉSUMÉ

La poétisation de l'espace urbain dans une perspective de rompre avec l'ordre ancien semble traduire une vision poétique chez Apollinaire. En réfléchissant sur l'urbanisation dans les grandes villes européennes dans *Alcools*, c'est montrer un lyrisme neuf, une écriture qui s'éloigne de l'orthodoxie, du classicisme, pour s'ouvrir sur le nouveau monde contemporain. Dans cet élan, la poésie s'ouvre à tous les objets : les grandes rues, les gratte-ciel, l'électricité, le train, la publicité, le téléphone, etc. En plus des objets de la modernité, nous avons des espaces géographiques modernes où les noms de lieux expriment une esthétique sans pareil. À travers la mobilité dans les grandes rues de Paris et d'Europe, l'espace urbain permet au poète de porter le renouveau du langage poétique.

Mots clés : Esthétique – lyrisme neuf – publicité – modernité - Poésie

ABSTRACT :

The poetisation of urban space in a perspective of breaking with the old order seems to reflect a poetic vision in Apollinaire. Reflecting on urbanization in the great European cities in *Alcools*, he shows a new lyricism, a writing that moves away from orthodoxy, from classicism and from traditional poetry, to open up to the new contemporary world. In this impetus, poetry opens up to all objects: high streets, skyscrapers, electricity, trains, advertising, telephones, etc. In addition to the objects of modernity, we have modern geographical spaces where place names express an unparalleled aesthetic. Through mobility in the great streets of Paris and Europe, urban space allows the poet to carry the renewal of poetic language.

Key words: Aesthetics - new lyricism - advertising – modernity – poetry

Introduction

Le siècle auquel appartient Guillaume Apollinaire, c'est-à-dire le XXe siècle, hérite du romantisme, du parnasse et de la décadence du symbolisme. Il n'ignore pas de ce fait, le discours des sentiments et des émotions, mais réussit à inventer un lyrisme neuf, au point d'être reconnu comme un grand poète moderne de son époque. DADIE Djah Célestin pense que « par ses essais de renouvellement de l'art, Apollinaire reste celui qui a conduit l'esthétique à son plein épanouissement » (DADIÉ, 2004, p.10). S'il est reconnu comme tel, c'est sans doute parce qu'il porte un nouveau regard sur les thèmes qui fondent la poésie. Le choix de la thématique de la ville chez Apollinaire dans ce travail, se justifie par le fait que l'espace urbain est ce lieu qui permet au poète de découvrir la nouveauté du siècle à travers la révolution industrielle, dont il fait sien, pour renouveler le langage poétique. A partir de ce moment, pour le poète, il n'y a plus de frontière entre l'art et la vie quotidienne. Dans cette perspective, le progrès scientifique et technologique du nouveau siècle enivre le poète. Du coup, la ville ou du moins l'espace urbain devient cet endroit qui va inspirer et influencer le langage poétique de l'auteur d'*Alcools*. Dès lors, nous nous posons la question de savoir : quels liens la poésie de Guillaume Apollinaire entretient-elle avec le réel ? Autrement dit, quel est l'impact de la rue et de l'urbanisation sur l'esthétique de Guillaume Apollinaire ? Les toponymes ne conduisent-ils pas le langage poétique d'Apollinaire vers une universalité ? Il s'agira pour nous, de montrer d'abord, la poétisation du vécu quotidien comme approche de renouveau poétique. Ensuite, élucider comment la publicité, les affiches, les enseignes dans les grandes rues contribuent à la révolution du langage poétique. Enfin, il sera question de montrer les ambitions universelles de la poésie d'Apollinaire.

Pour réussir ce travail, la stylistique et la sociocritique nous permettront de mettre en lumière notre réflexion. La stylistique étant « Une discipline qui étudie les procédés littéraires, les modes de compositions utilisées par un auteur » (Cohen, 2009, p.99), elle se charge donc de mettre en évidence les moyens lexicosémantiques, les systèmes d'encadrement mis en œuvre par un auteur dans son texte, en vue de les élucider et d'en donner un sens, « pour faire partager la vision de l'auteur du monde. » » (Cohen, 2009, p.99), la stylistique s'intéresse à tout ce qui paraît anormal dans un texte. C'est une anomalie qui génère les phénomènes

langagiers (les figures de styles, les réseaux lexicaux, les relations sémantiques, les dérivations,...). Or qui parle d'œuvre poétique parle forcément de phénomènes langagiers car « la poésie se caractérise par un écart systématiquement à l'égard des normes » (Cohen, 2009, p.174). Alors, la stylistique permettra d'étudier les textes poétiques relatifs à *Alcools*. Concernant la sociocritique, si elle nous intéresse, c'est parce qu'elle présente et explique l'œuvre dans le contexte social. Autrement, elle relève les liens de l'œuvre littéraire avec la société. Roland Barthes épouse cet avis. « L'écriture est une fonction : elle est le rapport entre la création et la société. Elle est également le langage littéraire transformé par sa destination sociale et la forme saisie dans son intention humaine. ». (ECHEMIN, 1982, p.90). Même si la sociocritique n'a pas une définition univoque comme le fait remarquer Pierre Zima. Ce terme « désigne de nombreuses approches théoriques disparates qu'il est impossible d'énoncer sous une définition unique et nuancée. » (Jérôme, 1997, p.10). Néanmoins, l'on pourrait lui concéder une certaine constante relevée par Claude Duchet qui est le créateur dans les années 60. La sociocritique est : La conception de la littérature comme expression d'un social vécu par la médiation de l'écriture dont l'essence dévoile la double fonction consommatrice et productrice d'idéologie. (Duchet, 1974, p.16). Cette méthode présente et explique l'œuvre dans le contexte social. Autrement, elle relève les liens de l'œuvre littéraire avec la société. Roland Barthes épouse cet avis et selon lui, « L'écriture est une fonction : elle est le rapport entre la création et la société. Elle est le langage littéraire transformé par sa destination sociale, elle est la forme saisie dans son intention humaine » (Echemin, 1982, p.90). Il en découle que les productions littéraires subissent l'influence de la société, puisque c'est la société qui oriente et guide l'auteur dans ses choix. Mais également, les œuvres une fois produites influencent aussi la société. Guillaume Apollinaire est un citoyen, il a, en effet, été influencé par son milieu. Donc, son écriture s'y prête à cette méthode.

1 - La poétisation du vécu quotidien : approche d'un renouveau poétique

Apollinaire porte son regard sur le milieu urbain dans lequel il vit. Etant un citoyen, il est témoin de la métamorphose de la ville engendrée par la révolution industrielle. Dans cette dynamique, *Alcools* met en exergue la volonté du poète à ouvrir le champ de la poésie à la ville moderne. Il choisit à cet effet, de tourner dos aux formes du passé. « A la fin tu es las de ce monde ancien » (Apollinaire GUILLAUME, 1913, p.7). Dès lors, la présence des machines et des produits de la modernité sont la manifestation la plus sensible de ce regard que porte le poète à l'insolite. Il s'inspire de la ville, se démarque des modèles classiques, traditionnels

pour revendiquer une esthétique moderne comme le témoigne le poème emblématique « Zone » d'Apollinaire.

A la fin tu es las de ce monde ancien
Bergère o tour Eiffel le troupeau des ponts bêle ce matin
Tu as en assez de vivre dans l'antiquité grecque et romaine
(...)
J'ai vu ce matin une jolie rue dont j'ai oublié le nom
Neuve et propre du soleil elle était clairon (Apollinaire, 1913, p.7)

Il y a ici, un réalisme dans la description de la ville qui emmène le poète dans ses choix. Les objets choisis pour la décrire ne sont pas poétique comme « la cloche, la sirène, les enseignes, les plaques. Ils le deviennent parce qu'Apollinaire a bien voulu les convoquer à travers une personnification, afin de faire vivre la poésie: « La sirène gémit », « La cloche est rageuse et aboie » (Apollinaire, p.7). L'on pourrait comparer les « inscriptions, les enseignes » (Apollinaire, 1913, p.7), « les plaques et avis » (Apollinaire, 1913, p.7) à des perroquets qui « criaillent ». Nous constatons donc que la banalité du quotidien fait une entrée fracassante dans le champ poétique. Lorsque le poète présente une rue banale : « J'ai vu ce matin une jolie rue dont j'ai oublié le nom » (Apollinaire, 1913, p.7), c'est sans doute dans le but de présenter un monde moderne et présent sous ses formes les plus matérielles et trivial : automne, publication diverses, monde de la presse, sirène, objets de la rue, etc. » (Apollinaire, 1913, p.8). Toutes ces choses banales de la vie quotidienne, envahissent le texte. En se tournant vers la ville, le poète admire le changement qu'il voit à travers « La rue (...) et les sténodactylographes » (Apollinaire, 1913, p.8). La poétisation de la ville, des machines et les objets de la modernité montrent la sensibilité du poète à travers son regard insolite. Il adore cette rue : « J'aime la grâce de cette rue industrielle » (Apollinaire, 1913, p.7). Dans cette dynamique, la ville est célébrée pour sa beauté, pour sa modernité, tout comme pour la surprise, l'inattendu qui est le pilier de la poétique d'Apollinaire comme le pense également (Fabienne Liger Marie 2014, p.152)

L'espace urbain se désacralise sous les yeux du poète, témoin des changements, à travers la métamorphose de la ville. Nous avons la rue comme clairon, la cloche comparée à un chien qui aboie et des plaques en perroquets. Le regard du poète transfigure la réalité. Ensuite, la Tour Eiffel, construction métallique, symbole du monde industriel devient un objet de poésie. C'est sans doute une manière pour le poète de célébrer le monde moderne pour ses avancées technologiques. En

magnifiant la beauté de la ville en mouvement, le poète présente en même temps la rue comme un réseau de rues, où l'on peut errer et se perdre. Apollinaire décrit également la ville pittoresque, peuplée d'où émerge le fantastique social permettant de s'ouvrir aux baladeurs, aux promeneurs,

Apollinaire étant lui-même un « bourlingueur » (BLAISE Cendrars, 1948, p.10.), c'est-à-dire un promeneur, il reste sensible aux charmes des yeux face aux édifices de la ville moderne tels que: « La rue industrielle, la jolie rue, la Tour Eiffel, le troupeau des ponts, les hangars de port-Aviation, les automobilistes, les prospectus, les catalogues, les affiches, les portraits des grands hommes » (Apollinaire, 1913, p.7). La modernité se lit dans l'attention portée à toutes les formes du langage : par les mots tout comme par les images. Dans cette perspective, le poète définit les nouveaux paramètres de l'esthétique architecturale de la ville en s'interrogeant évidemment sur cette ville. Cela permet au poète d'avoir un regard sur les objets industriels du monde urbain. De ce fait, la ville moderne devient visible et pensable. Alors, l'on peut observer et comprendre cette architecture de l'avenir, des nouvelles constructions « en béton, verre, acier, les rues la nuit, les enseignes et les affiches » (Apollinaire, 1913, p.7). Le poète semble également capter la nature et son environnement dans sa dimension historique, géographique, mais également dans son aspect psychologique à travers la période de sa vie. En effet, le poète a vécu des moments de désolation à cause de la première guerre mondiale. Or c'est dans la même période que la ville connaît les mutations à travers la modernité. Donc l'on peut dire que ces chocs et les bouleversements peuvent pousser à la création artistique tout comme la fuite du temps exprimée par « Le Pont Mirabeau », qui semble être un exemple de désolation et de déception cachée derrière ce joyau pont, fruit de modernité qui traverse la seine à Paris dans la capitale française que nous pouvons constater à travers ces vers :

Sous le pont Mirabeau coule la Seine
(...)
L'amour s'en va comme cette eau courante
L'amour s'en va
Comme la vie est lente (Apollinaire, 1913, p.32)

Ici, l'amour se trouve au cœur de l'esthétique d'Apollinaire à travers ses nombreuses frasques avec les femmes. Il se sent mal aimé à tel enseigne qu'il trouve refuge dans les bras de la poésie. Il découvre la beauté du réel comme un objet d'adoration, la beauté de ses amours se transforme au charme de la ville. De même, l'errance dans la

ville est une manière de mettre en ordre sa mémoire, de trouver une rade où il puisse s'émerveiller. L'univers des nouveautés de la ville, est particulièrement adapté au fantasme du chagrin. Apollinaire chante l'espace urbain à travers « les soirs ivres de gin », « le bar crapuleux » et les « cafés gonflés de fumée » (Apollinaire, 1913, p.32), crient tout l'amour de leurs tziganes. Il prend conscience de la fin de l'amour et transforme son expérience en poésie.

En dehors de la ville de Paris, de nombreuses villes d'Europe sont évoquées : Marseille, Rome, Amsterdam, Coblenz. Tous ces lieux font l'écho de la métamorphose des nouvelles villes en construction, tels que Marseille, Rome, Amsterdam :

Te voici à Marseille au milieu des pastèques
Te voici à Coblenz à l'hôtel du Géant
Te voici à Rome assis sous un néflier au Japon
Te voici à Amsterdam avec une jeune fille que tu trouves belle
(Apollinaire, 1913, p.13)

La ville de Londres est symbolique. C'est dans cette capitale anglaise qu'Annie Playden se réfugie à Landor Road. Londres dont le poète révèle deux traits traditionnels, la « demi-brume » et les façades rouges des maisons, les « vagues de briques » (Apollinaire, 1913, p.11), Il y a également le pittoresque de Prague, « Tu es dans le jardin d'une auberge aux environs de Prague » (Apollinaire, 1913, p.11). Les nombreux voyages du poète qui l'emmènent en Allemagne et le paysage rhénan est édifiant. En effet, le poète s'inspire de ses souvenirs en Rhénanie lorsqu'il fut éprouvé par l'amour d'Annie Playden pendant son séjour de précepteur auprès de Mme de Milhau. Outre le grand fleuve nommé le Rhin qui se déploie dans la ville, le poète a également noté la beauté plastique des châteaux en ruine, les « burgs » romantiques : « Le mai le joli a paré les ruines / De lierre de vigne vierge et des rosiers » (Apollinaire, 1913, p.95). Le poète visite aussi Munich, l'Autriche, témoignant ainsi de l'esprit de diversité du poète. L'Amérique est souvent évoquée pour montrer le refuge d'Annie : « Mon bateau partira demain pour L'Amérique / Je ne reviendrai jamais » (Apollinaire, 1913, p.21). Quant aux références à la Chine, il s'agit pour le poète de comparer les oiseaux à l'avion. L'avion qui n'est rien d'autre qu'un produit de la modernité du nouveau siècle. « Et tous aigle phénix et pihis de la Chine fraternisent avec la volante machine » (Apollinaire, 1913, p.19) Il met en compétition le Christ et les aviateurs à une époque où l'avion et le train venaient d'être inventés, sans doute pour montrer la puissance de cet appareil. « Christ qui

monte au ciel mieux que les aviateurs / Il retient le record du monde pour la hauteur » (Apollinaire, 1913, p.09)

La présence de la ville, des machines et des structures de la modernité sont la manifestation la plus immédiatement sensible de ce regard soucieux du présent et de l'insolite.

Le charme du monde urbain, ou du moins l'esthétique de la modernité ne fait pas perdre de vue au poète la souffrance vécue par les citadins. L'individualisme, l'immigration, la misère et la pauvreté sont le quotidien de certains citadins, « Tu prends ton café à deux sous parmi les malheureux / Tu regardes les yeux pleins de larmes ces pauvres émigrants / Ils emplissent de leur odeur le hall de la gare Saint-Lazare » (Apollinaire, 1913, p.12). Si la ville est un lieu qui attire, qui fascine, et émerveille, il est également un endroit de solitude, de misère, de pauvreté. Nous pouvons dire que le poète passe au scanner les grandes rues de la capitale française et d'Europe pour en faire des objets dans le langage poétique. Parler donc d'une poésie de la ville c'est accorder un intérêt à l'urbanisation et aux nouveaux édifices qui jalonnent les grandes rues. Cette célébration de la ville est perceptible à travers ces deux vers: « A la fin tu es las de ce monde ancien », dans *Alcools* et avec « Vendémiaire » « Les villes répondaient maintenant par centaines » (Apollinaire, 1913, p.141). Aussi, les grandes rues qui fascinent le poète sont jalonnées d'enseignes, d'affiches, et de grands portraits qui nous rapprochent de la publicité. La poésie ne se lit plus uniquement avec les mots mais aussi par les images.

Nous pouvons retenir que la ville est un lieu qui permet au poète de porter la poésie dans une dynamique de révolution. Elle quitte sa nature pour se retrouver dans les grandes rues, dans la perspective de promouvoir un lyrisme neuf. Dans cet élan, la révolution industrielle révolutionne la versification.

2 - La publicité, les affiches, les enseignes : une révolution du langage poétique.

La publicité intéresse Guillaume Apollinaire dans sa quête de renouveau et de modernité. Avec la révolution industrielle du XXe, les changements commerciaux économiques favorisent l'avènement de la publicité et engendre du neuf dans la communication. L'esthétique des affiches se rapproche la poésie visuelle. Laquelle poésie prend son ancrage dans le dialogue que le poète instaure entre la versification et l'art pictural. Ce dialogue met sur pied d'égalité la poésie et les arts visuels au

point que le poète se proclame peintre : « Et moi aussi je suis peintre » (Apollinaire, 1918, p.52). En faisant usage des affiches et de la publicité, il veut dire que la poésie ne se trouve pas seulement dans la beauté de la nature, ni dans la fuite du temps, ou encore dans l'amour perdu, mais également, dans la peinture, dans la publicité et dans tout ce qui est trivial. La suppression de toute la ponctuation dans son recueil rapproche la poésie de la publicité tout comme de la peinture. C'est ce qui fait que le texte poétique de par sa disposition typographique, la forme, va révéler le thème du poème et permettre d'allier l'imagination visuelle à celle portée par les mots (Fabienne Liger MARIE, 2014, p.302). Dans ce cas, les poèmes abandonnent les règles rigides traditionnelles de la poésie par la destruction des vers. La publicité tout comme la peinture nous donne une lecture sensible de l'œuvre. Forme, ligne, espace, mot, ponctuation, couleur ou même lumière. La libération spatiale du texte nous éloigne des contraintes structurelles. Même si le travail de la peinture n'est pas celui de la publicité et de la poésie, il semble avoir un lien entre la publicité et le langage poétique d'Apollinaire. Les portraits publicitaires, les enseignes ne se lisent plus comme des textes ordinaires. L'on a l'impression que le poète écrit de la droite vers la gauche, de façon perpendiculaire. C'est une écriture tantôt oblique, entrecroisée, perpendiculaire. Or, la manière classique d'écrire voudrait que l'on commence à écrire de la gauche vers la droite et de façon horizontale. Dans cette perspective, l'on arrive à lire globalement, ou du moins d'un seul regard. L'on pourrait parler de simultanéité. Les panneaux publicitaires se présentent généralement comme des tableaux avec des textes. Or Apollinaire fait usage de la technique des peintres dans le souci d'innover la poésie. Si le poète est proche de la peinture et que les affiches publicitaires sont à la fois des textes qu'on peut lire d'un seul regard comme des tableaux, il est donc possible de rapprocher les deux techniques. La poésie semble se trouver dans les choses les plus simples, c'est pourquoi l'on pourrait parler de poésie des affiches : « Les prospectus, les catalogues, les affiches, les portraits des grands hommes et mille titres divers » (Apollinaire, 1913, p.7) nous rapprochent de la publicité qui participe désormais au langage poétique. Un art qui vante le mérite des affiches et qui met en valeur de façon générale une poésie des rues. « 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, il y a les livraisons à 25 centimes pleines d'aventures policières » (Apollinaire, 1913, p.7) Pour Blaise Cendrars, la « publicité= poésie » (Myriam 2009, p.109). La publicité est le prolongement de l'écriture poétique plus exactement, la poésie investit le monde réel. La rue s'invite dans la poésie, la poésie descend dans la rue et s'exprime par la publicité. La publicité permet de capter l'attention et

convaincre de la validité des idées. La grande diffusion des affiches publicitaires, des prospectus pourrait permettre à ces formes d'expression à priori non artistique d'intéresser Apollinaire qui perçoit un certain attrait pour la vie quotidienne et qui porte un regard sur le monde qui l'entoure. Les prospectus et les publicités pourraient représenter le regard que le poète projette sur le monde en montrant que la poésie n'est pas cantonnée à un exercice forcément inspiré par les muses, mais à un contact plus concret avec le réel. Dans cette dynamique, le poète accorde un intérêt pour les documents qui servaient de support à la publicité et le cheminement de celui-ci vers les formes de communications populaire et triviale. La passion pour l'art pictural pourrait emmener le poète à vite introduire les lettres enseignes dans la poésie. Il s'agirait pour lui d'intégrer la vie dans l'art ou du moins de mêler art et vie. La vie de tous les jours favorise des circonstances qui donnent l'inspiration aux artistes et au poète pour modifier leurs représentations du monde par une transfiguration qui s'appuie sur les éléments simples de composition qu'offrent les enseignes comme image de la ville.

Nous pouvons affirmer que les affiches publicitaires et les enseignes attirent l'œil, par le graphisme, les slogans mettent aussi en valeur un aspect sonore qui se rapproche de la poésie. « Alors, les propriétés phoniques des mots, comme dans les comptines et les slogans, gouvernent de façon non autonome l'organisation du message poétique » (Jean-Louis Joubert 2006, p.107). En intégrant des éléments comme des publicités et des noms de marques dans le texte poétique, le poète dépoétise le texte en faisant descendre la poésie de son statut élevé pour emprunter la rue.

La poésie sort de l'esthétique classique et se retrouve sur les réalités du monde moderne et s'ouvre à la modernité qui transgressent les normes. Nous pouvons dire que l'art et la poésie moderne, avec la publicité et toutes les techniques analogues, font bien plus que de se retourner vers le monde. Apollinaire voyait dans l'apparition de la publicité une réhabilitation des choses réputées vulgaires.

L'intérêt de la publicité ici, c'est d'innover. Or le poète est un novateur. Donc l'on pourrait dire qu'Apollinaire invite la publicité dans la poésie pour s'inscrire dans la nouveauté. Si le poète est proche de la peinture et que les affiches et les publicités sont à la fois des textes et des tableaux, donc nous comprenons aisément pourquoi le poète invite la publicité à la poésie. Avec la publicité et les enseignes, la poésie devient un art qui vente le mérite des affiches et met en valeur de façon

générale une poésie des rues. C'est par ce mélange que le poète assure la modernité. L'évolution de la ville et la révolution industrielle permettent au poète d'intégrer des éléments appartenant à la publicité dans la poésie. La publicité devient donc un canal pour la poésie.

3 - Vers une ambition universelle de la poésie.

Dans la vie réelle, toute activité humaine s'inscrit résolument dans un espace et la littérature n'échappe pas à cette règle. Tous les récits ou les poèmes sont en partie liés avec un espace, qu'il soit abstrait ou concret. Cet espace est le lieu de l'accomplissement de la poétique de l'auteur (Clément Ehora, 2007, p.27). Dans la poésie d'Apollinaire l'on se rend également compte que l'espace occupe une place importante en ce sens que plusieurs poèmes portent la trace de l'expérience d'Apollinaire. Cela emmène le poète à dire que ses vers sont une sorte de commémoration des événements de sa vie. Donc, ce sont les villes que le poète a fréquentées que nous allons interroger afin de comprendre leurs intentions. En effet, La ville de Paris, les villes d'Europe et d'Asie ne sont pas choisies au hasard, elles sont sémantiquement motivées, chargées d'intentions littéraires et obéissent à une certaine programmation poétique. Il convient de réfléchir sur ces toponymes afin de mieux percevoir les enjeux de leur conception. C'est d'ailleurs ce que recommande Roland Barthes quand il écrit : « Un nom propre doit toujours être soigneusement interrogé, car le nom propre est, si l'on veut bien dire, le prince des signifiants ; ses connotations sont riches socialement, symboliquement. » (Clément Ehora EFOH, 2007, p.27). C'est dire, tout l'intérêt de la sémantique des noms. D'abord, la naissance du poète est le premier élément déclencheur de cette thématique spatiale. Guillaume Apollinaire est né le 26 Août 1880 à Rome. Il est le fils d'une française d'origine polonaise et d'un officier italien. Ce métissage ou du moins cette hybridité semblait destiner le poète à l'universalité, un artiste ouvert au monde. Apollinaire a également habité chez sa mère au Vésinet, à Paris, Rue Léonie, non loin de la gare Saint-Lazare et de Montmartre. En Octobre 1909 ; il loge à Auteuil, 15, Rue Gros, à deux pas de la Seine et du Pont Mirabeau qu'il immortalise. Rome étant la capitale de l'Italie, cette ville est pleine de sens parce qu'elle est le lieu de naissance du poète. « Tu marches vers Auteuil tu veux aller chez toi à pied ». (Apollinaire, 1913, p.15). Auteuil le Pont Mirabeau, et la Seine sont des lieux très connus du poète et symbolisent son enfance et son adolescence. Son adolescence et son enfance ont été bercées dans plusieurs civilisations, occidentales, orientales et asiatiques également à travers ses nombreux voyages. Le poète étant lui-même le fruit d'un brassage et d'un métissage issu de

l'union de son père et de sa mère, ajouté aux expériences de ses nombreux voyages, il pense dès lors que « La vie en symbiose devient une forme de métissage entre toutes les créatures de la terre pour produire une harmonie universelle » (AHO Bernard Kouakou, 2017, p.2). C'est sûrement cette alchimie unifiant les époques, les lieux et les expériences (Paris, Allemagne, Londres, Chine) qui ouvre la voie à l'universalité. A travers ses expériences personnelles, ses voyages à travers le monde, les différentes civilisations et les cultures étrangères qui semblent expliquer cette volonté universelle. Dans cette dynamique, il veut dire que la poésie n'est pas un champ limité ou du moins, elle ne soit pas dans un labyrinthe. Aussi, le poète ne se limite pas à son pays d'origine, mais offre à l'humanité un carnet de voyage riche. Dès lors, tout le monde se sent concerné et représenté par le poète. Il se fait l'ambassadeur de plusieurs civilisations. L'espace européen se présente ici comme un lieu de mémoire lié également aux expériences personnelles du poète et renvoi à des référents géographiques de nature plus ou moins biographiques. Il s'agit de la Grèce, essentiellement convoquée, semble-t-il, pour des raisons mythologiques et culturelles propres à rattacher au présent du poète.

Et que la Grèce n'a pas connu ni l'Orient
Lorsqu'il fut de retour enfin
Dans sa patrie de sage Ulysse (Apollinaire, 1913, p.59)

Apollinaire dans son ambition d'universaliser la poésie, sort de l'espace européen pour l'Asie et l'Afrique. Même si ces deux continents ne sont pas trop représentatifs ils ne sont pas aussi totalement absents. La Chine, peut-être le poète a beaucoup lu les mythologies chinoises. Aussi, le poète convoque l'Afrique sans doute dans le but de surprendre.

De Chine sont venues les Pihis longs et souples »
Et tous aigle phénix et Pihis de la Chine
Tirée d'un bordel de Shanghai »¹. L'Afrique apparaît trois fois dans le recueil.
D'Afrique arrivent les ibis, les flamants, les marabouts »
Et où naissent sur la mer tous les corbeaux d'Afrique
Dormir parmi les fétiches d'Océanie et de Guinée »² (Apollinaire, 1918, p.152)

L'espace et l'errance du poète à travers ses voyages peut être considéré comme la forme sensible de ce souci de l'aventure et de l'exploration auquel il a si

explicitement rattaché l'effort poétique. L'enjeu de l'espace ici est lié d'entrée de jeu, à la biographie du poète, mais également à l'exposition profonde d'une société dite moderne. Il le dit lui-même

C'est n'avoir aucune ambition que de s'adresser à une demi – douzaine de gens de même goût et de même nation. Moi, je n'espère pas plus de sept amateurs de mon œuvre, mais je les souhaite de sexe et de nationalité différents et aussi bien d'états. Je voudrais qu'aimassent mes vers un boxeur nègre américain, une impératrice de Chine, un journaliste boche, une peintre espagnol, une jeune femme de bonne race française, une jeune paysanne italienne et un officier anglais des indes » (Apollinaire, 1971, p.119.).

Le poète marque ici son désir d'universalité en élaborant des vers pour l'humanité et pour tout le monde. Il se voit également à travers l'image de la ville cosmopolite de Paris regroupant des gens de diverses langues et nationalités. Dans cette métropole, le poète présente également la ville de Paris comme un espace de sédentarisation porteur de symboles de protection et de limite. Ces symboles protègent la civilisation caractérisée par les ports, la Tour Eiffel, les bruits, les cafés et les publicités dans la ville de Paris. Le poète décrit ce qu'il voit. C'est le cas de « la brume », « les maisons de briques rouges », « symbolisant la ville de Londres ; « l'horloge du quartier juif » la ville de Prague. Et pour Paris, « la Tour Eiffel » (Apollinaire, 1913, p.7). Du coup, on se rend compte que ces lieux figurent comme des endroits qui portent la poésie d'Apollinaire dans son ambition d'universalité.

Conclusion

La présente étude nous a permis de savoir que le langage poétique est dans une dynamique d'évolution. Au XXe siècle, Apollinaire sort la poésie des thèmes de mélancolie, de nature verdoyante, de la mort, etc. pour l'intégrer à la notion de l'espace urbain. La ville moderne, avec un décor urbain, est inondée de nouveauté et de surprise. La poésie descend dans les rues de Paris pour chanter le cadre urbain composé de la Tour Eiffel, des ponts, de la lumière, de la publicité, des affiches et les enseignes. Apollinaire a le mérite d'avoir intégré la publicité dans la poésie à un moment où la technologie est en vogue. Les produits de consommation et de modernité foisonnent et inondent les rues et les marchés. C'est le moment choisi par le poète pour présenter une écriture triviale. Désormais, le matériau de la poésie change avec le développement de la société. La poésie n'est plus dans un carcan ou du moins dans un labyrinthe pour étouffer Apollinaire. Il se donne une liberté d'écriture, un lyrisme neuf qui porte la poésie à un niveau d'épanouissement très

élevé. Le poète à travers également ses nombreux voyages et son nomadisme ambitionne une poésie universelle. Il n'écrit pas uniquement sur son pays, mais plutôt sur le monde entier, et pour toute l'humanité. La culture occidentale, orientale, asiatique, africaine et toutes les civilisations qui en découlent forment une esthétique universelle pour la poésie.

BIBLIOGRAPHIE

APOLLINAIRE Guillaume, 1913, *Alcools*, Paris, Edition Gallimard.

AHO Bernard Kouakou, 2017, *L'enfance dans la poésie francophone, éloges ou mythe dans l'écriture d'une idéologie humaniste chez Saint John Perse et Léopold Sedar Senghor*, vol 1 no 12016.

BERTRAND Jean – PIERRE Durand Pascal, 2006, *Les poètes de la modernité : De Baudelaire à Apollinaire*, Edition du Seuil.

DADIÉ Djah Célestin, 2014, « *La typologie de la délectation amoureuse du Mal – Aimé dans le recueil Alcools de Guillaume Apollinaire* », revue du CAMES nouvelle.

DUCHET Claude, 1974, *La sociocritique*, Paris, Nathan.

EFFOH Clément Ehora, Février 2007, *Jeux et enjeux des toponymes dans silence on développe de Jean Marie Adiaffi*, Revue du groupe d'études des linguistiques et littéraires, université Gaston Berger de Saint Louis, Sénégal.

MAURON Charles, 1963, *Des métaphores obsédantes au mythe personnel, Introduction à la psychocritique*, Paris, José Corti.

FABIENNE Liger Marie, 2014, *Le moi et le monde : Quête identitaire et esthétique du monde moderne dans l'œuvre de Guillaume Apollinaire, Blaise Cendrars et Vladimir Maïakovski*, Université de Montaigne, Bordeaux III.

JOUBERT Jean Louis, 2006, *La poésie*, Paris, Armand Colin.

ROGER Jérôme, 1997, *La critique littéraire*, Paris, Dunod.

ECHEMIN Kester, 1982, *Aspect de l'écriture dans le roman français*, Paris, Présence Africaine.