



CLASSIQUES
GARNIER

RABATÉ (Ève), « Table des matières », *La Revue Commerce. L'esprit "classique moderne"* (1924-1932), p. 795-801

DOI : [10.15122/isbn.978-2-8124-4095-3.p.0795](https://doi.org/10.15122/isbn.978-2-8124-4095-3.p.0795)

La diffusion ou la divulgation de ce document et de son contenu via Internet ou tout autre moyen de communication ne sont pas autorisées hormis dans un cadre privé.

© 2012. Classiques Garnier, Paris.
Reproduction et traduction, même partielles, interdites.
Tous droits réservés pour tous les pays.

TABLE DES MATIÈRES

NOTE INTRODUCTIVE	7
INTRODUCTION	9

PREMIÈRE PARTIE

LA FONDATION

L'UTOPIE DE LA REVUE

L'IDÉE DE LA REVUE

Genèse et fondation	25
Portrait de Marguerite de Bassiano (1880-1963)	25
Naissance de la revue dans le salon des Caetani à Versailles	31
Le « patronage » relatif de Saint-John Perse	35
Réseaux et constellations	40

ORIENTATION INITIALE : ÉLITISME ET INTIMISME 55

<i>Commerce</i> , un titre programmatique	55
Le nom de Valéry, un manifeste en soi	64
Une revue « secrète »	69
« Rien que du maigre »	73
L'intimisme	75
Une position stratégique singulière	81

UNE MISE EN PLACE MOUVEMENTÉE 85

La naissance difficile du premier numéro	85
La démission d'Adrienne Monnier	90

Les différentes brouilles	95
La société « Commerce »	105
LA « FABRIQUE » DE LA REVUE <i>COMMERCE</i>	109
Présentation matérielle et durée de vie	109
Tirage, abonnés, prix	111
Les gérants après Adrienne Monnier	116
Périodicité et retards	119
Vie de la revue	123
Diffusion de la revue : publicité, « service », dépositaires	125
MARGUERITE CAETANI, MÉCÈNE ATYPIQUE	131
Un mécénat très généreux	131
L'attrait des tirages à part	142
Marguerite Caetani « administratrice unique »	145
La fin de l'utopie <i>Commerce</i>	153

DEUXIÈME PARTIE

LA PLACE DE *COMMERCE*
DANS L'ESPACE LITTÉRAIRE DES ANNÉES 1920
EN MARGE DE *LA NRF*

L'ÉQUIPE RÉDACTIONNELLE DE <i>COMMERCE</i>	
Le rôle parfois limité des directeurs officiels	159
Quelle place pour <i>Commerce</i> dans l'espace littéraire des années 1920 ?	159
Paul Valéry, un engagement de « directeur » très modéré . . .	160
Léon-Paul Fargue, un directeur tumultueux, ou de la difficulté d'écrire	170
Valéry Larbaud, un directeur fidèle et dévoué	184
L'ÉQUIPE RÉDACTIONNELLE DE <i>COMMERCE</i>	
Le rôle des directeurs officieux	195
Saint-John Perse, un rôle occulte important	

Une influence considérable et une aide matérielle limitée	195
Jean Paulhan ou le maître d'œuvre	201
Bernard Groethuysen, un passeur pour les textes anciens . . .	208
<i>COMMERCE</i> , LE « SUPPLÉMENT SURLITTÉRAIRE » DE <i>LA NRF</i> ?	213
La « coexistence pacifique » entre <i>Commerce</i> et <i>La NRF</i>	213
Vers la pure littérature	217
LES GRANDS AUTEURS <i>NRF</i> PUBLIÉS DANS <i>COMMERCE</i>	225
Les publications des trois directeurs à <i>La NRF</i> pendant l'existence de <i>Commerce</i>	226
André Gide, la grande figure ambiguë	228
Paul Claudel, un poète courtisé et difficile	232
Francis Jammes : <i>Commerce</i> , une revue au-delà du scandale?	239
André Suarès et <i>Commerce</i> : Marguerite charmeuse du « Condottiere »	243
LES AMBIGUÏTÉS DE JEAN PAULHAN	
<i>Commerce</i> , l'autre revue de Jean Paulhan?	249
Jean Giono	250
Henri Michaux	253
Marcel Jouhandeau	255
Vassili Rozanov	258

TROISIÈME PARTIE

COMMERCE ET LES JEUNES ÉCRIVAINS

UNE POLITIQUE LITTÉRAIRE D'OUVERTURE AUX JEUNES ÉCRIVAINS	263
Présence de jeunes écrivains	263
La recherche de « jeunes » talents	265
Léon-Paul Fargue et Paul Valéry : le cas de Jean Prévost	271

Valery Larbaud en campagne pour les jeunes	275
Saint-John Perse, une aide distante	279
Jean Paulhan, le plus grand pourvoyeur de manuscrits de jeunes écrivains	281
L'intronisation de jeunes talents dans <i>Commerce</i> par des intermédiaires multiples	284
<i>COMMERCE ET LES SURREALISTES</i>	289
Les liens avec le groupe de <i>Littérature</i>	289
Paul Valéry, un directeur finalement conciliant	292
Valery Larbaud, une certaine indifférence ?	297
Léon-Paul Fargue, « surréaliste dans l'atmosphère »	298
Saint-John Perse, une admiration fondée sur des malentendus ?	300
Publication de textes surréalistes majeurs dans <i>Commerce</i>	302
L'évolution de <i>La Révolution surréaliste</i> face à <i>Commerce</i>	311
Ruptures de 1927	315
L'affaire de « La Brebis galante »	322
La « nouvelle fondation » de <i>Commerce</i>	329
<i>LE RAPPROCHEMENT DE COMMERCE</i> <i>AVEC LES MARGINAUX DU SURREALISME</i>	331
L'influence de Georges Ribemont-Dessaignes pour la jeune littérature	332
Roger Vitrac et Antonin Artaud, deux voix révoltées dans <i>Commerce</i>	335
Georges Limbour, un rôle important dans <i>Commerce</i>	339
Robert Desnos, une veine poétique indépendante	344
Le rapprochement avec le groupe du Grand Jeu	348
<i>BILAN SUR LE RÔLE DE DÉCOUVREUR DE COMMERCE</i>	355

QUATRIÈME PARTIE
DOMAINES ÉTRANGERS

RÉINVENTER UN « SALON » EUROPÉEN	363
LE DOMAINE ANGLAIS	
Des formes novatrices	373
La traduction initiale de James Joyce sous l'égide de Larbaud	374
Le rôle primordial de Larbaud	380
Le rôle mineur des autres directeurs	386
T. S. Eliot et <i>The Criterion</i>	388
Des passeurs multiples	395
LE DOMAINE ALLEMAND	
Une orientation philosophique et poétique	399
La présence éphémère de Rainer Maria Rilke	400
Hugo von Hofmannsthal. <i>Commerce et Die Neue deutsche Beiträge</i>	404
Rudolf Kassner. La naissance d'une collaboration fructueuse	410
Bernard Groethuysen et Jean Paulhan. Des passeurs remarquables	414
LE DOMAINE ITALIEN	
Une ligne classique	423
Giuseppe Ungaretti, un correspondant étranger complexe . . .	423
Valery Larbaud, un passeur « consacrant »	430
LE DOMAINE RUSSE	
Un versant poétique et révolutionnaire	435
Hélène Iswolsky et ses traductions controversées de Pouchkine	435
Le « prince Mirsky », un homme européen	438

La littérature russe contemporaine, une littérature politique ?	442
LE DOMAINE ESPAGNOL	449
BILAN	
Esthétique et éthique de la traduction	459

CINQUIÈME PARTIE ESTHÉTIQUE ET POÉTIQUE

L'ESPRIT « CLASSIQUE MODERNE » INCARNÉ PAR LES TROIS DIRECTEURS DANS <i>COMMERCE</i>	471
Du « classicisme moderne » au « classique moderne » ou « moderne classique »	471
L'idée de moderne et de classique chez Paul Valéry dans <i>Commerce</i>	478
L'idée de moderne et de classique chez Valery Larbaud dans <i>Commerce</i>	497
Le rôle de Fargue, poète « classique moderne », dans <i>Commerce</i>	510
L'INSCRIPTION DANS UNE TRADITION ET L'OUVERTURE VERS LES MARGES	535
<i>Commerce</i> , une revue inactuelle	535
Valorisation de la marge	544
L'expression d'une autre tradition grâce aux « anciens textes »	549
Réhabilitation d'un poète original, Maurice Scève	558
L'esthétique des « anciens textes »	562
Le « commerce » spirituel	571
Les grands voyageurs.	
Le « commerce » avec l'Orient	581

RÉINVENTER LA NOTION D'HÉRITAGE LITTÉRAIRE	593
Pour une critique créatrice	593
Paulhan et l'« invention » de la critique	600
L'expérience malgache.	
De la sémantique à l'expérience du proverbe	604
Paulhan et Larbaud, deux « horticulteurs »	607
LA QUESTION DES SOURCES ET LA RECRÉATION DE L'HÉRITAGE LITTÉRAIRE	611
Larbaud et la question des sources	611
La question des sources posée par <i>L'Essai des merveilles de nature et des plus nobles artifices</i>	616
Le Fait du Prince	619
André Gide et Montaigne	623
« La Rareté et le dehors ».	
Valéry et le monologue de Stendhal	627
CONCLUSION	633
ANNEXES	646
BIBLIOGRAPHIE	729
INDEX DES NOMS	769
INDEX DES REVUES CITÉES	789
TABLE DES ILLUSTRATIONS ET ANNEXES	793