

Facebook, le nouvel ami des écrivains



ASTRID DE LARMINAT

A LEUR TOUR, les écrivains sont touchés par le virus de Facebook, ce gigantesque forum sur Internet où n'importe qui peut entrer en relation avec des gens du monde entier. Il suffit pour cela de s'inscrire, en créant son espace personnel, une sorte de page où l'on peut raconter tout ce qu'on veut, absolument tout et n'importe quoi. Enfin pas tout à fait n'importe quoi quand même : la page de Yann Moix qui y avait reproduit un extrait de son prochain livre contenant des propos

désobligeants pour les Suisses a été censurée pendant quelques jours. Pour avoir accès à l'espace personnel d'un autre membre de Facebook, il faut demander à être son « ami » : s'il accepte, vous pourrez voir tout ce qu'il écrit, et tout ce que les autres lui écrivent. C'est grisant : en peu de jours, on peut se faire des centaines, voire des milliers d'amis, communi-

DOSSIER Beaucoup d'auteurs sont séduits par ce réseau social en ligne. D'autres résistent à cet universel bavardage. Enquête sur leurs motivations.

quer avec eux à tout moment. On comprend que l'idée plaise aux adolescents. Mais qu'est-ce que les écrivains vont faire dans cette galère ?

Adrien Goetz, qui précise qu'il fait un usage strictement public de Facebook, en signalant sur sa page les livres et les expositions qu'il aime, a son idée sur la question : « *Les trois piliers de Facebook sont narcissisme, voyeurisme et exhibitionnisme. Tout ce qui plaît aux écrivains !* » Frédéric Beigbeder, qui s'était laissé prendre au jeu de cet immense réseau social, annonçait l'an dernier par voie de presse la fermeture de sa page, dénonçant une « *illusion de communion superficielle* ». Nicolas Fargues, lui, ne s'est inscrit sur Facebook que pour observer, « *se nourrir de la vie des autres* ». Dans son dernier livre, *Le Roman de l'été*, il fustige « l'indé-

cence qu'il y a à se mettre en scène, à tenir au courant le monde entier qu'on vient d'aller pisser, à étaler des goûts artistiques faussement audacieux ».

Allez fureter sur des pages d'écrivain : certaines sont consternantes. L'un d'entre eux a affiché vingt-quatre photos de lui, à destination de ses 2019 « amis ». Le 18 février, il leur annonce qu'il « *a un tout petit peu une gueule de bois* ». Commentaire, inspiré, d'un de ses lecteurs : « *Un tout petit peu ? Alors tout va bien.* » Un autre : « *Bah alors, où sont passées nos folles nuits charentaises ?* » Du blabla.

Frédéric Beigbeder
a fermé sa page
avec fracas l'an
dernier, en dénonçant
« une illusion
de communion
superficielle ».

Dialoguer avec les lecteurs

Quelques écrivains résistent à ce bavardage généralisé, cet « universel reportage » dont Mallarmé n'avait pas imaginé les dimensions qu'il prendrait un jour. Selon Éric Faye, « un écrivain se dévalorise, se démonte petit à petit, en s'exprimant trop en dehors de ses livres ». Pour François Taillandier, « cela risque, comme les blogs, de substituer à l'écriture qui tente de faire œuvre, une écriture de l'immédiat, du facile, du vite dit ». Jean-Marc Parisi ne veut appartenir à aucun réseau social. Il s'en expli-

que : « La distance, la solitude sont essentielles à l'écrivain. Pour bien écrire, il faut écrire caché, c'est une façon de se respecter, mais aussi de respecter le lecteur. Si vous êtes accessible, sollicité, parasité, c'est foutu, vous ne donnez pas le meilleur au lecteur dans l'écriture. Ce que j'ai à dire au lecteur, je l'écris. »

Beaucoup d'écrivains passent en effet par Facebook pour dialoguer avec leurs lecteurs. Philippe Jaenada ouvre sa page dix minutes par jour, afin de lire les mots doux qu'on lui envoie. Il répond à l'un ou l'autre, gentiment, rapidement, poliment. Cela lui fait plaisir de lire quelques phrases élogieuses sur ses romans. Les auteurs sont humains, ils ont un peu de vanité, besoin de se rassurer, reconnaît-il. Facebook, un péché mignon ? Éric Reinhardt va plus loin, il aime correspondre avec certains de ses lecteurs. Mais par le biais de messages, et non pas en direct, au vu et au su de tous, comme cela se passe souvent sur ce site. Il a déjà pensé à fermer son accès à Facebook : « Mais je me suis dit que par ce biais il pouvait encore m'arriver des choses, et c'est important pour un écrivain qu'il puisse arriver des choses. Cette idée-là, en

tout cas est importante, qui induit une attention particulière à ce qui se passe autour de soi. »

Idem pour Serge Joncour, qui se définit comme un solitaire, déteste le brouhaha, se méfie du téléphone, qu'il trouve intrusif. Il aime la torse de sociabilité qu'autorise Facebook, une façon de faire connaissance par l'intermédiaire de l'écrit, de dire des choses intimes en gardant ses distances. Pour lui, « c'est une boîte aux lettres géante ». C'est aussi une constellation de petites fenêtres : on se met à la sienne, pour regarder ce qui se passe chez les autres. « J'aime bien observer le voisin, derrière mon volet. C'est comme dans le village où j'ai grandi, poursuit Joncour. Quand on passe devant une maison, si les bêtes ne sont pas sorties, si le linge n'est pas étendu, on devine que quelque chose est arrivé, on demande des nouvelles. » Aller voir la page de quelqu'un avant de lui envoyer un mot permet d'éviter des indélicatesses. « Alors qu'avec le téléphone, il y a toujours un risque, celui d'appeler une personne au moment où elle se trouve chez son cancérologue. »

« Comme un troquet »

En fait, chaque auteur utilise Facebook à sa manière. « C'est comme un troquet. Il y a celui qui file s'asseoir au fond de la salle. Et d'autres qui disent bonjour à la cantonade, s'assoient au bar, causent avec tout le monde, font des blagues », explique encore Serge Joncour, qui appartient plutôt à la première catégorie. Son ami David Foenkinos, lui, ne cache pas qu'il est du genre bateleur : « Comme j'ai 4000 amis, j'ai des discussions dans tous les sens. C'est un espace ludique. »

D'autres auteurs ornent leur page, au jour le jour, d'aphorismes de leur cru, le plus souvent dépourvus d'intérêt. Plus amusante, l'idée qu'ont eue certains lecteurs de créer une page pour le personnage d'un roman. C'est arrivé à Pénélope Breuil, l'héroïne de deux romans d'Adrien Goetz. Même chose pour Angèle Rouvâtier, le personnage principal de *Boomerang*, de Tatiana de Rosnay. Les deux jeunes héroïnes sont d'ailleurs « amies »... « Imaginez que tous les personnages des romans commencent à exister ensemble, à se parler, dans le monde virtuel. Ce sera une comédie humaine interactive, où les héros de roman réaliseront enfin le vieux fantasme d'échapper à leurs auteurs ! » s'amuse Adrien Goetz. Le virtuel, une zone frontalière entre l'imaginaire et la réalité ? ■

Internet, meilleur outil de promotion ?

Facebook, blogs littéraires et autres sites permettent aux auteurs de faire connaître leurs livres.

MOHAMMED AÏSSAOUI

PARLEZ-MOI de moi, il n'y a que ça qui m'intéresse, semble dire la « blogosphère », la communauté des auteurs de blogs et des réseaux sociaux tels que Facebook. Mais comment passer d'une sorte de bavardage stérile à une véritable stratégie qui consiste à valoriser les livres, voire à en vendre davantage ? « L'idée est d'inciter les internautes à parler du roman, le Web ne fait pas forcément vendre plus, mais c'est un accélérateur de visibilité. On est passé de l'ère du consommateur à celui du "consommateur" », affirme Denis Lefebvre, responsable des projets en médias numériques au sein du groupe Libella (Buchet-Chastel, Phébus...). Comme tous les professionnels de la promotion, il s'appuie

sur un chiffre éloquent : selon un sondage réalisé à l'issue de la BookExpo America, qui s'est déroulée en juin dernier, 60 % des acheteurs de livres américains étaient des adeptes des réseaux sociaux...

« Nous nous sommes posé cette question : comment toucher les blogs dédiés à la littérature, les pages Facebook de passionnés ? Nous avons recouru à des sociétés dont le travail est de contacter et d'animer des communautés de blogueurs : Babelio et Libfly », explique Anne Boulín, responsable marketing au Seuil. L'expérience a été concluante pour le premier roman de Mathieu Simonet, *Les Carnets blancs*. Aux Éditions Héloïse d'Ormesson aussi, on est intimement persuadé de l'utilité de Facebook comme outil de communication. Tatiana de Rosnay en est l'illustration parfaite : « Elle fait partie de

ces auteurs qui l'ont utilisé très tôt, elle crée un blog pour chacun de ses romans. Elle y croit, elle s'y investit », raconte Héloïse d'Ormesson. Et d'ajouter : « Bien sûr, c'est difficile d'évaluer les retombées, mais il est clair que cela a eu un effet, que cela draine quelques personnes pour les signatures. On ne peut pas dire que tout le succès d'Elle s'appelait Sarah repose sur Internet, mais cela a sans doute joué un peu. On ne peut plus négliger cet outil. »

Assurer une large visibilité

Le Seuil s'est appuyé sur Babelio, un réseau social qui s'adresse aux amateurs de littérature. On y lit des critiques, on compare ses goûts, on donne son avis. La jeune entreprise propose aussi un service de presse en ligne baptisé « Masse critique ». Les nou-

veautés sont proposées à 500 blogs, soit, au total, 11 000 membres. Les blogueurs les plus intéressés reçoivent le livre et en font la critique. « Nous ne promettons pas de vendre plus, mais nous assurons une large visibilité sur le Net : dès que l'on envoie un livre à un blog, il a 95 % de chances d'être recensé avec un nombre de commentaires importants, car les blogueurs échangent beaucoup entre eux. Du coup, ce livre est référencé sur Google », explique Pierre Fremaux, cofondateur de babelio.com. Un classement des blogs à forte audience est établi par wikio.fr.

Tous ceux qui ont tenté l'expérience le reconnaissent : Internet, seul, ne suffit pas, le couplage promotion sur le papier et sur le Web est nécessaire. Le mariage du virtuel et du réel, voilà, peut-être, la clé du succès. ■