

Internet, un espace de commercialisation  
du roman antillais francophone



À l'ère du numérique, Internet représente la plus grande librairie au monde. Une part essentielle de l'existence d'un livre se joue désormais sur la toile. Comment y est organisée la promotion du roman antillais francophone ? Dans quelle mesure contribue-t-elle à réactiver des clichés et images stéréotypées des Antilles françaises pour capter l'attention du lectorat cible ? Quelles stratégies sont mobilisées pour transformer ce dernier en client potentiel ?

Pour y répondre, cet ouvrage procède à une analyse socio-discursive des argumentaires de présentation d'œuvres littéraires de quatre auteurs antillais contemporains : Patrick Chamoiseau, Maryse Condé, Raphaël Confiant et Gisèle Pineau. Une telle démarche implique la mise en œuvre d'une approche pluridisciplinaire.

De l'objet littéraire à l'étude des représentations en passant par le marketing de contenu et les spécificités du e-commerce, cette recherche propose une contribution à la réflexion sur la commercialisation du roman antillais au moyen d'Internet et la problématique de la réception des textes francophones dans un monde globalisé.



**Stella Cambrone-Lasnes** est maître de conférences en Sciences du langage à l'Université de Franche-Comté. Membre des laboratoires ELLIADD (EA4661) et INALCO-PLIDAM (EA4514), ses recherches actuelles portent sur l'innovation pédagogique, l'éducation au plurilinguisme, les représentations sociales, la littérature postcoloniale et les contacts de langues en contexte caribéen.

..... Collection fondée et dirigée par Julien DENIEUIL .....

Illustration de couverture : Jérémie Corbeau.

ISBN : 978-2-343-11658-7

14 €



Stella CAMBRONE-LASNES

Stella CAMBRONE-LASNES

## Internet, un espace de commercialisation du roman antillais francophone



Internet, un espace de commercialisation du roman antillais francophone



SOCIO-  
ÉCONOMIE  
DE LA CHAÎNE  
DU LIVRE

L'Harmattan