
**Les photographies d’auteur
dans l’espace public :
de la promotion dans la presse
écrite à l’adoration en ligne,
ou la réception professionnelle et amateur
de l’image de Charles Bukowski**

103

Amélie Macaud
Université Bordeaux-Montaigne

RÉSUMÉ. À travers une étude des dossiers de presse de la maison d’édition française de Charles Bukowski, Grasset, cet article s’attache à démontrer l’usage qui est fait des photographies et des portraits d’auteur par les journalistes et critiques littéraires, afin d’attribuer une posture à cet auteur. Cette posture, une fois mise en place, est réappropriée par les lecteurs amateurs, à travers des memes sur internet, accolant le portrait de l’auteur à des citations (avérées ou non) de ce dernier, afin de continuer le travail de promotion des textes de l’auteur.

MOTS-CLÉS : Charles Bukowski, presse, promotion photographique, réception, lectorat en ligne

Author’s photographs in public space: from promotion in the press to online worship, the professional and amateur reception of Charles Bukowski’s image

ABSTRACT. Through an overview of the reception of Charles Bukowski’s image in the French press in the 1970s-1980s, and the use of his photographs online nowadays, this article aims at explaining how readers, whether professionals or amateurs, interpret the work of the American author Charles Bukowski through his image, and use his many photographs with a variety of texts, to promote either the work of the author, or his image.

KEYWORDS: Charles Bukowski, Press, Photographic Promotion, Reception, Online Readership

Dans les années 1970, un auteur américain fait son entrée sur la scène littéraire française. Les Français, friands de livres et auteurs américains depuis la seconde guerre mondiale¹ accueillent l'auteur californien d'origine allemande Charles Bukowski à bras ouverts. Selon William Marling, l'arrivée des ouvrages de Bukowski sur le sol français date d'avant 1976 (Marling, 2016 : 63). Mais c'est à partir de 1977, avec les articles de presse, des interviews, et un passage (remarqué) à la télévision française dans l'émission *Apostrophes*², que Charles Bukowski acquiert une certaine visibilité médiatique en France, notamment grâce au travail promotionnel de l'équipe éditoriale de la maison d'édition Le Sagittaire. Cette médiatisation désormais incontournable des écrivains, que déplorent Janine et Greg Brémond en affirmant qu'elle « est aujourd'hui un critère beaucoup plus important que la qualité de ses manuscrits » (Brémond, 2002 : 98) permet à Charles Bukowski de se faire connaître. Les portraits d'auteur dans la presse écrite font partie intégrante de cette forme de médiatisation. Ainsi, dans cet article, nous souhaitons analyser deux médias, la presse écrite, médiatisation originelle, puis internet, et leur utilisation des photographies, notamment des portraits, de l'écrivain Charles Bukowski. L'objectif est de démontrer que les lecteurs, qu'ils soient critiques littéraires dans la presse nationale ou lecteurs fans de l'auteur à l'ère internet, utilisent l'image de Bukowski pour développer leur propre interprétation de l'œuvre et de la posture de cet auteur, à travers les textes accompagnant les photographies de ce dernier. Nous étudierons les critiques littéraires, à travers leur utilisation de photographies de Bukowski dans les années 1970-1980 en France, puis, l'appropriation des photographies et textes de Bukowski à travers les mêmes créés par les lecteurs sur le net.

De son vivant, Charles Bukowski sera photographié à de nombreuses reprises. Ses portraits dans le péri-texte de ses ouvrages, ou dans la presse, se retrouvent désormais sur internet, mais aussi dans des biographies ou des ouvrages en hommage à l'auteur. *Bukowski in Pictures* (Sounes, 2000) est à propos, les photographies dans cet ouvrage sont mises en avant par rapport au texte biographique. Le visage de cet écrivain semble intriguer tout autant que sa vie, décrite dans ses écrits.

Afin de comprendre l'utilisation des photographies dans les deux médias choisis, il est important de brosser un portrait rapide de Charles Bukowski. La maison d'édition Grasset publie sur son site la description suivante : « Charles Bukowski, "Hank" pour ses amis, est né en 1920. Il est mort à San Diego le 9 mars 1994. Tour à tour postier, magasinier, employé de bureau, Bukowski, découvert tardivement, est aujourd'hui un écrivain culte dans le monde entier »³. Elle ne mentionne pas ce qui a fait de Bukowski un auteur « culte ». Ce dernier est devenu célèbre parmi les lecteurs de l'underground californien, puis en Europe et dans le monde. Par ses textes qualifiés de réalistes ou d'autofictions, et à travers son double fictionnel Hank Chinaski, il décrit sa vie en Californie, qui se résume à des petits boulots, la consommation d'alcool, l'écri-

1 Comme le note Cécile Cottenet dans son ouvrage avec « an increase in France of American over British work, counting for 3 out of 4 translated works from the English language » (Cottenet, 2017 : 119).

2 Bernard Pivot (présentateur), « En marge de la société ? » *Apostrophe*, Antenne 2, 22 septembre 1978. <https://www.ina.fr/video/CPB78051583> (consulté le 14.06.2019).

3 <https://www.grasset.fr/auteurs/charles-bukowski> (consulté le 06.11.2019).

ture, les femmes, et les courses hippiques. C'est en Europe qu'il connaîtra le plus grand succès, notamment en Allemagne dès le début des années 1970, grâce à son agent et ami Carl Weissner⁴. Grâce à ce premier succès commercial sur l'ancien continent, il fait par la suite une entrée remarquée en France, grâce à des recueils de poèmes, à des nouvelles et à son premier roman, publiés par les maisons d'éditions Le Sagittaire et Humanoïdes Associés, mais surtout par son passage télévisé à *Apostrophes* le 21 septembre 1978, où Bernard Pivot demande sans cérémonie à un Bukowski alcoolisé de quitter le plateau. Ainsi, le mythe de l'écrivain alcoolique va lui coller à la peau. Les critiques littéraires offrent un tremplin aux auteurs encore peu connus ou inconnus du public français, et sont fondamentales pour une visibilité dans l'hexagone⁵. Nous allons montrer comment la presse française a utilisé les photographies de Bukowski pour entretenir ce mythe du poète débauché créé par l'auteur et son éditeur américain.

Bukowski dans la presse française des années 1970 et 1980

La grande majorité des photos de Charles Bukowski qui apparaissent dans les journaux français furent prises par le photjournaliste allemand Michael Montfort. Ce dernier bâtit sa carrière en parallèle de celle de l'auteur dont il tira le portrait. Il fit partie du champ artistique de l'auteur. John Martin, éditeur américain ayant créé la maison Black Sparrow Press, qui publia la majorité des titres de Bukowski de son vivant, insistait sur l'importance des photographies de Michael Montfort dans la publication des livres de Bukowski dans une interview en 2000 : « Nous les avons sans cesse utilisées dans nos livres. Dès que nous sortions un livre de Bukowski, il y avait en général une photographie de Bukowski par Montfort à l'intérieur⁶ » (Grasset, 2000).

Des photographies promotionnelles de cet auteur arrivèrent dans la presse francophone par l'entremise de maisons d'édition, Le Sagittaire et Humanoïdes Associés à ses débuts en métropole, les Éditions Grasset par la suite. Les premiers contrats datant de 1978 entre Black Sparrow Press et Le Sagittaire, stipulaient que les « décisions prises par l'éditeur seul [sont les] : format, présentation de couverture, prix de vente, édition sous autres formes, et rédaction et diffusion publicitaire⁷ ». La diffusion publicitaire et l'effort promotionnel seront donc un devoir de l'éditeur. Grâce à ces intermédiaires, Charles Bukowski développe sa visibilité médiatique à partir de 1977. Nous nous intéresserons ici au choix des photographies mais aussi à la manière dont la presse décrit l'image de l'auteur en l'entourant de sa propre interprétation.

4 « More than 2.2 million copies of his works have been sold in Germany alone. » (Bukowski, 2003 : 211)

5 « Pour tout écrivain, il ne suffit pas d'être publié, il importe d'être critiqué. L'écrivain cité entre ainsi officiellement dans le champ du pouvoir symbolique. L'accès à la visibilité autorise le nouvel élu à être classé et situé à l'intérieur de cet espace de la production culturelle » (Naudier, 2004 : 37).

6 « We've used them in our books continually. Whenever we do a Bukowski book, it's usually got a picture of Bukowski by Montfort in it ».

7 Contrat consulté dans les archives de la maison d'édition Grasset à l'IMEC en juillet 2018.

Ruth Amossy déclarait :

La production d'une image d'auteur dans le discours des médias et de la critique obéit à des impératifs divers, correspondant aux fonctions qu'elle est censée remplir dans le champ littéraire. Elle peut être promotionnelle [...] Elle peut être plutôt culturelle que commerciale. Les journaux viennent satisfaire le désir de connaître une vedette nouvelle, ou une personnalité du monde des lettres dont la vie peut susciter la curiosité ou l'intérêt en-dehors de toute intention de lecture. (Amossy, 2009 : 2)

106

Le premier titre révélateur de l'entrée de Bukowski dans le monde médiatique français est un article de 1977 pour la promotion de *Contes de la Folie Ordinaire*, avec la maison d'édition Le Sagittaire. Le titre « Viens à Paris, Bukowski ! » (Mercadet, 1977) est une invitation qu'il acceptera dès 1978. Ce titre se trouve au-dessus d'une photo-portrait miniature de l'auteur souriant, prise de face, en *close-up*. L'auteur regarde l'appareil photo et le spectateur, et semble plein de bonhomie. L'article est écrit par Léon Mercadet, l'un des éditeurs et traducteurs de Bukowski en France et est rédigé comme s'il s'agissait d'une lettre de lecteur à l'auteur, l'invitant à venir à Paris, afin que les Français le découvrent. Mercadet y déclare son enthousiasme pour les écrits de Bukowski et essaie de le replacer dans le champ littéraire (Bourdieu, 1992), se questionnant notamment sur son appartenance au mouvement Punk, ou au mouvement Beat. Ni la photographie de Bukowski ni le texte de Mercadet ne permettent au lecteur une prise de position ou un avis tranché sur cette question : l'auteur ne ressemble en rien à la mythologie Punk qui se crée à l'époque⁸, caractérisée par une certaine violence et une forme de rébellion contre le système en place. Bukowski, sur cette photographie, semble au contraire avenant, non violent, souriant, mais le mouvement Beat, plus non-violent et plus littéraire que le mouvement Punk, ne saute pas non plus aux yeux lorsqu'on regarde une photographie de Bukowski. Les thèmes utilisés dans ses livres, comme les bagarres dans les bars mal famés ou dans des chambres miteuses, et la volonté de ne pas travailler pour un emploi n'ayant pas de sens, sont plus en lien avec le mouvement Punk, mais la photographie utilisée dans cet article n'offre aucun lien avec l'un ou l'autre de ces mouvements. Léon Mercadet positionne plutôt Bukowski dans le mouvement Beat, en déclarant le voir « plutôt sage, tendre et amer comme un vieux Beatnik... » (Mercadet, 1977).

Cette question d'appartenance à un groupe spécifique se retrouve dans un article de *Nouvelles Littéraires* (Chénétier, 1977). Dans cet article assez court, Marc Chénétier arrive à synthétiser toutes les questions et les rapprochements auxquels les critiques littéraires, universitaires ou autres lecteurs, tentent de répondre sur Bukowski : est-il plus proche de Miller ou de Hemingway ? est-il un poète Beat ? un poète Punk ? Cela nous ramène à l'idée du champ littéraire, que Meizoz associe à l'idée de posture : « Il faut connaître l'espace artistique (le champ à production et

8 Image Punk dans la ligne éditoriale du Sagittaire, qui avait aussi publié l'ouvrage d'Audeline *L'Aventure Punk* en 1977.

réception) pour que la posture qui s'y exprime fasse pleinement sens, et rationnellement. La posture d'un auteur s'exerce en général en relation, voire contre d'autres postures saillantes dans les œuvres mêmes » (Meizoz, 2007 : 26). Il semblerait que la posture de l'auteur ne puisse exister sans que ce dernier n'ait préalablement été comparé à d'autres écrivains plus célèbres. Ces recherches d'associations sont fréquentes dans les articles sur Bukowski. On voit dans cet article une photographie tronquée centrée uniquement sur les yeux de l'auteur. Ces yeux se retrouvent dans l'iconographie de la maison d'édition Grasset⁹, et semblent avoir un attrait particulier, comme si Bukowski, par ses yeux, semblait pouvoir faire passer un message à travers son regard. En tant que spectateur de cette image, il nous convient d'interpréter ce regard. L'auteur fixe l'appareil photo, et ainsi le spectateur, le lecteur potentiel, est entièrement plongé dans ce regard, sans indication spatiotemporelle. La légende est potentiellement le seul indice permettant de décoder les yeux fixés sur le spectateur. Il se crée une certaine dimension affective entre l'écrivain, sujet regardé, et le lecteur, sujet regardant (Bertrand, 2014 : 2), qui voit dans ces yeux une ouverture sur le monde bukowskien, un regard joueur et mélancolique, comme si Bukowski ouvrait son âme dans ses écrits et à travers son regard. La photographie intitulée « Bukowski : "me voilà !" » sonne comme une réponse au titre du *Matin* « Viens à Paris, Bukowski ! » de Mercadet. Bukowski répond « me voilà ! ». Mais à travers ce visuel, son entrée semble pour l'instant assez timide ; comme si Bukowski, ancien postier de profession, regardait à travers la fente de la boîte aux lettres, et considérerait toujours sa venue.

Pour en revenir au titre de l'article de Marc Chénétier, « Bukowski ou l'écriture entre deux nausées », il introduit un thème qui deviendra surexploité par les médias, l'alcoolisme de l'auteur, mais les photographies n'offrent à l'heure actuelle aucune preuve visuelle de cet état de fait, qu'il avait lui-même développé dans ses textes¹⁰. Dans un article du *Monde* daté du 4 avril 1978, on retrouve un portrait classique de Bukowski, prenant plus d'espace sur la page de journal, sous le titre « L'Amérique dégueulée », et la légende : « Charles Bukovski [*sic*] : un Dionysos californien éructant et tendre ». L'article est complété d'une lettre de Bukowski à Raphaël Sorin¹¹, éditeur de l'auteur, ainsi qu'un avion dessiné par Bukowski. La faute d'orthographe sur le nom de l'auteur indique qu'il n'est pas encore reconnu, l'avion annonce sa venue. Dionysos, dieu du vin, fait référence à son goût pour l'alcool. Mais la photographie n'est pas vraiment en accord avec la légende, ou le texte de l'article.

En 1978, les articles se rallongent et les photographies prennent une place désormais plus conséquente. Bukowski semble être ancré dans le système média-

9 La collection « Cahiers rouges » de Grasset met aussi en cadre les yeux de l'auteur, en noir et blanc, entourés du rouge de la couverture, inséré entre le titre et le nom d'auteur, voir <https://www.grasset.fr/auteurs/charles-bukowski> (consulté le 06.11.2019).

10 Dans *Notes of a Dirty Old Man* par exemple, on retrouve le mot « drunk », signifiant soit alcoolisé soit alcoolo, à soixante-six reprises sur 200 pages, presque toutes les trois pages (Bukowski, 1969). Dans *Ham on Rye*, roman qui décrit son enfance et le passage à l'âge adulte, « drunk » est noté à vingt-deux reprises, presque toutes les dix pages (Bukowski, 1982).

11 Dans la lettre, il écrit « Si vous le traduisez (*Women*) et si les Français n'ont pas changé entre temps, ils devraient aimer ça. Et les femmes du MLF pas du tout ». *Women* (Bukowski, 1978) sera traduit en 1981 en France.

tique français ; dans un article de *VSD* de Jean-Pierre Enard intitulé « Bubu de Los Angeles » (Enard, 1978), le surnom « Bubu » fait référence à la fois à sa tendance à consommer de l'alcool, et aux surnoms que l'on donne aux personnes proches. Ainsi Bukowski n'est plus cet inconnu, ces yeux qui essayaient de trouver une ouverture. Une photographie de Michael Montfort dans cet article occupe un quart de la page, et montre Bukowski accroupi contre un mur, probablement dans une rue, un cigare à la bouche, ouvrant une bouteille de vin. La légende accompagnant cette photo : « Pour faire plaisir aux photographes, Charles Bukowski ferait n'importe quoi. Même déboucher une bouteille d'alcool sur un tas d'ordures, surtout si on la lui offre... » (Enard, 1978). Et John Martin de confirmer des années après la serviabilité de Bukowski envers ses photographes : « Tout ce que Montfort voulait ou tout ce dont il avait besoin, il le lui donnait » (« Whatever Montfort needed or wanted, he would go along with it », Martin, 2000 : 1, ma traduction). Le thème de l'alcoolisme chez Bukowski, annoncé en légende ou en titre une année auparavant, est donc désormais intégré à l'image même de l'auteur. Après l'émission télévisée *Apostrophes* sur Antenne 2, les articles pullulent sur l'alcoolisme de Bukowski. Dans *Cahiers du Cinéma* en novembre 1978 on retrouve un article de Jean-Paul Fargier « Charles Bukowski fait de la télé » et une photographie de Bukowski sous forme de « capture d'écran » de l'émission, avec pour légende « alcootešt à Antenne 2 ». Ainsi, l'alcoolisme de Bukowski, décrit dans les textes, est désormais révélé dans les photographies.

Trois ans plus tard, Charles Bukowski et la maison d'édition Grasset sortent le roman *Women*, septième livre de l'auteur en France. Dans un article de Jean-François Fogel, une photo représente Bukowski assis à un bureau de travail encombré, un verre de vin rouge à la main, bien habillé et bien coiffé, et la légende « comme un dieu de la littérature, voici un écrivain, un vrai » (Fogel, 1981). Bukowski est représenté dans le texte comme un « dieu ». Le titre « Bukowski à cœur et à cul » intègre un autre thème utilisé par Bukowski : la sexualité et ses relations avec la gent féminine. On retrouve dans *Libération* un nouvel article intitulé « Bukowski, un Sade de seconde zone » (Bartel, 1982) où « le vieux dégueulasse de la côte ouest ressasse sa trilogie : boire, baiser, écrire » (Bartel, 1982). La crudité de la description renforce la crudité des livres et de l'image de Bukowski. Il est devenu « Buke (sic) », surnom qui démontre que Bukowski n'est plus à présenter. L'article de *Libération* est accompagné de deux photographies. La première, en noir et blanc, présente Bukowski en pleine lecture dans une université canadienne, de profil une bouteille de vin à la main, une autre bouteille sur la table posée à côté de son micro, une cigarette allumée dans l'autre main ; avec pour légende : « Buke (sic) et sa compagne favorite en conférence »¹². L'autre photo est plus classique, un portrait en vignette, et n'a pas de légende. Dans un article d'Éric Neuhoff « Plus rien n'apaise le vieux Buk », publié dans le *Quotidien de Paris* (Neuhoff, 1982), sorti quelques jours après celui de *Libération*, on retrouve une photo qui sera publiée quatre ans plus tard dans un article d'Alain Flamand « Bukowski le scandaleux » (Flamand, 1986). On y voit Bukowski bien habillé, bien coiffé, assis à un bureau rangé. Il s'agit ici de

12 On retrouve cette photographie sur le site <https://findery.com/Chung123/notes/charles-bukowskis-2nd-last-public-reading-in-vancouver-a-near-riot> (consulté le 13.11.2019).

« LA photographie digne de figurer dans l'arsenal promotionnel » (Luneau, Riel, 2017 : 199), celle que l'on retrouvera dans de nombreuses critiques par la suite. Il y a un changement thématique dans la présentation de Bukowski. Alors que *VSD* et les *Cahiers du Cinéma* présentaient Bukowski comme un écrivain alcoolique à travers son imagerie, la maison Grasset fait de lui, à travers cette photographie promotionnelle, un homme de lettres sérieux¹³. Il y a donc deux visages de Bukowski qui s'opposent : l'un créé par l'auteur à travers ses textes et son double fictionnel, l'alcoolique sulfureux et « dégueulasse », et l'autre, celui de l'écrivain respectable, vivant de sa plume. Après 1978 et son passage à *Apostrophes*, on note l'augmentation des photos où Bukowski est immortalisé avec des verres ou bouteilles à la main ou posées près de lui, comme des artéfacts dont l'auteur et ses photographes ne peuvent désormais plus se passer.

Ce goût prononcé pour les portraits d'auteur et la promotion de livres par l'image de l'auteur contribuent à « un glissement de l'intérêt du lecteur du texte vers son auteur » (Rivalan Guego, 2017 : 194). Le visuel de l'auteur devient aussi important que l'image qu'il s'est créée à travers ses textes, et entraîne une confusion entre auteur et narrateur. La photographie permet une mise en image de l'auteur pour les lecteurs, qui par l'entremise de celle-ci, se font une idée de l'auteur avant même la lecture de ses textes¹⁴. Pourtant, à l'ère d'Internet, on observe une sorte de revirement, où l'on voit réapparaître, grâce aux photographies de l'auteur, les textes de Bukowski.

Les mêmes bukowskiens

Les lecteurs font aujourd'hui une nouvelle utilisation de ces photos ne cherchant pas tant à débattre de l'image de l'auteur qu'à faire connaître son œuvre à un plus grand lectorat. Les nouvelles technologies sont attirées par les images. Susan Sontag note la soumission des hommes à l'image au xx^e siècle (Sontag, 2008 [1977] : 153) et Berenice Abbott affirme que « le monde d'aujourd'hui a été conditionné, d'une manière écrasante, à visualiser. L'image a presque remplacé le mot comme moyen de communication¹⁵ » (Abbott, 1980 : 179).

Avec internet, le visuel prend encore et toujours plus d'importance et de valeur dans le monde actuel. En nous penchant sur quelques *iconotextes* liés à Bukowski, et créés par ses lecteurs, que Clements va jusqu'à appeler ses *fans* (Clements, 2013 : 121-138) nous verrons de quelle manière cette image a évolué et en quoi l'utilisation des photographies par les lecteurs permet une mise en lumière de ses textes. Internet permet une mondialisation des échanges, et nous avons donc choisi un déplacement langagier pour parler des photos sur internet. La langue la plus utilisée

13 On retrouve cette photographie sur le site <https://poets.org/poet/charles-bukowski> (consulté le 13.11.2019).

14 Camille Brachet déclare : « la photographie permet effectivement de donner de la présence à l'écrivain, elle a un impact sur la perception que va se forger le lecteur en amont de sa lecture » (Brachet, 2017 : 209).

15 « The world today has been conditioned, overwhelmingly, to visualize. The *picture* has almost replaced the *word* as a means of communication » (Abbott, 1980 : 179).

sur internet étant l'anglais¹⁶, nous retrouverons plus d'exemples d'iconotextes anglophones concernant l'auteur. Les clubs de lecture se sont naturellement déplacés vers ce nouveau mode de communication, sous forme de forums ou de commentaires clients sur les librairies en ligne. Les photographies de Charles Bukowski, se retrouvent scannées, copiées-collées avec des textes choisis par des anonymes sans accord de publication préalable. Les lecteurs les utilisent dans les forums dédiés à l'auteur, certains regroupent une centaine de photographies prises par Michael Montfort, Linda King et autres¹⁷, souvent accompagnées de légendes, créées par les fondateurs des sites comme Bukowski.net ou le site francophone Charlesbukowski.free.fr¹⁸. Les fans utilisent aussi les photographies en vignettes, pour leur photo de profil. Ainsi, Charles Bukowski devient tout et n'importe qui. Là où les éditeurs dans les années 1980 avaient un devoir de promotion de l'auteur et de ses livres, nous avons ici à faire à un regain d'intérêt de la part des lecteurs, qui créent ce jeu promotionnel, à titre gracieux.

Dans cette partie nous concentrerons notre analyse sur les photos utilisées en complément des textes de l'auteur et des citations afin de faire connaître le texte associé au visage. Ces images textes sont plus communément appelées « mèmes » en ligne. Ces mèmes sont définis par Simon J. Evnine comme des images macros, copiées d'internaute en internaute, et customisées par leurs compositions textuelles (Evnine, 2014 : 306). Les mèmes évoluent et changent de textes selon l'humeur du moment ou encore leur créateur. Dans le cas de mèmes de Charles Bukowski, on retrouve les photographies, accompagnées de textes supposément écrits par lui¹⁹. Le but de ces mèmes est de se répandre le plus rapidement possible, en général par l'utilisation des réseaux sociaux.

L'objectif de cette partie étant de démontrer l'impact de l'image sur le texte et l'œuvre de Bukowski, nous avons choisi de travailler de la façon suivante : en entrant dans Google les mots « quotes, pictures, Charles Bukowski » afin d'avoir le plus de photographies et citations possibles. Nous avons recensé de nombreuses photos de l'auteur associées à des citations sur Google Images. Le problème de Google est la surabondance d'information et la possible disparition ou réapparition de données sur d'autres sites. Cette redondance permet aux photographies et citations de se retrouver à divers endroits, dans le but d'être vues par le plus grand nombre. Il faudra donc se rappeler l'imprévisibilité et de l'évolution constante des corpus web²⁰.

Tout d'abord, notons le choix des photographies de Charles Bukowski par les créateurs de ces textes-images. La plupart du temps, il s'agit de Bukowski à un âge avancé. Les sources visuelles pour les lecteurs de Bukowski ne manquent pas, et

16 Données sur <https://www.internetworldstats.com/stats7.htm> <http://funredes.org/lc2019/> (consulté le 13.11.2019).

17 On retrouve des photographies sur des sites spécialisés (des exemples figurent dans la bibliographie).

18 <https://bukowski.net/> et <http://charlesbukowski.free.fr/> (consultés le 13.11.2019).

19 « Image macros are memes that involve images that are copied from person to person, but customized by users through the addition of text to each new copy » et « The image is copied by one user from another, but undergoes mutation, with respect to its textual element, with each copy » (Evnine, 2014 : 306).

20 « tout corpus web est un état de données provisoires, évolutif, prélevé au sein d'une archive vivante, gardant une marge d'incertitude non négligeable » (Barats, 2013 : 100).

on retrouve des photos tirées de livres de Bukowski, notamment du roman-photo racontant le voyage de Bukowski en Europe, *Shakespeare Never Did This* (Bukowski, 1979) ou de *Bukowski in Pictures* (Sounes, 2000), ou les photographies qui étaient apparues dans les pages de journaux français dans les années 1970-1980. Ces photos proviennent de documents numérisés : ce sont des reproductions qui n'ont pas la qualité que l'on retrouvait sur papier. Mais le but recherché par les lecteurs n'est ni artistique ni esthétique, il s'agit plutôt ici d'apposer l'image de Bukowski au texte de l'auteur. Ils offrent ici à travers le portrait de l'auteur, une seconde vie à ses textes. Il y a une dimension affective et émotionnelle de la part des lecteurs, des sujets regardants qui utilisent le sujet regardé pour lui rajouter une note textuelle, en général un texte sur la vie²¹ et des questionnements philosophiques²², tirés d'ouvrages de Bukowski, à première vue. Ainsi, le texte, transformé en citation sur une photographie de l'auteur, est mis en avant par celle-ci. Le lecteur n'hésite pas à noircir une partie de la photographie, en fond noir, pour intégrer le texte à côté d'un Bukowski buvant une bière²³. Sur une autre photographie, tirée du livre *Shakespeare Never Did This*, où Bukowski est assis seul dans un bar à Andernach, le texte est complètement intégré à l'image. Plus simplement encore, le lecteur associe un texte à une petite vignette, représentant Bukowski lors de son entretien à *Apostrophes*. Le texte, devenant citation, s'extrait du livre, et devient par là-même un épitexte auctorial public (Genette, 1987 : 346-373). En ligne, le texte accolé à l'image de son auteur original, devenu citation, se mue en objet promotionnel à part entière.

Les lecteurs sont désormais des médiateurs, des iconographes, de Bukowski. Liant les textes à l'image de l'auteur, le lecteur tend à intégrer la posture de l'auteur à son écriture, ce que Bukowski faisait déjà de son vivant. Le public visé n'est plus seulement le lectorat de Bukowski, mais toute la sphère internet. Le risque que prennent ces créateurs de mêmes est que les lecteurs potentiels, qui deviennent aussi « *spectator* » (Barthes, 1980 : 51) de l'image, s'arrêtent à ces citations et restent à la surface de l'œuvre de Bukowski. Mais les éditeurs ne faisaient-ils pas de même lorsqu'ils mettaient plus en avant l'auteur et son image que le texte et le livre avec leurs outils promotionnels ? Dans le cas des mêmes, le texte a repris un minimum de pouvoir. Le texte est, en général, mis en avant sur la photo de Bukowski, qui sert en quelque sorte de référence, de *preuve* de l'auteur de la citation. Le texte accolé à la photographie est associé au référent de celle-ci. Les textes attachés à ces photographies proviennent de lettres, d'entretiens, de prose ou encore de poèmes de l'auteur. Le problème majeur, en tant que chercheur, reste la question du référencement. Ces images et citations sont des morceaux choisis de l'œuvre de Bukowski²⁴, et l'authentification de ces citations est rendue difficile par un manque de référence de la part des auteurs de ces montages. Ainsi en 2013, un débat a eu lieu sur Internet sur

21 <https://culturedvultures.com/happy-birthday-charles-bukowski-selected-quotes/> (dernière consultation le 27.03.2020).

22 <https://50quotesof.com/50-famous-quotes-of-charles-bukowski-may-change-your-life/> (dernière consultation le 27.03.2020).

23 <https://www.goalcast.com/2018/07/11/17-charles-bukowski-quotes/> (dernière consultation le 27.03.2020).

24 Bukowski a environ 70 livres publiés en version originale à son actif à l'heure actuelle.

la véracité d'une citation attachée au portrait de Bukowski²⁵. Sur le site Bukowski.net, un membre de leur forum a promis « un livre Black Sparrow Book signé et numéroté, avec un billet de cent dollars à utiliser comme marque page »²⁶ pour celui qui trouverait la preuve que cette citation était bel et bien de Bukowski, sans succès. Ce forum, est à 95 % consacré à Bukowski, les 5 % restants étant des publications de presse indépendante. Il s'agit donc de personnes, qui en savent beaucoup sur ses écrits et sa vie, qu'ils mélangent allègrement, comme le faisait l'auteur, et endossent le rôle de *gardien* des écrits de l'auteur, qu'ils nomment fréquemment « génie » et qu'ils considèrent comme leur *héros*. La ligne éditoriale de Bukowski.net est claire dès la page d'accueil : « La réponse à toutes les questions sur Bukowski »²⁷. Dans ce forum, on retrouve, en mai 2019, cinq pages de discussions regroupant 186 messages concernant la citation « Find what you love and let it kill you » (« Trouve ce que tu aimes et que tu en crèves ») qui se retrouve très fréquemment sur les réseaux sociaux, avec des images variées de Bukowski en fond. La conclusion de ce site est que la citation n'est pas de Bukowski :

Un bon nombre de citations attribuées à Charles Bukowski sont en fait des citations d'autres personnes, ou plus simplement des fabrications anonymes. Peut-être la plus notable, « Find what you love and let it kill you » [...] sont les paroles du compositeur Kinky Friedman²⁸.

Cette information a ensuite été relayée par un journaliste du *Houston Press*. Ce dernier déclare avoir fait des recherches pendant une journée dans les lettres archivées sur *Bukowski.net* mais déclare avoir échoué dans sa quête de référencement, ou de preuve que la citation est de Bukowski²⁹. Encore une fois, il faut prendre les dires de lecteurs sur internet avec beaucoup de précaution, mais cette affirmation rappelle que les participants à ces forums de discussions littéraires ont « un degré d'investissement élevé et [font] un effort de domestication du texte » (Leveratto, Leontsini, 2008 : 139). L'écriture prolifique de Bukowski rend la vérification de la justesse des citations présentées assez difficile. Il y a donc bien de la part de ces lecteurs un « niveau d'engagement personnel » (Leveratto, Leontsini, 2008 : 138) assez élevé, qui explique leur frustration à voir l'image de leur auteur fétiche associée à une citation qui n'est pas sienne.

25 <https://virkjasmine.wordpress.com/2015/07/29/because-its-charles-bukowski/find-what-you-love-and-let-it-kill-you-quote-by-charles-bukowski-in-vintage-capture-charles-bukowski-quotes-on-funny-captions-936x936-2/> (dernière consultation le 27.03.2020).

26 « signed, numbered Black Sparrow Bukowski book, along with a hundred-dollar bill to use as a bookmark ».

27 Traduction de: « The answer to any Bukowski question ».

28 « A good number of the Internet quotes attributed to Charles Bukowski are actually quotes from other people, or simply anonymous fabrications. Perhaps most notably, "Find what you love and let it kill you," [...] are the words of songwriter Kinky Friedman ».

29 Le journaliste déclare « There are well over 100 preserved letters on the site in pdf form, and I looked at every single one. The letter doesn't appear there, and if it appears in any of the books of Bukowski's letters then none of his fans have been able to find it. » (Rouner, 2013)

Conclusion

Les médias jouent un rôle important dans l'accession de Bukowski au statut d'auteur célèbre, et dans la longévité de la publication de ses œuvres. Leur rôle de transmetteurs d'informations se décline en transmission d'images et d'opinions. Les images qui auront permis l'accès à la reconnaissance du vivant de l'auteur sont réutilisées et reproduites à l'infini par les lecteurs en ligne de nos jours. Ces photographies évoluent pour faire (re)découvrir le texte de Bukowski, tout en entraînant la question de référencement de ses textes en ligne. Elles apparaissent désormais dans le cadre d'opérations bien plus mercantiles. La difficulté des maisons d'édition, qui doivent jongler entre commercialisation, économie et culture, se retrouve aussi dans le cas des photographies, imprimées par exemple sur des t-shirts ou des tasses. Bukowski, bien qu'il ait refusé les étiquettes et ne se reconnaissait dans aucun champ littéraire, a été comparé à un « poète punk », rock n'roll – « tendance » donc – en raison de son statut d'outsider. On le retrouve aussi parfois sur des murs croqués par un graffiti, comme à Los Angeles dans son ancien quartier³⁰, ou encore à Paris. Comme le disait Barthes à propos des États-Unis en 1980 – et que l'on pourrait désormais appliquer à l'ère internet dans son ensemble – : « il n'existe, ne se produit et ne se consomme que des images » (Barthes, 1980 : 182). Charles Bukowski, par sa présence photographique, fait donc bien partie de cette mise en image de la littérature.

Œuvres citées

- ANONYME, « L'Amérique dégueulée », Paris, *Le Monde*, 4 avril 1978, p. 21.
- AMOSSY, Ruth (consulté le 06.11.2019) : « La double nature de l'image d'auteur », *Argumentation et Analyse du Discours*, 3, 2009, p. 1-16. <http://journals.openedition.org/aad/662>
- BARATS, Christine, dir., *Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, 2013.
- BARTEL, J. M., « Bukowski, un Sade de seconde zone », *Libération*, 22 janvier 1982.
- BARTHES, Roland, *La Chambre Claire. Notes sur la Photographie*, Paris, Gallimard/Cahiers du Cinéma/Éditions du Seuil, 1980.
- BERTRAND, Jean-Pierre (consulté le 06.11.2019) : « Esquisse d'un protocole de lecture du portrait photographique de l'écrivain », *CONTEXTES*, 14, 2014. <http://journals.openedition.org/contextes/5910>
- BOURDIEU, Pierre, *Les Règles de l'Art, Genèse et Structure du Champ Littéraire*, Paris, Éditions du Seuil, 1992.
- BRACHET, Camille, « Ce que la photographie donne à voir de l'écrivain : La mise en scène dans la presse », *L'Écrivain vu par la Photographie*, Rennes, PUR, 2017, p. 209-217.

30 <https://www.courthousenews.com/late-charles-bukowski-still-raising-ruckus/> (dernière consultation le 27.03.2020).

- BREMOND, Janine, BREMOND, Greg, *L'Édition sous Influence*, Paris, Éditions Liris, 2002.
- BUKOWSKI, Charles, *Notes of a Dirty Old Man*, San Francisco, City Lights Books, 1969.
- BUKOWSKI, Charles, *Shakespeare Never Did This*, Santa Rosa, Black Sparrow Press, 1979.
- BUKOWSKI, Charles, *Ham on Rye*, Santa Rosa, Black Sparrow Press, 1982.
- BUKOWSKI, Charles, *Souvenirs d'un pas Grand-chose*, Paris, Grasset, 1986.
- BUKOWSKI, Charles, ed. CALONNE, David Stephen, *Sunlight Here I am: Interview and Encounters, 1963-1993*, Northville, Sun Dog Press, 2003.
- « Charles Bukowski » (consulté le 20.05.2019) : <http://charlesbukowski.free.fr/photographies.html>
- CHÉNETIER, Marc, « Bukowski ou l'écriture entre deux nausées », *Nouvelles Littéraires*, 15 décembre 1977.
- CLEMENTS, Paul, *Charles Bukowski, Outsider Literature, and the Beat Movement*, London, Routledge, 2013.
- COTTENET, Cécile, *Literary Agents in the Transatlantic Book Trade: American Fiction, French Rights, and the Hoffman Agency*, London, Routledge, 2017.
- Dossiers de presse et fonds de la Maison d'édition Grasset. IMEC, Abbaye d'Ardenne, Caen (consultés en juillet 2018).
- ENARD, Jean-Pierre, « Bubu de Los Angeles », Paris, VSD, 21 septembre 1978.
- EUDELIN, Patrick, *L'Aventure Punk* [Grasset, 2004], Paris, Éditions Le Sagittaire, 1977.
- EVNINE, Simon J., "The Anonymity of a Murmur: Internet (and Other) Memes" *British Journal of Aesthetics*, 58.3, July 2018, p. 303-318.
- FARGIER, Jean-Paul, « Charles Bukowski fait de la télé », Paris, *Cahiers du Cinéma*, Novembre 1978.
- FLAMAND, Alain, « Bukowski le scandaleux », *Royaliste*, 15 octobre 1986.
- FOGEL, Jean-François, « Bukowski à cœur et à cul », Paris, *Le Point*, 9 novembre 1981.
- GENETTE, Gérard, *Seuils* [1987], Paris, Éditions du Seuil, coll. « Points », 2002.
- GRASSET (consulté le 06.11.2019) : « Charles Bukowski », <https://www.grasset.fr/charles-bukowski>
- LEMONS, Stephen, MARTIN, John (consulté le 27.10.2019) : « The Man Who Shot Charles Bukowski » <https://www.salon.com/2000/06/15/bukowski/>
- LEVERATTO, Jean-Marc, LEONTSINI, Mary (consulté le 06.11.2019) : *Chapitre III. Sociabilité littéraire et communication numérique*, dans *Internet et la sociabilité littéraire*, Paris, Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2008, p. 119-171. <http://books.openedition.org/bibompidou/209>
- LUNEAU, Marie Pier, RIEL, Marie-Ève, « "Je ne dis pas qu'un moche va gêner les gens, mais..." : Le portrait d'écrivain saisi sous l'angle de l'édition », *L'Écrivain Vu par la Photographie*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2017, p. 199-207.
- MARLING, William, *Gatekeepers: The Emergence of World Literature and the 1960s*, New York, Oxford University Press, 2016.

- MERCADET, Léon, « Viens à Paris, Bukowski ! », *Le Matin*, 1977.
- MEIZOZ, Jérôme, *Postures Littéraires : Mises en scène modernes de l'auteur (Essai)*, Genève, Slatkine Érudition, 2007.
- MITCHELL, W. J. T., *What Do Pictures Want?*, Chicago, University of Chicago Press, 2008.
- NAUDIER, Delphine, « La fabrication de la croyance en la valeur littéraire », *Sociologie de l'Art*, 4.2, 2004, p. 37-66.
- NEUHOFF, Éric, « Plus rien n'apaise le vieux Buk », *Quotidien de Paris*, 674, 26 janvier 1982.
- « Observatoire de la diversité linguistique et culturelle dans l'Internet » (consulté le 06.11.2019) : <http://funredes.org/lc2019/>
- PHILIPPS, Michael (consulté le 18.05.2019) : « Bukowski.net ». <https://bukowski.net/photos/>
- « Internet World Stats : Usage and Population Statistics » (consulté le 06.11.2019) <https://www.internetworldstats.com/stats7.htm>
- PIVOT, Bernard (présentateur) (consulté le 3.11.2019) : « En marge de la société ? » *Apostrophe*, Paris, Antenne 2, 22 septembre 1978. <https://www.ina.fr/video/CPB78051583>
- RIVALAN GUEGO, Christine, « Le livre, c'est lui ! : Portraits photographiques d'écrivains et mise en scène éditoriale (Espagne, début xx^e) », dans *L'Écrivain vu par la Photographie*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2017, p. 189-197.
- ROUNER, Jeff, (consulté le 18.05.2019) : « Did Charles Bukowski really say, "Find what you love and let it kill you?" ». <https://www.houstonpress.com/arts/did-charles-bukowski-really-say-find-what-you-love-and-let-it-kill-you-6376127>
- SONTAG, Susan, *On Photography* [1977], London, Penguin, 2011.
- SOUNES, Howard, *Bukowski in Pictures*, Edinburgh, Rebel Inc, 2000.
- TRACHTENBERG, Alan, ABBOTT, Marie, dir., *Classic Essays on Photography*, New Haven (Connecticut), Leete's Island Books, 1980.
- « Whisky, Beats and Poesy ». (consulté le 20.05.2019) <http://aubry.free.fr/Bukowski2.htm>

