

---

# Lady Guimauve ou la (re)fabrication de l'auteur populaire

---

Joanie Corbin

Université de Sherbrooke

## Résumé

Barbara Cartland. Un nom qu'on susurre timidement, une auteure que peu de lecteurs avouent connaître ou apprécier, mais qui curieusement détrône Frédéric Dard et Simenon au plan des ventes selon *Le livre Guinness des records*. Auteure de 723 romans, elle est la reine incontestée du roman sentimental. Tantôt figure caractéristique (discours, biographie, invariants romanesques, paratexte éditorial), tantôt figure marginale (tenue vestimentaire, photographies, engagements sociaux, production extralittéraire) au sein de la sphère de grande production, elle rejoue la posture et le mode de représentation de l'auteur populaire dans le champ littéraire. À ce jour, peu d'études en langue française portent spécifiquement sur l'écrivaine britannique, mais les travaux de Julia Bettinotti, Paul Bleton, Pascale Noizet et Denis St-Jacques sur le roman d'amour et les recherches de Daniel Couégnas sur la paralittérature serviront d'assises à ce travail de démythification de l'auteure et de son œuvre.

## 1. Introduction

« 3 000 mots à l'heure, 9 000 par jour, allongée sur un canapé corail à pompons, dos tourné à l'une de ses six secrétaires; ces demoiselles se relaient sans relâche afin de ne pas perdre une virgule de l'immortelle prose rose. » (L'Express Livres, 19 mars 2006) Cette verve précieuse, c'est celle de Barbara Cartland, reine incontestée du roman sentimental. Dame Guimauve compte à son actif 723 ouvrages traduits en plus de 36 langues et détrône Frédéric Dard et Simenon au plan des ventes selon *Le livre Guinness des records*. Maquillage et vêtements extravagants, coiffure tape-à-l'œil, faux bijoux, fausses fourrures et faux cils, elle n'a décidément rien de l'écrivaine mesurée. Si son discours sur l'écriture, sa relation à son nom d'auteure et ses activités littéraires promotionnelles marquent son inclusion à la sphère grand public, ses conduites non verbales de représentation de soi, son *ethos* non discursif, pour reprendre la terminologie de Jérôme Meizoz, son engagement social et sa production non romanesque dénotent pourtant sa recherche d'une singularité et questionnent l'identité véritable de l'auteur populaire.

Peut-on ainsi croire que Lady Guimauve, tout en adoptant le discours et les stratégies de l'auteur populaire, rejoue la posture de l'auteur de grande diffusion dans le champ littéraire? Un retour succinct au portrait usuel de l'auteur populaire et une étude de l'identité auctoriale de Barbara Cartland permettra de confirmer que Dame Guimauve révisé en effet la « mise en scène publique du soi-auteur » (Meizoz 2004) de l'auteur populaire. *Être écrivain* de Nathalie Heinich, « "Postures" d'auteur et poétique » de Jérôme Meizoz de même que *La vie extraordinaire de Barbara Cartland* de Gwen Robyn serviront d'assises à ce travail de démythification de la figure de l'auteur de grande diffusion.

Dans *L'institution de la littérature*, Jacques Dubois soutient que la littérature minoritaire et par extension son auteur sont tenus à l'écart du pouvoir légitime et également à l'extérieur de la juridiction de l'institution. Il note qu'il n'existe toutefois aucune rupture formelle entre les deux modes de caractérisation et que certains genres parallèles gagnent aujourd'hui en légitimité. Les trajectoires des agents dans le champ littéraire illustrent bien en ce sens la valeur sociale relative des objets culturels. À titre d'exemples, le roman noir, la bande dessinée et la science-fiction évoluent à ce jour vers la reconnaissance institutionnelle et cumulent peu à peu des profits symboliques. Mais qu'en est-il au juste des auteurs? Car s'il existe bien des auteurs grandioses et une Littérature, c'est inévitablement parce qu'il existe aussi des auteurs scotomisés et une contre-littérature.

## 2. Auteur populaire

L'auteur populaire, c'est l'écrivain mercenaire, le marchand. Comme le souligne Nathalie Heinich, « c'est ainsi qu'il "s'engage" totalement dans son activité d'écrivain – même si cet engagement n'est pas conforme au modèle inspiré –, comme le fait tout entrepreneur, dont la réussite personnelle se confond avec celle de son "affaire". » (Heinich 2000, p. 28) L'auteur populaire vise conséquemment la rentabilité immédiate de son activité d'écriture, répond à une demande préexistante et s'assujettit aux détenteurs des moyens de production et de diffusion. Assimilé à la « mauvaise littérature » – à la paralittérature – il s'écarte du monde inspiré « où règnent l'antériorité et l'intériorité de la satisfaction engendrée par l'œuvre » (Heinich 2000, p. 28). Or, il poursuit un but extérieur à la création, se préoccupant davantage des intérêts du grand public que de l'investissement de sa personne dans l'écriture. Son authenticité est alors mise en doute.

D'ores et déjà, la production de l'auteur populaire est minorée et jugée suspicieuse par l'institution littéraire, comme l'avance Daniel Couégnas dans *Introduction à la paralittérature* : « La "paralittérature" serait "mal écrite", voire pas écrite, en tout cas négligée. Elle se caractériserait par sa pauvreté d'invention formelle, sa répétitivité, le ressassement, les stéréotypes narratifs, les excès caricaturaux. » (Couégnas 1992, p. 18) Autrement dit, l'auteur populaire, et tout particulièrement le romancier sentimental, se voit d'entrée de jeu stigmatisé, relayé au banc des déclassés et rattaché à un contre-modèle littéraire. Pour espérer échapper à cette infamie, il n'a d'autre choix que de s'accorder avec l'impératif d'originalité de l'écrivain. Et cette originalité réside, selon Nathalie Heinich, dans le fait d'être novateur et personnel. Le propre de l'écrivain serait ainsi de s'inscrire dans un régime de singularité et de faire preuve d'imagination et de créativité. Innovant peu ou prou au plan littéraire, mais échappant surtout à l'exigence de personnalité de l'œuvre, l'auteur populaire est discrédité et désigné comme écrivain de second rayon.

Bien que Barbara Cartland s'active dans le circuit commercial et écrive des romans sentimentaux, péchés rose bonbon boudés par l'institution littéraire, elle se mérite rien de moins que la médaille d'or de la ville de Paris en 1988 pour ses 25 millions de romans vendus en terre française et publie plus de 700 ouvrages au cours de sa carrière. Robert Escarpit, dans *Le littéraire et le social*, stipule que « l'écrivain n'est pas un simple fournisseur de matière première d'abord [...] parce que ce qu'il fournit est déjà un produit élaboré. [...] L'écrivain ne limite pas son geste à l'écriture, il va par l'esprit "jusqu'au bout" du livre, il se suppose et se veut lu. » (Escarpit 1970, p. 137) Que suppose alors l'auteur populaire, l'auteur de romans à l'eau de rose? Quels sont ses buts, ses propos? L'exemple de Barbara Cartland semble tout indiqué pour répondre à ces interrogations.

### 3. Biographie

S'il ne faut nommer qu'une figure emblématique de la littérature sentimentale contemporaine, la reine de la guimauve s'impose d'elle-même. Issue de la vieille aristocratie anglaise, grand-mère par alliance de Lady Di, Dame Cartland naît à Birmingham en juillet 1901 et est élevée aux côtés de son frère cadet Ronald. Très tôt, elle s'intéresse à la lecture et découvre le plaisir des mots. Elle rédige sa première histoire à l'âge de cinq ans et demi. En 1920, réalisant la précarité financière de sa famille et désireuse de rapporter quelques sous à sa mère bien-aimée, elle se met à l'écriture de son premier roman. Elle griffonne à toute heure de la journée et termine en moins de trois mois son manuscrit qu'elle fait parvenir à l'éditeur Gerald Duckworth. La critique salue chaleureusement l'ouvrage et le roman est traduit en cinq langues et tiré à six éditions. À la suite de la publication de son premier manuscrit, elle se délecte de son succès et multiplie sorties et activités mondaines. Dès lors, elle se voit courtisée par les hommes les plus influents d'Angleterre et accepte sa cinquantième demande en mariage. L'alliance se solde par un divorce, mais place néanmoins son futur mari, cousin du premier compagnon, sur sa route. Épouse, mère de trois enfants, romancière, essayiste, historienne, biographe, poète, dramaturge, scripteur et cordon bleu, Cartland est professionnelle de la santé, spécialiste du sexe et thérapeute du cœur. Au terme d'une vie mouvementée, non pas sans avoir adressé à la presse sa nécrologie idéale, la dame en rose s'éteint le 21 mai 2000, à l'âge de 98 ans, est enterrée au nord de Londres, au pied d'un chêne, et repose dans un cercueil en carton.

### 4. Posture

Au-delà de son œuvre romanesque grandiose, Lady Guimauve est plus que symbole. Sa posture d'écrivaine populaire marque indéniablement son appartenance au monde du renom. Jérôme Meizoz, dans *L'œil sociologue et la littérature*, définit la posture, cette « mise en scène publique du soi-auteur » comme « une construction de soi dans et hors du discours » (Meizoz 2004, p. 64) :

[La posture est] une façon personnelle d'investir ou d'habiter un rôle voire un statut : un auteur rejoue ou renégocie sa "position" dans le champ littéraire par divers modes de présentation de soi ou "postures". (Meizoz 2004, p. 51-52)

La posture inclut deux dimensions fondamentales : l'*ethos* non discursif, à savoir l'ensemble des conduites non verbales de représentation de soi qui réfère aux choix vestimentaires de l'écrivain, à son allure générale, à son attitude, aux « airs » qu'il prend et se donne et l'*ethos* discursif, la construction de l'image de l'auteur au travers son discours proprement dit. La posture auctoriale de Dame Guimauve, la posture du dandy, est immanquablement surenchérie par son *ethos* discursif.

### 5. Discours – *ethos* discursif

En effet, dès l'adolescence, Barbara manifeste une propension aux activités de la haute société. À son jeune frère Ronald, elle avoue son désir éperdu de reconnaissance et de célébrité :

- Qu'aimerais-tu faire par-dessus tout dans la vie?
- Je serai Premier Ministre, [répond] posément Ronald.
- Eh bien! moi, je veux connaître tout le monde à Londres! [s'écrit Barbara tout excitée] » (Robyn 1988, p. 101)

Courant les soirées mondaines et multipliant les rencontres avec son public lecteur, Cartland brise la « captation par l'écriture » et contrevient à l'image fantasmagorique de l'écrivain. En bon stratège, elle use tout au long de sa carrière de sa popularité d'écrivaine pour s'ennoblir encore davantage. Puisque « la charité est devenue un bon moyen de s'élever dans la société » (Robyn 1988, p. 184), elle se porte à la défense de causes humanitaires et environnementales et organise des galas somptueux. À l'opposé de l'écrivain inspiré qui se tient généralement à l'écart des artifices de la mondanité et de la célébrité, la paperesse du roman sentimental multiplie ses rencontres avec le public et les journalistes des presses à grand tirage.

Lorsqu'il est question d'argent, Lady Guimauve feint maladroitement le détachement : « "Oh, vous savez, je n'y connais rien. Je m'emmêle toujours avec les zéros! "On rit poliment, mais personne n'est dupe! Chacun sait que ce n'est pas la vérité, bien sûr. » (Robyn 1998, p. 397) Si Dame Cartland se refuse apparemment à se définir par son portefeuille, c'est parce qu'elle se dit au premier abord artisanne du bonheur. « [Elle se] moque de la littérature, ce [qu'elle veut], c'est apporter [...] du rêve aux gens. » ([s.a.] 2000, p. D7) Et ce, elle y parvient par le biais de ses écrits. Non seulement dispensaire de bonheur, Barbara est aussi spécialiste de l'Histoire. Elle maîtrise son sujet, mais effectue des recherches préparatoires à l'écriture de chacun de ses romans. À l'instar des auteurs Harlequin, elle légitime sa production en multipliant les renseignements et confère à ses romans une fonction didactique. « Je suis une historienne, affirme-t-elle péremptoirement. Mais je fais passer l'Histoire avec amour. » (Bollon 1984, p. 20)

Au sujet de sa popularité, Lady Guimauve est intransigeante : son succès grandiose est redevable à son acharnement. Adoptant la posture de l'écrivain professionnel, c'est-à-dire la posture « de celui qui travaille à heures fixes, s'imposant à lui-même la discipline routinisée que le créateur inspiré laisse s'imposer à lui, hors de sa volonté » (Heinich 2000, p. 97), Cartland ancre son activité créatrice dans le prévisible : deux heures et demie de dictée, quatre ou cinq fois par semaine. Jamais elle ne déroge à ce rite; l'avenir de l'héroïne et du grand duc en dépend. « Il serait commun de dire que Barbara est une boulimique du travail, mais le travail lui est indispensable. C'est pour elle un art de vivre et l'écriture est la discipline qui lui convient le mieux. » (Robyn 1988, p. 341)

Si Lady Guimauve attribue explicitement sa réussite à sa ténacité, elle invoque aussi sa prédestination à l'écriture. Frappée par le génie créateur dès l'enfance, elle entretient un lien plus que mystique avec les mots. Sa main est guidée et « les idées affluent comme par miracle sous sa plume. » (Robyn 1988, p. 121) À la poursuite de l'inspiration, elle commande tantôt ses processus mentaux, tantôt l'Être suprême; son subconscient lui livre les sujets de ses romans et Dieu lui en dicte les intrigues. Vraisemblablement, le discours de Lady Guimauve sur la littérature, le métier d'écrivain et la création confirment non seulement son appartenance au monde du renom, mais d'abord et avant tout sa mise à l'écart du monde inspiré tel que le conçoit Nathalie Heinich. Qu'en est-il de l'usage de son nom d'auteure?

## 6. Nom d'auteur

Selon Gérard Genette, « plus un auteur est connu, plus son nom s'étale. » (Genette 1987, p. 42) Celui de Dame Cartland, populaire à souhait, occupe non curieusement une part maximale de l'espace graphique en première de couverture<sup>1</sup>. Plume ou signature que Barbara Cartland? Figure d'autorité en matière de romans d'amour, elle contrevient à l'anonymat

---

<sup>1</sup> Voir Annexe I

usuel des auteurs de littérature sentimentale et dissémine son nom à tout hasard dans un but avoué de reconnaissance et de popularité. À l'instar des auteurs de la sphère de grande production, Cartland use, en termes bourdieusiens, de « procédés de faire-valoir (publicité, relations publiques, etc.) destinés à assurer la rentrée accélérée des profits par une circulation rapide de produits voués à une obsolescence rapide. » (Bourdieu 1998, p. 236) Il ne faut ainsi pas s'étonner d'apercevoir le rose minois de l'auteure en première de couverture de romans sentimentaux, autres que les siens, dont elle fait la promotion<sup>2</sup>.

Garante d'un succès de librairie, la signature Cartland sous-tend le respect d'un contrat de lecture, un ajustement anticipé à une demande préexistante. À juste titre, au sujet des romans de sa mère, Ian, le fils de Dame Guimauve, affirme : « Cela doit [paraître] curieux, mais aucun éditeur n'a jamais lu un seul livre de ma mère. Ils savent ce que Barbara Cartland représente et sont là pour la vendre, ce qui est très flatteur pour nous. » (Robyn 1988, p. 396) L'inscription du nom en page couverture met à profit la personnalité et la notoriété du personnage et signe indéniablement la campagne promotionnelle de l'auteure. Toutefois, comme le rapporte Gwen Robyn, biographe de l'auteure, le nom mythique se retrouve au centre d'une polémique à l'occasion de la publication du trente-septième roman de Barbara :

[En 1943], certaine d'avoir écrit [...] son meilleur roman, Barbara se [présente] chez ses éditeurs [...]. « C'est bien... mais ce n'est pas comme d'habitude! » Les éditeurs [veulent] du « Barbara Cartland » et rien d'autre. Furieuse, elle [montre] son livre à Robert Hale qui [accepte] de le publier sous le nom de Barbara McCorquodale<sup>3</sup>, sans toutefois omettre de mentionner le nom magique de « Cartland », en caractères plus petits. (Robyn 1988, p. 292-293)

Vraisemblablement, l'éditeur manie le paratexte de telle sorte que la signature McCorquodale-Cartland forge à la fois l'identification et la distanciation du lecteur à l'ouvrage, et par extension à l'auteure, qui déroge à sa forme habituelle. Force est d'admettre que le nom d'auteur est ici politique commerciale et qu'il préside à l'œuvre.

## 7. Activités littéraires promotionnelles

Du coup, autour de la signature Cartland s'opère un champ d'activités prolifique. En effet, Lady Guimauve, refusant la solitude inhérente à la condition d'écrivain (voir Heinich, 2000), resserre les liens avec son public lecteur. Elle adopte de ce fait des stratégies littéraires et éditoriales fondées sur une logique marchande et multiplie ses projets : forum de discussion, bandes dessinées inspirées de ses fictions, site Internet officiel, vente par catalogue, adaptations cinématographiques, lettres personnalisées, enregistrements audio, dédicaces de photos, séances de signature, fan club, etc. Nul doute, chez Cartland, la publicité littéraire sacralise à la fois la production romanesque et la figure de l'auteure. La stratégie commerciale se fait propagande. Adoptant le discours et les stratégies de l'auteur à succès, Cartland atteste son appartenance au réseau de large production, mais questionne néanmoins l'identité de l'écrivain populaire par le biais de son *ethos* non discursif, de son engagement social et de son œuvre non romanesque.

---

<sup>2</sup> Voir Annexe II

<sup>3</sup> Nom de famille de l'époux de Barbara Cartland

## 8. *Ethos* non discursif – physionomie

Excentrique, fleur bleue, originale, superficielle, autant de qualificatifs apposés au nom de Barbara Cartland. Que l'on apprécie ou non le personnage, l'auteure, elle, n'en demeure pas moins une sommité de la littérature sentimentale. Ses tenues vestimentaires extravagantes, célèbres à l'échelle planétaire, témoignent de sa recherche d'une singularité. Le mode de présentation de soi de Lady Guimauve renseigne certainement sur son désir d'originalité, voire de marginalité. Bien que Dame Cartland se fasse somme toute peu novatrice aux plans formel et textuel, elle se distingue en contrepartie par son habillement et son exubérance.

Si, en matière de littérature, « l'originalité [...] est ce concept qui permet de révéler si un travail intellectuel a été ou non "créatif", c'est-à-dire si, à travers lui, l'auteur a exprimé sa personnalité » (Edelman 2000, p. 177) comme l'affirme Bernard Edelman, ne peut-on pas croire que Cartland pallie le caractère rebattu de sa production romanesque par le biais de ses toilettes panachées, tenues de soirée sublimes qu'arborent aussi les héroïnes de ses romans? Il n'y a certes pas lieu d'en douter. L'investissement de la physionomie de l'auteure marque certainement l'inscription – ou la volonté d'inscription – de Dame Guimauve dans un régime de singularité. En quête d'un statut d'auteur, d'une légitimité, elle cherche la reconnaissance de son originalité par sa désinvolture et son apparence vestimentaire plutôt que par son travail d'écriture. Intraitable et récalcitrante, « [elle sait qu'elle] dérange, mais [...] ne [peut] pas [s'en] empêcher et [...] ne [changera] certainement jamais d'attitude. » (Robyn 1988, p. 415)

## 9. Engagement social

Au temps de la Seconde Guerre mondiale, Barbara élargit encore davantage son champ d'activités : elle dirige un réseau d'ambulances, s'insurge contre la pornographie et l'homosexualité, obtient du Ministère de l'Approvisionnement que les femmes travaillant pour l'Armée portent des corsages en soie, devient vice-présidente de l'Association des romanciers sentimentaux et aussi présidente de l'Association nationale pour la santé et enseigne finalement aux jeunes demoiselles les vertus de la virginité. « Je ne suis pas une petite fleur modeste qui travaille silencieusement dans son coin, [affirme-t-elle]. [...] Je suppose que certaines personnes me considèrent comme la mouche du coche, mais je réussis ce que j'entreprends. J'arrive toujours à mes fins. » (Robyn 1988, p.16) Si loufoques que puissent paraître les réalisations de Dame Cartland, elles marquent néanmoins l'acharnement de l'auteure et son assentiment à la stratégie du succès théorisée par Alain Viala dans *Naissance de l'écrivain*.

L'impératrice rose ne déroge-t-elle pas par son engagement social souvent farfelu à la conduite circonspecte de l'auteur populaire qui, à la recherche d'une légitimité littéraire et d'une reconnaissance des instances de pouvoir, gagne à la mesure et à la discrétion? L'inclination de Cartland aux activités mondaines joue ici sans contredit sur sa notoriété. Acceptant l'impératif de singularité de l'écrivain, mais refusant en contrepartie les stéréotypes rattachés à cette même exigence de singularité, à savoir les sacrifices inhérents à la condition d'écrivain inspiré (sacrifice de l'œuvre, sacrifice de la personne, sacrifice de l'indépendance, sacrifice de la pureté, sacrifice du temps), Lady Guimauve échappe à sa propre figure et rejoue la posture de l'auteur populaire dans le champ littéraire.

## 10. Production non romanesque

Tout aussi cocasse que son engagement social, l'activité extralittéraire de Lady Guimauve est également fondamentale à l'interprétation de la popularité de l'auteure. En effet, Dame Cartland, en quête perpétuelle d'innovation, collabore une fois de plus à des projets

originaux : elle rebaptise des parfums selon les titres de ses romans, finance une ligne de meubles et d'articles de décoration, contrôle la vente de produits naturels et dirige une agence de voyages spécialisée dans les circuits pour jeunes amoureux. Elle donne aussi des conférences portant sur les méfaits des chips sur la vie sexuelle, conseille les hommes sur leur alimentation, signe une opérette, des livres de cuisine<sup>4</sup> et de nombreux autres ouvrages. Intransigente, mais profondément humaine, Lady Guimauve s'immisce dans le quotidien des gens et tend l'oreille plutôt que le portefeuille. Se détournant momentanément de la réussite financière pour se penser non plus reine de la gloire guimauve, mais plutôt « [femme] de bien » (Meizoz 2004, p. 56), elle livre une image complaisante d'elle-même. Par le biais de son activité extralittéraire pour la moins marginale, elle cherche sans contredit à assurer sa notoriété. S'évertuant à se singulariser pour affirmer son authenticité, elle « [transfère] sa valeur d'être humain à son activité d'écrivain. » (Meizoz 2004, p. 240)

Grande dame de la littérature sentimentale, Barbara Cartland s'apparie à la figure de l'auteur populaire et s'en écarte à la fois. À assaillir si féroceMENT sa production et son personnage, on en oublie que la dame en rose, bon an, mal an, est adorée du public. Adoptant les stratégies et le discours de l'auteur populaire et s'inscrivant à la fois dans un régime de singularité par le biais de sa physionomie, de son engagement social et de son activité extralittéraire, Lady Guimauve rejoue la posture de l'auteur de grande diffusion dans le champ littéraire. Son intrusion dans le milieu mondain et sa popularité littéraire instantanée et grandissante lui permettent de renégocier elle-même sa position dans le champ au cours de sa carrière. « Être la seule à », « la première à », Barbara Cartland y parvient aisément en dépit de son double statut d'auteure populaire et de romancière sentimentale.

Somme toute, chacun embourbé dans ses préconçus, littérature et paralittérature s'opposent plutôt que se complètent alors que tout bien considéré, tout auteur, de la sphère de production restreinte à la sphère de grande production, s'inscrit dans un régime de singularité qui lui est propre et joue finalement – l'exemple de Barbara Cartland le démontre bien –, à être ou à ne pas être écrivain. Il est à se demander si le terme écrivain ne réfère plus tant à un esthétisme littéraire qu'à une posture d'auteur. Mais qu'est-ce donc déjà qu'un écrivain, qu'un auteur? L'appellation écrivain populaire est-elle antinomique? Que penser des Stephen King, J. K. Rowling, Agatha Christie, Georges Simenon, Frédéric Dard, Barbara Cartland et autres figures notables de la littérature de grande diffusion aujourd'hui richissimes, mais qui, au départ, prennent la plume pour pallier leur misère? Chose certaine, peu importe où ils sont, ils règnent en leur royaume... tout noir... tout rose.

---

<sup>4</sup> *Barbara Cartland's Health Food Cookery Book, Food for Love, Magic of Honey Cookbook, Recipes for Lovers, The Romance of Food*

## 11. ANNEXE 1

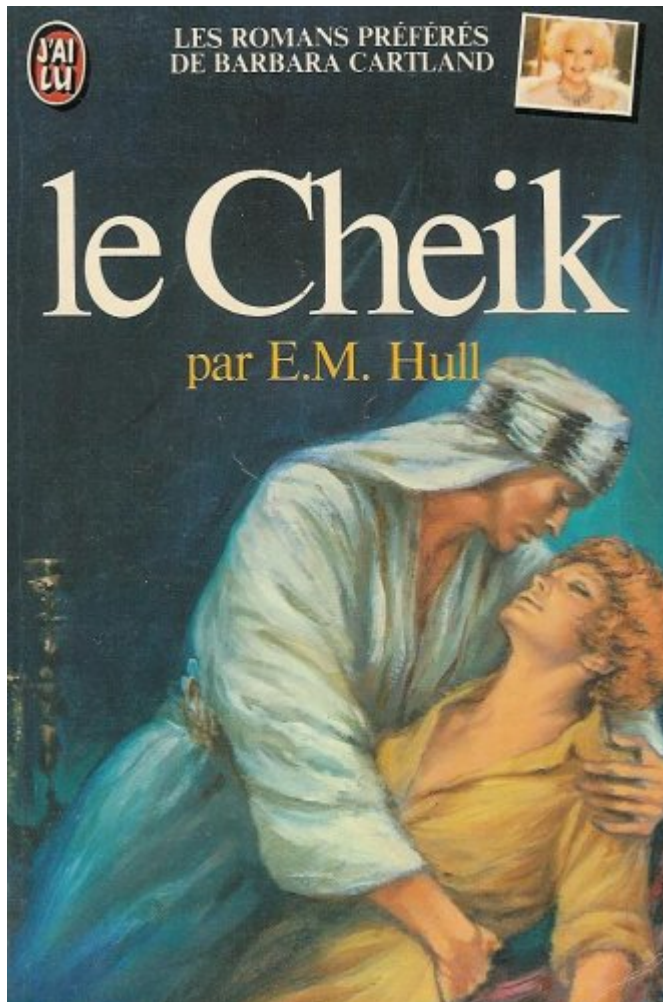
Barbara Cartland : plume ou signature?





## 12. ANNEXE II

Barbara Cartland : promotion ou autopromotion?



### 13. Bibliographie

- ARON, Paul, SAINT-JACQUES, Denis et VIALA, Alain (2002). *Le Dictionnaire du littéraire*, Paris, PUF.
- BARTHES, Roland (1973). *Le plaisir du texte*, Paris, Éditions du Seuil.
- BÉRARD, Sylvie, BETTINOTTI, Julia et JEANNESSON, Gaëlle (1996). *Les 50 romans d'amour qu'il faut lire*, Québec, Nuit blanche éditeur.
- BETTINOTTI, Julia et al. (1990) *La corrida de l'amour*, sous la direction de Julia Bettinotti, Montréal, XYZ.
- BOLLON, Patrice (1984). « Barbara Cartland, l'impératrice rose », *L'Express*, 13 janvier, p. 20-21.
- BOURDIEU, Pierre (1998). « Le marché des biens symboliques », *Les règles de l'art*, Paris, Coll. « Points » et « Essais », Éditions du Seuil, p. 234-288.
- BOURDIEU, Pierre (1991). « Le champ littéraire », *Actes de recherche en sciences sociales*, n° 89, p. 4-46.
- COUÉGNAS, Daniel (1992). *Introduction à la paralittérature*, Paris, coll. « Poétique », Éditions du Seuil.
- DUBOIS, Jacques (1978). *L'institution de la littérature : introduction à une sociologie*, Paris, Fernand Nathan, Bruxelles, Éd. Labor.
- DUPONT, Didier, Yves REUTER et Jean-Maurice ROSIER (2000). *S'appropriier le champ littéraire*, Bruxelles, De Boeck Duculot.
- ESCARPIT, Robert (1970). « Succès et survie littéraires », *Le littéraire et le social. Éléments pour une sociologie de la littérature*, Paris, Flammarion, p. 129-163.
- GENETTE, Gérard (1987). *Seuils*, Paris, Coll. « Points » et « Essais », Éditions du Seuil.
- GRISOLIA, Michel (2001). « Ils auraient 100 ans en 2001 », *L'Express*, 26 juillet, p. 50-56.
- HEINICH, Nathalie (2000). *Être écrivain. Création et identité*, Paris, Éditions de la découverte.
- MEIZOZ, Jérôme (2004). « "Postures" d'auteur et poétique », *L'œil sociologue et la littérature*, Genève, Slatkine Érudition, p. 51-65.
- PRÉFONTAINE, Clémence (1991). *Le roman d'amour à l'école. L'amour de la lecture*, Montréal, Éditions Logiques.
- ROBYN, Gwen (1988). *La vie extraordinaire de Barbara Cartland*, Paris, Éditions Tallandier.
- [s.a] (1993). « Barbara Cartland lance le Romance Club », *La Presse, Arts et spectacle*, 6 octobre, p. E9.
- [s.a.] (2000). « Barbara Cartland a été inhumée dans l'intimité », *La Presse, Arts et spectacles*, 25 mai, p. D7.
- SCUTIO, Auza (éd.) « Barbara Cartland, la diva de la guimauve en vadrouille », *Le Tyran*, [en ligne], 20 octobre 2003, [http://72.14.203.104/search?q=cache:rw8gIcPZy4AJ:www.singuliers.net/article\\_pdf.php3%3Fid\\_articled%3D13+barbara+cartland+guimauve&hl=fr&gl=ca&ct=clnk&cd=26&lr=lang\\_fr](http://72.14.203.104/search?q=cache:rw8gIcPZy4AJ:www.singuliers.net/article_pdf.php3%3Fid_articled%3D13+barbara+cartland+guimauve&hl=fr&gl=ca&ct=clnk&cd=26&lr=lang_fr), (page consultée le 19 mars 2006).
- SILBER, Martine (2000). « Adieu à la Lady du roman rose, Barbara Cartland, auteur de 723 livres traduits en 36 langues », *Le Monde Sélection hebdomadaire*, 27 mai, n° 2690, p. 14.
- L'Express Livres. « Barbara Cartland », *Bienvenu sur L'Express Livres*, [en ligne], 26 juillet 2001, <http://livres.lexpress.fr/portrait.asp/idC=2418/idR=5/idTC=5/idG=0>, (Page consultée le 19 mars 2006).