

LES CHAMPS LITTÉRAIRES DU VIRTUEL

Roman populaire et cyber-écriture : sur la posture d'Isaïe Biton

DOBLA Aimé Donatien

Doctorant, Université Félix Houphouët-Boigny, RCI

David K. N'GORAN

Maître de Conférences, Université Félix Houphouët-Boigny

Résumé : Une des faiblesses de la sociologie de la littérature moderne (Goldmann, Duchet, Escarpit, Bourdieu), a consisté à accorder une attention presque rigide à la coupure réel/fiction. Par ce fait même, elle a ignoré le concept de « virtuel », en tant qu'un des meilleurs sites de mise en évidence du « champ littéraire ». En effet, à travers Internet, les nouvelles technologies de l'information font aujourd'hui partie intégrante de toute l'activité littéraire. De la figure de l'écrivain au processus de création jusqu'à la pratique de la lecture, en passant par la circulation ou la distribution du livre, toute la chaîne de la littérature fait nécessairement appel au web. C'est peu dire qu'Internet bouleverse considérablement les frontières du champ littéraire. Dans cette contribution, il s'agira de formuler la problématique d'une « autre » définition de la littérature, induite non seulement par le concept peu systématisé de « cyber-écriture », mais aussi par celui de « posture » tel qu'il dévoile toute l'identité d'un écrivain comme Isaïe Biton dont on sait que les œuvres sont représentatives du vaste corpus de roman populaire en Afrique et en Côte d'Ivoire.

Mots clés : Champ littéraire, espace cybernétique, institution littéraire, posture et positionnement.

Abstract:

INTRODUCTION

La théorie du champ conçue par P. Bourdieu trouve son acception théorique cohérente dans sa capacité à s'adapter à tout nouvel usage d'un espace des possibles constitué. De ce fait, elle ne saurait être confinée, ni dans un cadre spécifique, ni à un objet unique. Bien au contraire, nous convenons avec P. Dirck (2000) que « le champ » désigne tout espace social autonome possédant ses propres capacités de (ré)production et régi par ses propres règles. D'où son principe de différenciation et d'auto-organisation rendu par le *nomos*. Or, ce principe est le résultat d'un mécanisme d'autonomisation véhiculé par des agents guidés par leurs *habitus*. De ce fait, il y est question de rencontres entre agents dotés de capitaux symboliques différents et engagés dans une lutte de reconnaissance. Chaque catégorie d'agents choisit sa trajectoire comme disposition à prendre pour participer au système relationnel et différentiel ainsi institué. Dès lors, on peut dire d'Internet qu'il est devenu aujourd'hui l'espace de conquête ou de consolidation du *capital littéraire* par excellence.

La combinaison Internet et roman populaire incarne la genèse et la structure d'un capital spécifique par lequel l'écrivain Isaïe B. Koulibaly entend participer aux luttes de définition de la littérature légitime en Côte d'Ivoire, ainsi qu'à celles du statut d'écrivain s'y affermant. L'espace cybernétique se pose, pour ainsi dire, comme un espace de jeu et d'enjeu pour un genre dominé comme le roman populaire. Dès lors, comment le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication impacte-t-il le champ littéraire ivoirien et la pratique de la littérature dans cet espace national ainsi localisé ?

Quel est l'effet esthétique que génère la cyber-écriture du point de vue de la reconfiguration du champ littéraire ivoirien ? Comment l'écrivain Isaïe Biton intègre-t-il Internet dans ses stratégies de positionnement ? On ne peut répondre à ces interrogations sans recourir au préalable d'une élucidation de concepts clés que sont : « roman populaire », « cyber-écriture » et « posture ».

Pour ce qui est du premier concept, il ne saurait répondre à une définition canonique, tant que la ligne de démarcation entre « le populaire » et l'« élitiste » échappe à cette illusion normative qui tente de situer le premier terme du côté du « peuple » et le second à l'avantage des gens du sommet. Peut-être faudra-t-il, à la façon de Bernard Mouralis, nommer « populaire » cette espèce de « contre-littérature » qui, parce qu'elle repose sur des codes non admis par la littérature savante évoluée avec elle sous la forme d'une tension permanente afin de faire bouger les lignes de la définition et de la représentation de ce que la bonne littérature veut dire.

Le statut d'un texte n'est pas réductible, ni à la permanence, ni à la pesanteur d'une tradition, ni à des caractères objectifs propres à celui-ci. Il renvoie aux lignes de force qui parcourent la société globale, c'est-à-dire, en définitive aux efforts déployés par les uns pour maintenir et renforcer le pouvoir qu'ils détiennent sur le plan de l'initiative culturelle, et aux réactions que les autres expriment face à cette prérogative. Les textes que récuse l'institution littéraire et qui de ce fait n'entrent pas dans le champ littéraire ne sont pas seulement des textes en marge de la « littérature » ou inférieurs à celui-ci, mais des textes qui par leur seule présence menacent l'équilibre du champ littéraire, puisqu'ils en révèlent ainsi le caractère arbitraire. (Mouralis, 1975 ; 10)

Les romans d'Isaïe Biton sont ainsi justiciables du statut de « littérature populaire » parce qu'ils répondent d'un ensemble de modalités rejetées en marge de l'institution littéraire : intérêt marchand, production industrielle, thématiques de concierge, cahier de charges prescrit par le ministère du tourisme, lectorat du grand nombre, illusion du réel, etc. A quoi on ajouterait le prix attaché au capital internet en termes de mise en scène de la figure de l'écrivain.

Quant à la « cyber-écriture », elle pourrait désigner, d'une part, la délocalisation du papier au virtuel en tant que support qui héberge le texte, et d'autre part une nouvelle mise en forme de l'écriture, avec cette autre langue littéraire induite par la vitesse, ainsi qu'une nouvelle forme d'esthétique ou de littéarité dominée par la mise en scène publique de la figure de l'écrivain. Par sa nature et sa fonction aussi proches de la publicité, Internet paraît ainsi se poser comme l'allié indéfectible de toute pratique artistique revendiquant le populaire.

Enfin, depuis quelques années, « la posture » apparaît comme une notion centrale en sociologie de la littérature. Elle en constitue même une des modalités pratiques, c'est-à-dire, ce par quoi les écrivains et autres agents du champ littéraire occupent l'espace des possibles littéraires. Selon Alain Viala (1993 ; 16-17) qui l'emploie le premier, La posture est « une façon d'occuper une position (...) elle suggère en littérature la notion de stratégie ». Jérôme Meizoz approfondit le concept en l'articulant avec les présupposés de l'analyse du discours. Pour lui,

Une posture met en scène de manière singularisante, la « position » et la trajectoire de l'auteur dans le champ littéraire, c'est donc la façon de faire face. (...) faire bonne ou mauvaise figure aux avantages et désavantages de la position qu'on occupe dans le champ littéraire. Elle constitue l'identité littéraire co-construite par l'auteur lui-même et les médias qui la relaient vers le public. En ce sens, elle résulte d'une interaction et d'une co-construction de la part de l'écrivain et de toute l'institution littéraire (Meizoz, 2007 ; 18-19)

Autrement dit, parler ici de la posture d'Isaïe Biton, traduirait une mise en scène en contexte de technologie de l'information, de sa figure d'écrivain d'une façon qui vient faire corrélérer ses textes à son image publique.

Notre étude portera d'abord sur le web dans son rapport à la littérature. Ensuite, nous analyserons l'espace cybernétique comme un espace littéraire émergent avant de déterminer les retombées symboliques pour un auteur comme Isaïe Biton Koulibaly. Enfin, nous verrons comment Internet reconfigure ou réévalue le champ littéraire ivoirien.

1. LE WEB : UN ESPACE LITTÉRAIRE, ENTRE RUPTURE ET CONTINUE

Le champ littéraire se présente comme *le continuum* de la vie sociale avec le croisement de tous les systèmes qui régulent les relations entre les espaces. Mais lorsque ce champ croise un champ voisin, en l'occurrence, l'espace cybernétique, susceptible de devenir un incubateur, tous les systèmes relationnels font leur mue. D'où le marché de valeurs pour évaluer l'enjeu de la rencontre du couple littérature-Internet à la faveur d'un rapport de force.

Marché de valeurs littéraires

L'espace cybernétique, bien qu'il soit un espace virtuel, à l'opposé du monde physique que représentent les nations et les territoires aux frontières définies, est le nouvel *eldorado* de la carrière artistique et littéraire. L'espace du web est le territoire de la nouvelle civilisation humaine. C'est un lieu d'évaluation d'une valeur nommée « esprit » selon le terme de Paul Valéry (1960). En effet, Valéry comparait le fait littéraire à une valeur commerciale telle que le blé ou l'or, en ce sens que ces produits sont l'objet « d'appréciation, de jugement d'importance et de discussion sur le prix » (Casanova, 1999 ; 32). Cet espace de bourse des valeurs littéraires possède les mêmes caractéristiques que les bourses des valeurs mobilières par son principe de fluctuation et de côte flottante. Par ce principe, le web est le lieu de rencontre d'autres valeurs, ce « grand marché des affaires humaines » afin de constituer une des variantes dominantes de la civilisation humaine d'aujourd'hui. C'est un indice certain de développement des sociétés humaines.

Isaïe Biton Koulibaly figure en bonne place sur ce marché des biens symboliques. En effet, il y est crédité d'une trentaine de productions estampillée « romans populaires » dont certains titres ont fait l'objet de traduction en langues étrangères, notamment en espagnol pour *Ah ! Les femmes*, lequel s'est vendu à plus de 5000 exemplaires en un mois et a bénéficié de plus de 11 rééditions. Le recueil de nouvelles *Ah ! Les hommes* connaît à peu près le même succès. Le roman *Et pourtant, elle pleurait* obtint le premier Prix Yambo Ouologuem, quand *La bête noire* fut classé « meilleure vente du réseau Librairie de France groupe (LGF) » en 2008. *La parenthèse délicieuse* fut lauréate du même prix en 2013 avec 3255 exemplaires vendus¹. La plupart de ses livres connaissent, chacun, plus d'une dizaine de rééditions. L'auteur est lui-même lauréat du Prix d'Excellence de la littérature décerné par l'Etat de Côte d'Ivoire en 2016.

1.1. Espace concurrentiel

Si le web se présente comme un grand marché des valeurs littéraires, cela implique qu'il est avant tout un espace de compétition entre les écrivains d'une part, et d'autre part, entre les catégories de littérature : littérature populaire et littérature élitiste. De ce fait, la façon d'agir

¹ Pour les sources, voir David K. N'goran, « Ecrire, lire, penser et vivre à partir du continent. Le « phénomène Isaïe Biton Koulibaly » en Côte d'Ivoire ou les dernières lignes d'un champ littéraire national » paru dans *French Studies in Southern Africa* n°44.2 (2014), pages 168-189

des agents dépend de la position occupée dans la hiérarchie de l'espace social et/ou de l'espace du virtuel. Ils sont en lutte perpétuelle pour y occuper de meilleures positions. C'est dans cette optique de recherche de stratégies de positionnement que s'est faite l'invasion du web par les écrivains. Comme tous les espaces sociaux, internet dévoile des rapports de force et de pouvoir. Chaque auteur dispose d'un poids, voire d'un capital qui lui permet de prendre part au « jeu » afin d'améliorer sa position. Pour ainsi dire, la concurrence est la norme de l'interaction qui régit les rapports dans l'espace du web ou champs littéraire du virtuel. Si l'espace cybernétique sert de terrain de jeu, c'est-à-dire, d'espace concurrentiel, il est, également, pour les agents concernés, l'expression de la modernité dans la pratique littéraire.

1.2. L'expression de la modernité littéraire

En théorie, le terme modernité désigne les caractères qui expriment les tendances de l'actuel. Les critiques littéraires ont toujours privilégié le texte, le style pour attester de ce qui est moderne ou pas dans la pratique littéraire.

Pour autant, la modernité se saurait être une réalité objective en dehors de cette tentative de distinction que l'époque qui la scande essaie de construire par opposition à une époque précédente. Or, il est incontestable de parler de la modernité littéraire de nos jours sans recourir à internet en tant que marqueur majeure d'historicité, à peu près à la façon dont l'imprimerie, tout comme la radio et la télévision auront modifié, tout à la fois, la définition de la littérature et *l'éthos* du « bon écrivain ». Autrement dit, toute modernité littéraire en notre contexte ne saurait se construire sans la compétition cybernétique qui caractérise les agents du champ littéraire. La littérature populaire en Côte d'Ivoire, dont Isaïe Biton semble être le porte flambeau, a ceci d'intéressant qu'elle rappelle à peu près cette vérité d'époque qui établit selon les mots d'Alain Viala que « *l'imaginaire d'un écrivain, c'est aussi la construction d'une image de lui au sein de l'espace littéraire et son esthétique la forme qu'il donne à cette image* » (Viala, 1985 ; 10). Le principe structurant de cette donne réside principalement dans la conversation directe entre auteur-lecteur par le biais des portails interactifs comme facebook, Twitter, Instagram, linkedIn, les blogs personnels et les sites spécialisés. Par ce fait même, Isaïe Biton parvient à incarner parfaitement le rôle d'« écrivain du peuple ».

2. DISPOSITIONS ET POSITIONNEMENT: LA POSTURE DE L'ÉCRIVAIN ISAÏE BITON KOULIBALY

La stratégie désigne un ensemble d'actions coordonnées en vue d'un résultat déterminé. Ce mot, emprunté au vocabulaire militaire, s'emploie en sociologie pour indiquer les choix et les manœuvres que réalise, inconsciemment, un acteur social. Appliqué au domaine littéraire, il aide à décrire des réalités internes au champ (la carrière littéraire proprement dite), et externes à celui-ci. (*Dictionnaire du littéraire*, p. 734)

Cette définition nous permet d'évoquer le contenu stratégique qui se perçoit par la position et le positionnement de l'écrivain Biton Koulibaly. C'est-à-dire la posture littéraire de ce dernier.

2.1. Disposition et positionnement : la posture de l'écrivain social

La posture est à la fois une conduite et un discours, ayant de ce fait une prise sur l'histoire littéraire et le langage (présentation de soi, éthos ou attitude énonciative). On peut la décliner en trois versions au moins que sont : Posture et poétique (écriture), Posture et champ (mémoire du champ, habitus, état du champ), Posture, fiction et public.

Ce dernier paramètre est plus intéressant à propos d'Isaïe Biton du fait de la tendance « populaire » de ses textes. On peut le décliner en deux points : le fait divers comme sous-genre populaire et la figure d' « écrivain du peuple ».

Le fait divers comme genre de la cyber-écriture.

Si on devrait procéder à une classification par les genres ou sous-genres littéraires afin de distinguer les champs littéraires classiques des champs littéraires du virtuel, on désignerait « le fait divers » comme une des catégories textuelles privilégiées du virtuel. De la sorte, « la simplicité de sa forme, l'unicité de l'action, la limitation en nombre des personnages, la rhétorique de l'antithèse et du paradoxe » selon ce qu'en disait Roland Barthes (1964) font du fait divers le dénominateur commun des récits de la presse populaire en Côte d'Ivoire (les anecdotes de *Go magazine*, *Allo Police*, *Amina magazine*), les tranches d'histoires de vie des écrivains et celles des lecteurs : « il rend compte de l'actualité par un bric-à-brac qui traduit l'anarchie de la vie, dressant l'inventaire des drames de l'amour, des relations de voisinage, les incidents, les drames de la vie, les mœurs du pays, de la région ou d'un groupe social » (Barthes, *Ibid*). La forme brève des récits bitoniens est ainsi un élément de littérarité du virtuel. Parce qu'il appartient en priorité au registre journalistique, le fait divers, par sa texture, sa nature et sa fonction incarne plus aisément une des formes de la cyber-écriture, sous la forme d'une fonction informative suscitant *le pathos* du lecteur.

La figure de l'écrivain du peuple

L'auteur expose sur le web par le biais de Facebook, toutes les photographies de ses activités, les comptes rendus de ses contributions dans la presse écrite et les images de sa chambre d'où il élabore ses ouvrages. C'est la démystification du demurge, le demi-dieu. L'auteur est bien sur le réseau social où il possède au moins Six (06) comptes au total. Cette multiplicité de pages est due au fait que Facebook n'admet qu'un nombre limité d'amis sur un profil. Or, les abonnés de l'écrivain se comptent par milliers, environ 30.000 internautes pour l'ensemble des 5 pages de profil et groupes sur Facebook dédiés à l'auteur, qui le suivent quotidiennement. L'auteur, inlassablement, est bien à l'écoute de ses suiveurs. S'investir sur la toile recommande une vision en trois étapes.

D'abord se construire une communauté d'intérêt. L'avènement des réseaux sociaux a révolutionné l'image de l'écrivain. Ils permettent d'acquérir la célébrité à telle enseigne que W. Gibson, auteur de science-fiction américaine parlera de « personnalité auto construite » sur le réseautage en ligne. La création du profil personnel facilite la mise à la disposition du public les informations concernant l'auteur. La description du métier d'écrivain comme statut à actualiser lui favorise des amitiés et des abonnés. La « Page blanche » et les pages du « Fan Club IBK ² » créent la fidélisation des membres de ces groupes sur Facebook dans une communauté d'intérêts.

Ensuite, se faire des *fans*. Ses différents groupes lui donnent l'occasion de se faire des amis et d'avoir une liste de contacts susceptibles de suivre ses activités sur le web. Facebook facilite le suivi de l'actualité de l'auteur sur le terrain réel, lors des événements organisés par le Fan Club ou lors des dédicaces dans les grandes surfaces de la capitale. L'ajout, le partage de photos et de vidéos donnent le loisir de lancer et de gérer les événements afin de promouvoir les nouvelles éditions et le lancement de nouvelles parutions de livres.

² Les profils Facebook de l'auteur Isaïe Biton Koulibaly et de ses émules.

Enfin choisir les supports sociaux et y être présent. D'où l'apport de Facebook et LinkedIn. Facebook est le premier réseau social avec plus de 500 millions d'utilisateurs actifs en 2011 selon les propos du duo J. Reed et C. Balagué (2011). A l'heure actuelle, il est un puissant outil de marketing en ligne. L'efficacité de ce réseau social réside dans son aptitude à offrir une large gamme d'outils que sont les pages, les groupes, les événements, les applications et les publicités. Du fait du nombre important d'utilisateurs, quelque soit le domaine d'activité on y trouve toujours une communauté d'intérêts. C'est ce qu'Isaïe Biton Koulibaly (IBK) a compris très tôt.

Quant à LinkedIn, il est plus un réseau professionnel qui met en relation les entreprises et les activités professionnelles des particuliers. Il permet de se faire des contacts en échangeant des cartes de visite sur le cyberspace. Avec ce réseau l'auteur a pu multiplier les contacts professionnels dans le champ littéraire ivoirien avec ses agents (auteurs, éditeurs, libraires, les associations culturelles) et avec les agents du champ littéraire africain et du monde. De ce premier échange, IBK s'est positionné comme expert en roman populaire auprès de ses pairs et des autres agents du champ littéraire local. Comme Facebook, LinkedIn a favorisé la promotion de l'auteur avec les groupes de communautés d'intérêts. Lesquels intérêts se résument à la passion de la lecture des rumeurs sociales et des histoires à l'eau de rose. Cette posture d'écrivain social que véhicule Biton Koulibaly sur les réseaux sociaux rentre dans la dimension comportementale de la posture, le caractère physique de la notion, ce que Goffman nomme l'« apparence » ou une sorte de « stimuli » dont la fonction est de révéler le statut social de l'acteur et qui dévoile aussi le rite auquel il participe sur le moment ». Par le biais des réseaux sociaux, Isaïe Biton Koulibaly pratique la mise en scène de soi. Ce qui s'apparente aux émissions de télé-réalité, de mise en spectacle de la vie privée. De cette pratique médiatique l'auteur véhicule l'image de l'anti star sur Facebook, car il est accessible et disponible pour ses lecteurs.

2.2. Interactivité auteur-lecteurs

La radio et la télévision ont été les premiers à ouvrir la porte à la littérature pour s'inviter dans les foyers des auditeurs et des téléspectateurs. Le rapport traditionnel d'auteur-lecteurs prenait déjà une nouvelle tournure par la mise en scène de l'écrivain. Une voix et une figure personnalisées accompagnent désormais les textes. Si la télévision et la radio réduisent cette présence de l'auteur par l'émotion véhiculée par sa proximité avec le lectorat le temps d'une émission, avec Internet dans le secteur de la littérature, cette tradition est non seulement perpétuée, mais la gestion du temps appartient à l'Internaute désormais. Le livre devient un prétexte pour révéler l'auteur, son quotidien, son intimité, ses goûts et son passé par le biais des réseaux sociaux. Le texte seul ne suffit plus en lui-même pour porter sa légitimité.

Dès lors, le rapport entre l'auteur et ses lecteurs s'en trouve modifié. L'anonymat qui créait la mystification de l'écrivain est remplacé par la valeur marchande entretenue par l'accès à la visibilité publicitaire. Le livre qui relevait du domaine du sacré est substitué par l'objet commercé, le produit livre. Les démarcations de considérations internes du champ littéraire vis-à-vis de son objet d'existence qu'est le livre sont bouleversées par les considérations externes portées par le public. L'écrivain n'est plus un être à part, la démarche capitaliste fait de lui un producteur de richesse comme tout autre artisan ou industriel confronté à la bipolarisation de l'option commerciale : « auteur de culture de marque contre auteur de culture de masse ». Déjà avec la première émission littéraire télévisée en France les producteurs de l'émission faisaient cette catégorisation d'auteur de marque et auteur de masse. S. De Clossets (2004, p, 104) révèle à cet effet que pour l'« auteur de marque c'est la télévision qui se déplace pour créer l'atmosphère de la visite dominicale au grand écrivain (...) l'écrivain est filmé dans son salon, assis sur un fauteuil, près de la fenêtre ». Aux nombre de ces illustres personnalités reçues par

Pierre Desgraupes et Pierre Dumayet animateurs à l'émission « Lecture pour tous » entre 1953-1968 sur RTF on peut citer « Jules Pervielle, Paul Claudel, Louis Aragon, Elsa Triolet, Jean Cocteau, Georges Duhamel, Jacques Prévert ». Le cadre jouait un grand rôle dans la mise en scène du « grand auteur ». On le voit : les médias dans leur ensemble ont toujours servi de cadre publicitaire à la littérature. Aujourd'hui, le web a pris la relève. Chaque auteur est en mesure d'être son propre promoteur face au public. A ce jeu, Isaïe Biton Koulibaly s'y prend bien et possède une longueur d'avance sur ses pairs comme en témoigne son activité intense sur Facebook. Il a fallu comprendre et prendre en compte les aspirations du public récepteur en posant le diagnostic du mal de lire des Africains. Toute logique d'écrire qu'est l'offre littéraire en Afrique devrait être guidée par le besoin, la demande du lectorat.

L'avantage du web est que les lecteurs sont en mesure de discuter avec l'auteur. L'absence du protocole journalistique ou des critiques intermédiaires entre l'auteur et le livre d'une part, et d'autre part, entre les lecteurs et le livre lève les barrières d'appréhension du livre par le lectorat.

Chez Isaïe Biton, les lecteurs sont invités à proposer leurs photos pour la page de couverture. Des personnages portent les noms des lecteurs bien connus de l'auteur et membres du Fan Club IBK généralement. De cette approche auteur -lectorat quels peuvent être les retombées de l'apport de l'Internet dans le secteur du livre ?

3. INTERNET, RE-EVOLUTION ET RE-EVALUATION DU CHAMP LITTERAIRE

L'incursion du monde littéraire dans l'espace du web marque un tournant décisif dans la reconfiguration du champ littéraire. Internet bouleverse les habitudes incorporées, ou « habitus », des acteurs du champ, faisant de cet espace le nouveau terrain de jeu de l'acquisition de capital symbolique.

3.1. Les enjeux de la présence sur le web

Les rapports de la production restreinte et la grande production au sein du champ littéraire dépendent du système de valeur de l'époque. Ce qui était la norme hier ne l'est pas forcément d'aujourd'hui et les tendances de demain peuvent aisément surclasser ce qui fait actuellement office d'usage. Ceci implique la reconstitution et la reconfiguration de l'institution littéraire. Les constituants du champ ne sont donc pas statiques vu que les ressources à la disposition des acteurs ne sont pas les mêmes. Internet est un moyen indéniable de restructuration du champ. Surtout, il vient pour renforcer la lutte entre deux classes de production basée sur les principes de reconnaissance différents. Les élites sont en quête de classicité, alors que les auteurs de la littérature populaire, cherchent la reconnaissance selon la logique du marché médiatique et économique, à savoir le plus grand nombre, le chiffre de vente, le plébiscite, etc. Aujourd'hui, le monde est à l'ère du numérique et cela entraîne des conséquences évidentes sur la structuration du champ, notamment l'inversion des valeurs du marché des biens symboliques. D'abord, sommes-nous aujourd'hui en mesure de prôner, pour un écrivain, la primauté du capital culturel sur le capital économique ?

Ensuite, l'inversion des hiérarchies par « capital » où s'affrontent des détenteurs du capital symbolique conféré par l'institution littéraire et ceux des prétendants, les nouveaux venus en quête de reconnaissance. Les dominés ne conçoivent plus la domination symbolique des agents plus dotés en Capital institué. Pour ce faire, ils cherchent des moyens peu conventionnels en s'installant sur la toile : « On peut dire que c'est l'opposition de deux formes dominantes ou génériques de capitaux : le capital économique et le capital culturel qui est à la base de la structuration des sociétés. Ainsi, ils influencent plus ou moins fortement la structuration de tous

les champs » (Dietmar Braun, *Op. Cit.*). Internet favorise une redistribution du capital ce qui débouche sur une « configuration relationnelle ».

En somme le web redynamise le jeu des acteurs par l'augmentation ou la conservation de leurs capitaux, selon les règles du jeu. Internet est le cadre de la présentation de la notion de capital où chaque auteur doit s'investir dans le jeu. Une autre modalité de reconsidération du rapport de concurrence entre les agents du champ et la production littéraire est la capacité de vente des livres : le best-seller.

3.2. Le phénomène « Best-seller »

Le terme de *best-seller* est un emprunt de l'anglais américain qui se traduit littéralement par « meilleure vente ». Un best-seller ou livre à succès est un livre dont le chiffre de vente figure au sommet des listes des meilleures ventes des librairies et des emprunts en bibliothèques. C'est justement à ce niveau que les réseaux sociaux révolutionnent l'activité littéraire par un important effort marketing pour fournir aux différents acteurs de la chaîne de publication les moyens de créer l'attraction autour du titre.

La création d'un best-seller peut-être mécanique selon un processus bien défini. D'abord, il faut une grande production de livres, ensuite les introduire dans un circuit de distribution. En outre les livres commercialisés doivent être chiffrés et connus afin d'établir une bibliométrie efficiente. Enfin, il importe de transmettre les informations sur l'ensemble des activités commerciales du livre. On ne peut parler de best-seller sans acheteurs. L'espace du web regorge une population de plus en plus nombreuse et qui constitue une base de lecteurs et d'acheteurs potentiels.

Les éditeurs et les libraires perçoivent désormais le livre comme un produit de consommation. A l'occasion d'une parution de roman, les professionnels du secteur ne peuvent ignorer le rôle puissant de la communication et Internet leur offre cette plateforme à moindre coût. Pour le lancement du dernier roman d'I. B. Koulibaly (2015) *Comme une femme enceinte* ses fans ont bénéficié de la primeur de l'information des différents rendez-vous de dédicace par le canal d'Internet. Ce dernier a considérablement impacté les techniques de marketing. La communication est au cœur du circuit de production et Internet surclasse les autres médias : presse écrite, radio et télévision. Isaïe Biton reconnaîtra dans une confidence que depuis qu'il a investi Facebook, ce réseau social a boosté la vente de ses romans et nouvelles³.

La porosité du clivage littérature de masse et littérature de marque est entretenue par la finalité financière. Toute maison d'édition est, avant tout, une société commerciale ayant des obligations fiscales, des charges salariales et de fonctionnement (bail, factures, etc.) Alors, l'éditeur nourrit le secret de rentabiliser son investissement. Finalement, se faire éditer par un grand éditeur comme Gallimard, par exemple, reviendrait également, pour l'écrivain, à espérer un meilleur chiffre d'affaire.

CONCLUSION

Cette étude avait pour objectif de considérer plusieurs domaines d'activité, en occurrence les nouvelles technologies de l'information et de la communication, les médias sociaux comme Internet, la littérature et la sociologie. Prenant pour prétexte la posture d'un écrivain fortement médiatisé comme Isaïe Biton Koulibaly, il s'agissait, pour nous, d'observer un cas d'écriture

³ Nous tenons ses propos pour vérité à l'observation de la tendance des ventes ou de l'influence de l'auteur dans le champ littéraire ivoirien. *Ah les femmes*, 5000 exemplaires vendus en un mois avec plus de 15 rééditions, un record en Afrique ; *La parenthèse délicieuse* meilleure vente du groupe Librairie de France, *La bête noire*, meilleure vente du réseau librairie de France en 2008.

littéraire, d'esthétique, de discours et de mise en scène de soi, le tout rendu par le concept de « cyber-écriture ». Surtout, la corrélation entre roman populaire et internet a pu s'interpréter comme une des modalités de bouleversement du rapport écrivain – texte – lecteur, une redistribution des rôles sociaux selon les acteurs et agents en confrontation, puis, une redéfinition de la littérature, de la figure de l'écrivain et du capital littéraire sous la forme d'un champ littéraire reconfiguré. En définitive, le concept de « champs littéraires du virtuel » entraîne des questionnements légitimes sur le champ littéraire, ses institutions et les nouvelles perspectives de l'étude littéraire selon la perspective de la sociologie de la littérature.

BIBLIOGRAPHIE

Armand et Mattelart, 2004, *Histoire des théories de la communication*, La Découverte, Paris,

Bernardi Christine (dir.) 2003, Patrice Georget, Roland-Lévy Bernardi, Nicolas Roussiau Nicolas, *Psychologie sociale appliquée, Economie, Médias, Nouvelles technologie*, Paris.

Cassanova Pascale, 1999, *La République mondiale des lettres*, Paris Editions du Seuil.

De Closets Sophie, 2004, *Quand la télévision aimait les écrivains, Lectures pour tous 1953-1968*, De boeck, Bruxelles.

Denis Saint-Armand et David Vrydaghs David, 2011, « Retours sur la posture », *Contextes*, en ligne 8, mise en ligne le 15 janvier, consulté le 29 avril 2015.

Jon Reed et Balagué Christine, 2011, *Le marketing en ligne, Booster votre activité avec les sites web, moteurs de recherche, réseaux sociaux, blogs et podcasts*, Paris.

Lannod Pascal et Annkri Corinne, 2009, *e-marketing et e-commerce*, Vuibert, Paris.

Mainguenu Dominique, 2004, *le discours littéraire, paratopie et scène d'énonciation*, Paris, Armand Colin.

Meizoz Jérôme, 2007, *Posture littéraire. Mise en scène moderne de l'auteur*, Genève Slatkine,

Molinié George et Alain Viala, 1993, *Approche de la réception sémiostylistique et sociopoétique de Le Clézio*, Paris, Puf, « perspectives littéraires », p. 216.

Paul Valéry, « La liberté de l'esprit », 1960, *Regards sur le monde actuel, Œuvres*, Paris, Gallimard, « Bibliothèque de la Pléiades », tome 2.

Dietmar Braun, 1999-2000, « cours sur Bourdieu au sein de cours de concepts de base en science politique (CBSP) » à la faculté des sciences sociales et politiques (SSP) de l'université de Lausanne, <http://www-ssp.unil.2000/Bourdieu/CoursBourdieu>

Rieffel Rémy, 2006, « L'évolution du positionnement intellectuel de la critique culturelle », in Quaderni n° 60, pp 55-64 <http://www.persee.fr/>