

# Éditorial

## Se vendre en poésie...

**L**a poésie demeure un domaine peu accessible. Les poètes ne manquent pas. On dirait même qu'il y en a trop! Les publications de vers en recueil et en revue sont nombreuses. Il y a des sociétés de poésie partout, des rencontres, des colloques, etc. Dans l'espace de quelques mois, on a vu la parution d'un recueil posthume de Guillevic, une étude universitaire de sa Bretagne et un gros volume d'actes de colloque sur son œuvre (voir les comptes rendus dans ce numéro). On dirait que nous ne négligeons point les poètes de notre temps. D'ailleurs, nous n'oublions pas les grands du passé : en 2002, on a célébré Victor Hugo et bientôt l'attention se portera sur Valéry et Claudel. Et, pourtant, toute cette activité poétique — écriture, lectures, critique — reste insulaire, loin du grand public, largement faite par et pour de petits groupes d'intellectuels.

Il y a eu des efforts pour défendre et populariser la poésie. A Paris, on a affiché des vers dans les rues et dans le métro. Et, dans cette même ville, il y a chaque année le *Marché de la poésie*, une sorte de foire en plein air où règne le carnavalesque. Des efforts vains? Pas du tout. Mais la sensibilité populaire en est peu marquée. L'événement fini, le poète rentre dans l'oubli et dans sa tour d'ivoire.

Que faire donc pour éveiller l'attention et créer un goût populaire pour la poésie? Il me semble que les poètes doivent s'attendre moins à l'appui des éditeurs et des agences de gouvernements. Il faut que le poète s'occupe davantage de ses affaires, de son *business* : la poésie. Il faut travailler à créer le « marché » de la poésie. Poète, sors donc de ton bureau et descends dans la rue. Apprends à vendre la poésie, à te vendre en poésie. Prends une vingtaine de tes recueils et entre dans le collège ou lycée de ton quartier. Donne tes poèmes aux jeunes. Lis, fais, parle poésie avec eux. Et, si chaque poète s'engage à cette activité dans son quartier trois, quatre fois par an, ces efforts ne peuvent que porter fruits. Ces jeunes rentreront chez eux pas avec une image abstraite de la poésie mais avec une forme humaine dans l'esprit et, peut-être, avec les rythmes de ta voix dans le cœur. Rappelons la sagesse de Louis Aragon : « C'est à la poésie que tend l'homme. Il n'y a de connaissance que du particulier. Il n'y a de poésie que du concret » (*Le paysan de Paris*).

SERGIO VILLANI  
*Université York*

Micheline Montgomery, peintre d'origine québécoise, pratique son art à Toronto. Elle a acquis une renommée avec ses tableaux d'avant-garde en acrylique de visages et d'anges. Ce trait spirituel exprime sa quête incessante pour intégrer à l'existence la paix et l'harmonie. [www.pearangelart.com](http://www.pearangelart.com)



MICHELINE MONTGOMERY  
SOUS LE SOLEIL DE MAJORQUE, ACRYLIQUE SUR TOILE, 2002.