

La symbolique sociale dans
Dans la solitude des champs de
***coton* de Bernard-Marie Koltès**

Présentée par

DR.

ABD EL MONEIM HUSSEIN

Maître de conférences- Faculté des Lettres
- Université de Tanta

**<<...en général plus une chose à dire est importante, essentielle, plus elle est impossible à dire : c'est à dire: plus on a besoin de parler d'autre chose pour se faire comprendre par d'autres moyens que les mots qui ne suffisent plus.
>> B.-M. KOLTÈS (1)**

Introduction.

La littérature a souvent mis en lumière des histoires collectives et des milieux sociaux que l'on connaît mal. Koltès, ce dramaturge français le plus joué dans le monde et qui est mort très jeune atteint du sida, est l'un de ces auteurs qui se sont intéressés à ces vies ignorées et chaotiques et il y puise la matière de ses pièces. Le commerce a toujours existé, mais sa perception et les catégories de personnes qui y participent, ont évolué au cours des temps. Dans ***Dans la solitude des champs de coton***, Koltès traite un cas exceptionnel: le deal.

<< Un deal est une transaction commerciale portant sur des valeurs prohibées ou strictement contrôlées, et qui se conclut, dans des espaces neutres, indéfinis, et non prévus à cet usage, entre pourvoyeurs et quémandeurs, par entente tacite, signes conventionnels ou conversation à double sens- dans le but de contourner les risques de trahison et d'escroquerie qu'une telle opération implique-, à n'importe quelle

**heure du jour et de la nuit,
indépendamment des heures
d'ouverture réglementaires des lieux
de commerce homologués, mais plutôt
aux heures de fermeture de ceux-ci
>> explique Koltès. (2)**

Dans *Dans la solitude des champs de coton* il s'agit donc d'un micro- marché : l'action est centrée sur la négociation commerciale entre deux protagonistes: le Dealer et le Client. Traduite dans une trentaine de langues, cette pièce a suscité de nombreuses études pour savoir en quoi consiste le deal; l'auteur ne nous donne pas les informations nécessaires pour définir l'objet de lutte de façon précise.

Etant donné que l'action se situe dans un contexte économique, la référence à l'œuvre de Pierre Bourdieu nous paraît importante pour décoder à travers le dialogue les intérêts cachés de deux protagonistes, la clé susceptible d'ouvrir le sens enfoui de la pièce. En effet le recours au vocabulaire de l'économie avec les notions d'intérêt et de profit, de marché et d'objet a suscité une interprétation réductrice de cette pièce, on a négligé de montrer l'importance du monde social dans la relation dealer-client. C'est pourquoi il nous paraît intéressant de faire appel à la sociologie pour préciser les rapports de force entre dealer et client; les œuvres de Pierre Bourdieu représentent un point de départ et un outil précieux pour comprendre la nature symbolique des faits économiques dans la pièce de Koltès et la dynamique de la relation entre ses personnages.

Fondements sociaux du deal

En fait l'accord entre Bourdieu et Koltès se porte sur des questions essentielles: la logique des champs chez Bourdieu et de la société chez Koltès repose sur la notion de la force et de la lutte; elle se trouve dans tous les domaines et les niveaux de la société même, si elle suit des moyens et des règles différents. Bourdieu décrit l'espace social comme "**un champ de forces**" et un "**un champ de lutte**". Cette notion de lutte est présente dans l'œuvre de Koltès, elle est le mécanisme de sa production théâtrale où il ne parle que des individus qui s'affrontent.

**<< ... si deux hommes, deux espèces
contraires, sans histoire commune,
sans langage familier, se trouvent par
fatalité face à face [...] il n'existe rien
d'autre entre eux que de l'hostilité- qui
n'est pas un sentiment, mais un acte,
un acte d'ennemis, un acte de guerre
sans motif. >> (3)**

Les personnages de Koltès sont de partout et de toutes sortes, ils n'appartiennent pas à une seule société, ils sont différents par leur destin et leurs origines, et n'ont en commun que le seul fait d'être guidés par les rapports de force.

Comme chez Bourdieu, la relation commerciale dans ***Dans la solitude des champs de coton*** est envisagée comme une relation de lutte, de conflit qui produira un gagnant et un perdant. La notion de dominant-dominé et la situation d'indépendant-dépendant est au cœur de la relation entre le Dealer et

le Client. Aussi assistons-nous à une négociation de plus en plus ardue.

Pour Bourdieu, la société est un espace divisé en champs multiples structurés par des catégories sociales différentes et organisés autour des hiérarchies et des règles propres qu'il appelle l'habitus. Il s'agit d'un

<< système de dispositions durables et transposables qui, intégrant toutes les expériences passées, fonctionnent à chaque moment comme une matrice de perceptions, d'appréciations et d'actions. >> (4)

Ainsi l'intérêt et le choix de chaque homme ne sont pas présentés comme allant de soi, ils ne sont pas posés de façon indépendante, mais les goûts et les préférences de chacun dépendent de la position qu'il occupe dans la hiérarchie sociale. Etant un produit social, chaque individu est doté de capital symbolique: des ressources variées et inégales qui lui sont propres et qui déterminent ses comportements. La notion de capital désigne donc les compétences et les expériences accumulées au cours de notre vie et qui varient selon les champs. Le monde social est présent dans nos activités quotidiennes en général et dans chaque action économique en particulier. Bourdieu nous rappelle qu'il est nécessaire de

<< penser toute pratique, à commencer par celle qui se donne, de la manière la plus évidente et la plus stricte, pour "économique" comme un "fait social total" au sens de Marcel Mauss >> (5)

La relation commerciale serait donc une relation sociale qui fait intervenir des émotions, des normes et des valeurs car elle présente un minimum de réciprocité sociale.

Dans sa pièce, Koltès ne cherche pas à dissocier les comportements et les pratiques de ses personnages de leur essence sociale; au contraire il nous amène à envisager le deal comme un aspect des faits sociaux. Dans ***Dans la solitude des champs de coton***, les conditions sociales de chaque personnage déterminent de façon décisive sa forme de pensée et sa vision du monde; il n'agit pas librement et gratuitement, mais sur la base de ce qu'on lui a appris. Voici le dealer qui se présente lui-même:

<< Je ne suis qu'un pauvre vendeur qui ne connaît que ce bout de territoire où j'attends pour vendre, qui ne connaît rien que ce que sa mère lui a appris; et comme elle ne savait rien, ou presque, je ne sais rien ou non plus, ou presque. >>(6)

Chacun gère la communication envers autrui suivant son éducation et ses dispositions innées. L'histoire et la culture des deux protagonistes sont incorporées dans la transaction commerciale, elles constituent des dispositions et des positions inégales qui orientent leurs comportements. Les deux agents arrivent sur scène avec des caractères prédéterminés à tel point que nous avons le sentiment que toute possibilité d'échange demeure impossible. Ils sont les produits de plusieurs espaces sociaux (famille,

éducation...etc.); dépendants ainsi de leur condition sociale.

Dans cette pièce les hiérarchies sociales ne sont pas provisoirement suspendues. Plus qu'un simple acte d'achat et de vente, la relation entre le dealer et le client devient un symbole de la trajectoire sociale, une configuration entre deux personnages appartenant à deux communautés différentes.

La rencontre entre les deux protagonistes est ici présentée sous deux formes: l'une d'origine économique, l'autre relevant du domaine social. Etant lié à leur origine et leur éducation, l'échange commerciale devient alors une relation à trois représentée par deux hommes auxquels il faut ajouter l'espace social. Ce qui sépare le dealer et le client n'est pas une simple ligne, mais des dispositions différentes et distinctes qui leur confèrent une position du dominant ou du dominé.

La question de la distinction et de la supériorité est déterminée par la typographie: le dealer et le client vivent dans des espaces différents. L'opposition entre eux se manifeste par la métaphore spatiale: le client a des ressources positives (en haut) et le vendeur possède un capital négatif (en bas). L'emploi des termes comme (lumière-noir, centre-marginal) renvoie tendanciellement à une hiérarchie sociale (lumière qualifiant souvent les détenteurs légitimes du pouvoir; et noir, ceux qui sont exclus). Le dealer est un homme qui a un statut social très bas, il provient d'un lieu modeste où vivent des hommes déclassés et des groupes défavorisés de la société; c'est un espace d'insécurité qui favorise la recrudescence des fléaux

tels que le vol, la mendicité et la prostitution. C'est un individu que le client croit inutile du point de vue économique, il l'accuse de ne rester dans la rue que pour demander de l'argent aux passants ou les voler. S'adressant au dealer, le client lui dit:

<< Vous n'êtes pas ici pour le commerce. Plutôt vous traînez-vous là pour la mendicité, et pour le vol [...] Vous êtes pauvre, et vous êtes ici non par goût mais par pauvreté, nécessité et ignorance. >> (7)

Par contre l'appartenance du client à une classe privilégiée empêche toute adhésion à l'univers de clandestinité du dealer. Il possède une culture élevée qui lui permet d'affirmer son rang social. En fréquentant les lieux éclairés et en respectant la loi, il affirme son capital culturel et son appartenance à la classe dominante. Face à la pauvreté et à l'humilité du dealer, il y a l'orgueil du client. Les coutumes dressent autour de lui des barrières infranchissables à l'autre.

Faute d'une référence sociale partagée, ces hommes sont menés à une désertification progressive, ils sont portés à se comparer, au lieu de se compléter. Il s'agit donc d'un conflit entre élite et contre élite (marginal). Le client impose la légitimité de la domination en imposant au dominé de le voir avec son propre regard. Pour Bourdieu, l'échange commercial comme l'échange symbolique est un acte basé sur la perception et l'appréciation. Pour qu'il fonctionne, les deux agents doivent avoir des catégories de perception identiques. Or, le dealer est perçu par le client comme une menace tout en étant le reflet inverse de sa vie; la

représentation négative du dealer résulte de la perception sélective du client qui s'affirme comme supérieur et autoritaire: il se trouve dans la position de déterminer ce qui est beau et bien. L'acte de voir, est celui de se rendre compte de l'existence d'autrui; mais le client évite de le regarder et le croiser, comme s'il n'existait plus dans son champ de perception.

<< LE CLIENT:

Il aurait d'ailleurs fallu que l'obscurité fût plus épaisse encore, et que je ne puisse rien apercevoir de votre visage [...] mais quelle obscurité serait assez épaisse pour vous paraître moins obscur qu'elle? >> (8)

L'obscurité ne relève-t-elle pas du désir d'ignorer la présence d'autrui? L'objectif de la stratégie du dealer tout au long de la pièce est de transformer les schèmes de perception du client dans le but d'abolir le processus de différenciation et instaurer la confiance au sein de la relation commerciale.

L'évolution de cette relation entre les deux protagonistes se développe à travers trois phases caractérisées par des comportements et des orientations différents: l'exploration, la tension et le déclin. La première phase, caractérisée par la recherche d'un compris et d'une possibilité d'échange, est celle de la manipulation.

<<LE DEALER:

[...] un bon vendeur tâche de dire ce que l'acheteur veut entendre, et, pour tâcher de le deviner, il lui faut bien le lécher un peu pour en reconnaître l'odeur. >> (9)

Il sait le flatter en évoquant la notion du prestige, provoquant chez lui une sensation de grandeur; il cherche ainsi à le conduire, sans qu'il ait la moindre idée de sa dépendance. Pour influencer le jugement du client, le dealer recourt à différentes techniques de manipulation comme la sympathie et la persuasion. Il emploie toutes les ruses du marchand et son discours se focalise tout d'abord sur le côté affectif ; des termes tels que (ami aimable, servir) sont inclus dans son approche vers le client.

<< LE DEALER:

[...] je m'approche, moi, de vous, les mains ouvertes et les paumes tournées vers vous, avec l'humilité de celui qui propose face à celui qui achète, avec l'humilité de celui qui possède face à celui qui désire [...] je m'approche de vous comme le crépuscule approche cette première lumière, doucement, respectueusement, presque affectueusement....>>(10)

Pour abolir la distance entre eux, le dealer décide d'être sympathique avec le client; l'amabilité a une influence positive car elle augmente le niveau de

confiance et assure la proximité avec l'autre en limitant ses soupçons. Il cherche ainsi à modifier l'esprit et le comportement de son interlocuteur pour le conduire vers son intérêt personnel. Pour mener à bien sa tâche, le dealer se montre intéressé par le bonheur du client et motivé par le plaisir de le servir, il a plutôt tendance à écouter ses désirs pour pouvoir ensuite satisfaire ses besoins.

La dialectique du désir

En effet le jeu de manipulation du dealer est basé sur le fait de faire croire au client son pouvoir symbolique, il lui donne l'impression de rester libre dans son choix et par conséquent d'être dominant. Mais l'objectif réel de toutes ces procédures est de changer la relation domination-soumission en relation équilibrée, car amener le client à exprimer son désir c'est le pousser à avouer sa faiblesse et son besoin de coopération.

Quand Koltès aborde la question du deal, il pose conjointement celle du désir comme facteur du conflit; c'est le terme clé qui constitue finalement une hantise chez ses personnages: toutes leurs réactions découlent d'un certain désir. Le désir émanant, étymologiquement, du verbe latin desiderare- est la nostalgie d'une étoile, il est souvent vécu comme un manque, un vide à combler, une souffrance: on ne désire que ce qui nous manque. Traduisant notre imperfection, le désir est en même temps à l'origine de la dynamique de notre existence; c'est la force qui nous pousse à agir pour assouvir nos passions et combler ce manque initial. Il ya différentes sortes de désirs visant chacun un objet différent et variant d'une personne à

une autre. Il revêt des formes différentes: envie, souhait, besoin, gloire, ambition.....

Le désir est le fondement de la transaction économique: la condition de la possibilité de l'échange, c'est d'avoir un désir de vendre et d'acheter. Le vendeur ne réalise son but que si sa marchandise est désirée des autres. Commençons alors par une question très simple: **Dans la solitude des champs de coton**, quel est l'objet de désir? Autrement dit, les protagonistes que désirent-ils? Et que cherchent-ils à travers leur désir? Soulignons tout d'abord l'objet indéterminé de leur deal: l'auteur n'en a pas dévoilé le secret. Par cette indétermination Koltès braque la lumière sur la séparation entre le sujet et l'objet de l'échange, entre celui qui échange et ce qui est échangé. Qu'importe ce que vaut l'objet; si les personnages ne le nomment pas explicitement, c'est justement qu'au fond il n'est qu'un prétexte, car le véritable moteur du deal est d'une autre nature: le désir et l'énergie des deux protagonistes sont tournés vers autrui. René Gérard a déjà souligné ce caractère triangulaire du désir: entre le sujet et l'objet, il y a l'autre. << ... **notre désir vient d'autrui. Il est éminemment social...**>> explique –t-il. (11)

Koltès, lui aussi, a pensé la transaction commerciale depuis la perspective de l'altérité, en rendant la relation entre les hommes primordiale à la relation entre le sujet et l'objet. Le désir de ses protagonistes n'est pas purement matériel, mais moral; il n'est pas concret, mais abstrait. Chez Koltès, l'objet n'est pas une chose en soi, mais une représentation mentale qui révèle le sujet désirant

<<LE DEALER:

Devant le mystère il convient de s'ouvrir et de se dévoiler tout entier afin de forcer le mystère à se dévoiler à son tour. >>(12)

Dans *Dans la solitude des champs de coton*, le désir exprime des éléments contradictoires et de valeur opposée: l'expression d'un manque (de la part du dealer) et l'affirmation d'une puissance (de la part du client). Le désir des deux protagonistes n'est donc pas ressenti de la même manière. Le désir du dealer est d'abord l'épreuve d'un manque: accomplir la transaction commerciale constitue le motif de son intégration sociale, un moyen pour se faire valoir et se faire voir.

<<LE DEALER:

[...] dites-moi la chose que vous désirez [...] et je vous la fournirai doucement, respectueusement, peut-être avec affection, puis après avoir comblé le creux et aplani les monts qui sont en nous, nous nous éloignerons l'un de l'autre, en équilibre, sur le mince et plat fil de notre latitude, satisfaits au milieu des hommes et des animaux insatisfaits. >>(13)

Nous nous demandons si nous avons là affaire à un véritable échange et si ce terme n'est pas employé ici dans un sens métaphorique. L'acte de vente prend pour le dealer une charge symbolique car la demande du client confirme sa valeur humaine et abolit toute

distance entre eux. Il modifie les rapports de force car l'échange commercial se présente sous une forme de réciprocité et d'égalité comme le montre Roubine:

<<Il nous faut alors mettre en évidence que dans une économie marchande, les contacts entre les unités économiques privées s'établissent sous la forme d'achat et de vente, sous la forme de l'égalisation des valeurs données et des valeurs reçues, par les unités économiques individuelles dans l'acte de l'échange. L'acte d'échange est un acte d'égalisation. >> (14)

L'échange commercial désigne donc un mouvement réciproque entre deux personnages qui ont des intérêts communs, un mécanisme de coopération sociale durant lequel ils se complètent, un contact humain entre eux. Tout ce qui motive le dealer n'est pas réduit à l'intérêt matériel, le deal n'est qu'un moyen pour satisfaire son désir ultime: le respect et la reconnaissance. L'échange remplit pour lui non seulement la fonction du capital financier mais aussi celle du capital symbolique comme la définit Bourdieu:

<< [...] le capital symbolique, c'est n'importe quelle propriété (n'importe quelle espèce de capital, physique, économique, culturel, social lorsqu'elle est perçue par des agents sociaux dont les catégories de perception sont telles qu'ils sont en mesure de la reconnaître (de l'apercevoir) et de la reconnaître, de lui accorder valeur>> (15)

Le dealer a l'intention de donner et à se payer d'une reconnaissance symbolique qui lui permet une ascension sociale, <<un renvoi d'ascenseur>> comme l'exprime Bourdieu (16). Nous remarquons ici que Koltès recourt à la même image quand le dealer assure au client l'absence de toute motivation défavorable à son égard.

<< LE DEALER:

Vous avez raison de penser que je ne descends de nulle part et que je n'ai nulle intention de monter, mais vous auriez tort de croire que j'en éprouve du regret. J'évite les ascenseurs [...] les ascenseurs en mouvement me chatouillent et j'y perds ma dignité [...]>> (17)

L'ascenseur, qui est la forme concrète soulignant les trajectoires sociales, représente aussi une esthétique de passage social, une transcendance.

Nous pouvons dire que l'enjeu du deal n'est pas le profit matériel, mais ce qui est mis en jeu, c'est le respect et la reconnaissance. Il ya là un désir, un besoin de compensation du manque d'être. Pousser le client à avouer son désir constitue ainsi une action compensatoire, positive, à travers laquelle le dealer affirme son identité en s'affranchissant de toute aliénation. Mais son désir est vécu comme une souffrance, car il est désormais soumis à la volonté de l'Autre dont le refus s'oppose à sa volonté d'existence et de plénitude.

<<LE DEALER:

[...] la vraie et terrible cruauté est celle de l'homme ou de l'animal qui rend l'homme ou l'animal inachevé, qui l'interrompt comme des points de suspension au milieu d'une phrase, qui se détourne de lui après l'avoir regardé, qui fait, de l'animal ou de l'homme, une erreur du regard, une erreur du jugement, une erreur, comme une lettre qu'on a commencée et qu'on froisse brutalement juste après avoir écrit la date.>> (18)

L'échange commercial annonce symboliquement sa quête existentielle, car échanger avec l'Autre est un travail valorisant qui lui donne une fonction et une place dans le monde. Il a besoin de l'Autre pour se construire, pour exister: son plein développement ne peut se réaliser sans sa présence. L'échec de la transaction témoigne de cette pénible incomplétude existentielle du dealer, car il est désigné comme l'échec de l'Etre; il se trouve donc en situation d'affirmation de soi face à celui qui nie toute importance à sa vie en le rejetant dans un vide existentiel. L'originalité de Koltès, comme l'explique Desportes, est de

<< lier les questions qui se posent aux hommes et au monde d'aujourd'hui aux grandes angoisses existentielles de l'homme face à son destin. >> (19)

Ainsi le dealer, dont l'objectif prioritaire est de s'accomplir et de se reconnaître en persuadant le client d'avouer son désir, se heurte à celui du client. Un

autre aspect du désir attire ici notre attention: il se révèle comme une puissance. Ayant compris le désir du dealer comme une agression tournée contre lui pour le dominer et l'exploiter, le client cherche à se libérer de l'impulsion de ce désir pour reprendre sa vie autonome par le renoncement et le détachement. Voir dans le désir une diminution de sa puissance d'agir conformément à sa volonté, le refus d'avouer son désir devient une affirmation de soi et non un asservissement à ses passions démesurées. Le désir est vécu comme une faiblesse et une transgression des normes sociales par lesquelles il se définit.

<<LE CLIENT:

Or sachez que ce qui me répugne au monde [...] c'est le regard de celui qui vous présume plein d'intentions illicites et familier d'en avoir [...] parce que, du seul poids de ce regard sur moi, la virginité qui est en moi se sent soudain violée...>> (20)

Cela ne signifie pas que le client n'éprouve aucun manque, mais il parvient à maîtriser ses désirs. Le regard de l'Autre le diminue et le destitue de sa liberté originelle en le rendant objet de son désir. Nous remarquons ici que le client interprète avec un vocabulaire sartrien cette apparition de l'Autre. **<< ... ma chute originelle, c'est l'existence des autres. >> (21)** Cette rencontre avec l'Autre est comprise au sens purement négatif de chute d'être, car il passe d'une condition privilégiée à une condition qui recèle un malheur fondamental. Il se montre distant pour conserver toute sa liberté de dire non. Le refus est

l'exhibition de son orgueil, de telle sorte qu'il n'aura plus rien à désirer d'autrui; son indifférence n'est plus non-désir, mais désir de soi.

Nous remarquons que le choix du client est caractérisé par un individualisme basé sur un calcul rationnel de l'évaluation du niveau de satisfaction et des bénéfices de toute relation. Il refuse de prendre le pas vers le dealer et de communiquer avec lui parce que ce dernier est incapable de satisfaire ses besoins. Pour lui la qualité de l'objet est première par rapport à toute autre valeur, car l'individualisme, comme le définit Louis Dumont, est fondé sur **<< la primauté de la relation aux choses. >>** (22) Le désir du client est tourné vers l'objet, il appréhende l'échange économique dans son caractère objectif et non subjectif: ce qui compte pour lui, c'est la valeur de l'objet et son prix. Pour lui, toute valeur humaine est exclue car, pour que l'échange soit juste, il faut qu'il y ait une juste évaluation des choses et des services échangés.

Or les sentiments ne sont pas des éléments mesurables et ne peuvent être évalués en termes économiques.

<< [...] la logique de l'échange [...] tend à réduire toute chose à l'état de marchandise achetable et à détruire toutes les valeurs>> explique Bourdieu. (23)

Dans *Dans la solitude des champs de coton*, le client n'intègre pas le côté affectif dans l'échange, car les sentiments et la solidarité ne peuvent pas se convertir en une monnaie d'échange. Pour lui, la seule valeur mesurée est l'argent.

<< LE CLIENT:

Mais les sentiments ne s'échangent que contre leurs semblables; c'est un faux commerce avec de la fausse monnaie, un commerce de pauvre qui singe le commerce. [...] Moi, je n'ai pas de sentiment à vous donner en retour ; de cette monnaie-la, je suis dépourvu...>> (24)

Le client refuse d'engager ce qu'il y a du personnel (sentiments, états d'âme) dans la relation et se situe ainsi au-delà de toute intimité individuelle.

Choisissant une vie bornée et dominée par le règne des objets, du souci de profit et du désir de posséder, le client réduit tout à des comptes à faire et refuse toute relation subjective qui crée des obligations mutuelles entre les hommes. Nous pouvons dire qu'il est le stéréotype de l'homme post-moderne: l'homme calculateur dont le seul objectif est d'augmenter ses profits; et rien d'autre n'existe pour lui. Derrière son souci d'acquérir et de posséder, il y a aussi le mépris des autres: un sentiment de supériorité sur le monde et par conséquent le refus de toute communion symbolique. Pour défendre ses intérêts, il ne s'occupe point des sentiments de l'Autre et piétine les gens autour de lui.

<< LE CLIENT:

**Je veux être zéro. [...] Soyons deux zéros bien ronds, impénétrables l'un à l'autre, provisoirement juxtaposés, et qui roulent, chacun dans sa direction.
>> (25)**

L'économie de la consommation a fait de l'homme un être de désir replié sur la sphère privée du soi et a provoqué la perte du sens collectif. Le refus du client peut donc être compris comme une exclusion volontaire du jeu de sociabilité; sa solitude résulte d'un processus voulu et non-pas subi. Comme l'a déjà expliqué Jean-François Lyotard: la postmodernité est caractérisée par le

<< passage des collectivités sociales à l'état d'une masse composée d'atomes individuels lancés dans un absurde mouvement brownien. >> (26)

Cette société individualiste dominée par l'intérêt individuel et le primat de l'objet entraîne une montée de la violence car celle-ci se réalise en l'absence de tout lien entre l'individu et les autres.

La violence symbolique.

Dans *Dans la solitude des champs de coton*, Koltès aborde l'échange économique comme manifestation de l'un des visages de la violence. Le conflit en question est issu d'un choc des contradictions opposant deux personnages aux intérêts divergents: la violence est contenue dans le sentiment d'abandon que ressent le dealer; elle réside aussi dans le désir de repli sur soi du client. Les deux protagonistes se montrent enclins à l'affrontement, car leur rencontre est

caractérisée par la méfiance: chacun croit que l'autre a des intentions et des motivations méchantes à son égard.

Mais la violence n'est pas toujours brutale, physique, elle est aussi verbale. Dans cette pièce elle est plus suggérée dans le langage qu'amenée par l'action; elle est absente en tant qu'action mais présente en tant qu'état. C'est à travers un discours conflictuel que les deux protagonistes annihilent toute possibilité d'échange entre eux.

<< [...] la parole est l'action: le fait même de parler constitue l'action de la pièce>> explique Jean-Pierre Ryngaert. (27)

Mais nous remarquons ici que le discours est un moyen par lequel ils s'affrontent, non pas pour arriver au bout du conflit qui les oppose, mais pour s'entredéchirer et se détruire.

Dans ce combat, chacun a ses armes et personne n'a l'intention de céder aux coups de l'autre. La démarche du dealer consiste à placer son adversaire en situation d'incertitude, tandis que l'effort du client se traduit par un affaiblissement considérable de la position de son adversaire en le faisant perdre toute patience.

<< LE DEALER:

[...] je tiens ma langue comme un étalon par la bride pour qu'il ne se jette pas sur la jument, car si je lâchais la bride, si je détendais légèrement la pression de mes doigts et la traction

**de mes bras, mes mots me désarçonneraient moi-même et se jetteraient vers l'horizon avec la violence d'un cheval arabe qui sent le désert et que plus rien ne peut freiner.
>> (28)**

Chacun des deux protagonistes recourt à ses ressources symboliques pour mettre l'autre en position de faiblesse permanente. Leur violence revient aux notions de distinction et de distance sociale au sens de l'impossibilité de se rencontrer et de s'apprécier; elle renvoie plus à l'anéantissement moral plutôt qu'à l'élimination physique.

<< Les forces du champ [économique] orientent les dominants vers des stratégies qui ont pour fin de redoubler leur domination, explique Bourdieu. C'est ainsi que le capital symbolique dont ils disposent [.....] leur permet de recourir à des stratégies destinées à intimider leurs concurrents. >> (29)

Les paroles des protagonistes sont empreintes de différents types de l'évolution d'un conflit: le discours initial du simple refus de soumission s'est progressivement mue en paroles injurieuses avant d'arriver à l'incitation de la violence physique. Le refus catégorique du client contribue au durcissement du discours qui se nourrit désormais d'un langage populaire et obscène relevant souvent du registre de la sexualité. Nous avons des mots comme "bordel" "cul" "putain"... "chien" etc. Cette dégradation du discours

des protagonistes en des propos grossiers laisse transparaître la chute de l'homme qui prend le masque de l'animalité. Le caractère bestial de ces personnages est annoncé dès l'ouverture de la pièce.

<< LE DEALER:

C'est pourquoi je m'approche de vous, malgré l'heure qui est celle où d'ordinaire l'homme et l'animal se jettent sauvagement l'un sur l'autre [...]>> (30)

Il est difficile de rester humain lorsqu'on cherche son propre désir. Ces personnages ont choisi de devenir inhumains et agressifs pour satisfaire leur désir car, celui-ci implique leur bonheur individuel. Chacun essaye d'exploiter ses semblables et d'écraser les plus faibles. Le profit égoïste est devenu le seul fondement des rapports humains et de la vie sociale; on se livre pour le réaliser à toute sorte de bassesse. Ces hommes n'hésitent pas à donner libre cours à leurs désirs les plus bas pour parvenir à une satisfaction socio-économique. L'homme n'est plus un frère, mais il revêt le caractère d'une proie, d'une victime qu'on cherche à dépouiller. L'homme quand il descend à de telles extrémités, régresse vers l'animal.

<< Le champ économique se distingue des autres champs en ce que les sanctions y sont spécialement brutales...>> précise Bourdieu. (31)

Lorsqu'un accord final sera impossible, les rapports de force symbolique deviennent désormais des rapports de force physique, le client et le dealer arrêtent la discussion car ils n'arrivent pas à s'entendre en

trouvant un moyen terme entre les exigences de l'un et de l'autre. C'est à partir de là que peut s'enclencher la vraie lutte.

Conclusion

Dans *Dans la solitude des champs de coton*, nous pouvons dire que le discours économique n'est qu'un prétexte pour décrire les rapports sociaux qui règlent la vie quotidienne; cette pièce est encadrée d'enjeux et de mécanismes qui ne peuvent en aucun cas se réduire à l'aspect économique. L'originalité de Koltès tient donc dans l'explication du social par l'économique, de décrire et de penser la société contemporaine en des termes économiques de profit et d'intérêt. Le marché (deal) comme un enjeu donné autour duquel se présente un ensemble de relations sociales, permet à Koltès de dénoncer les préjugés enracinés en nous et les normes qui résistent au changement.

En s'appuyant sur une analogie avec les lois du marché, Koltès a mis l'accent sur les rapports de force de la société capitaliste qui autorise et favorise les visions calculatrices et matérielles; la solidarité et la coopération n'y ont pas de place. Cette pièce nous présente donc l'image d'une vie assez dure et sans pitié, une vision du monde pessimiste qui fait de la domination et de la lutte des données fondamentales et irréductibles de la vie humaine. Il s'agit d'une dualité insurmontable, d'une tragédie du lien social. La relation entre les hommes dans la société contemporaine reste celle de la distance, de la discontinuité et du calcul.

Notes

- 1-KOLTES, Bernard-Marie, **Lettres**, Paris, Les Editions de Minuit, 2009, p.209
- 2- Id., **Dans la solitude des champs de coton**, Paris, Les Editions de Minuit, 1990, p.7
- 3- Id., **Prologue**, Paris, Les Editions de Minuit, 1991, pp.122-123
- 4-BOURDIEU, Pierre, **Esquisse d'une théorie de la pratique**, Paris, Seuil, 2000, p.261
- 5-Id., **Les structures sociales de l'économie**, Paris, Seuil, 2000, p.11
- 6- KOLTES, Bernard-Marie, **Dans la solitude des champs de coton**, Op.cit, pp.46-47
- 7- Ibid., p.51
- 8-Ibid., p.14
- 9- Ibid., p.47
- 10-Ibid., pp.9-10
- 11- GIRARD, René, **Celui par qui le scandale arrive**, Paris, Desclée de Brouwer, 2001, p.19
- 12- KOLTES, Bernard-Marie, **Dans la solitude des champs de coton**, Op.cit., p.48
- 13- Ibid., p.12
- 14- ROUBINE, Isaac, **Essais sur la théorie de la valeur de Marx**, Paris, Maspero, 1977, p.127
- 15- BOURDIEU, Pierre, **Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action**, Paris, Seuil, 1994, p.116
- 16- Id., << **Et pourtant**>> Liber, Revue internationale des Livres, Paris, no.25 décembre 1995

- 17- KOLTES, Bernard-Marie, ***Dans la solitude des champs de coton***, Op.cit., p.16
- 18-Ibid., p.31
- 19- DESPORTES, Bernard, ***Koltès- la nuit, le nègre et le néant***, Charlieu, La Bartavelle éditeur, 1993 P.130
- 20- KOLTES, Bernard-Marie, ***Dans la solitude des champs de coton***, Op.cit., PP.19-20
- 21- SARTRE, Jean-Paul, ***L'être et le néant***, Paris, Gallimard, coll. Tel, 1976, p.321
- 22- DUMONT, Louis, ***Homo aequalis***: Genèse et épanouissement de l'idéologie économique, Paris, Gallimard, 1976, p.82
- 23- BOURDIEU, Pierre, ***Le champ économique***, Actes de la recherche en sciences sociales, volume119, n.119, 1997, p.51
- 24- KOLTES, Bernard-Marie, ***Dans la solitude des champs de coton***, Op.cit., PP.49-50
- 25- Ibid., p.52
- 26- LYOTARD, Jean-François, ***La condition postmoderne***. Rapport sur le savoir, Paris, Les Editions de Minuit, 1979, p.31
- 27- RYNGAERT, JEAN- Pierre, ***Introduction à l'analyse du théâtre***, Paris, Bordas, 1991, p.90
- 28- KOLTES, Bernard-Marie, ***Dans la solitude des champs de coton***, Op.cit., p.21
- 29- BOURDIEU, Pierre, ***Le champ économique***, Op.cit., p.58

30- KOLTES, Bernard-Marie, ***Dans la solitude des champs de coton***, Op.cit., pp.9-10

31- BOURDIEU, Pierre, ***Le champ économique***, Op.cit., p.51

Bibliographie

I-Œuvre de B.-M. Koltès

- ***Dans la solitude des champs de coton***, Paris, Les Editions de Minuit, 1990

- ***Prologue et autres textes***, Paris, Les Editions de Minuit, 1991

-***Lettres***, Paris, Les Editions de Minuit, 2009

II- Ouvrages critiques consacrés à B.-M. Koltès

-BIDENT, Christophe, SALADO, Régis et TRIAU, Christophe, ***Voix de Koltès***, Paris, Carnets Séguier, 2004

- DESPORTES, Bernard, ***Koltès- la nuit, le nègre et le néant***, Charlieu, La Bartavelle éditeur, 1993

-GIRRKINGER, Irene, ***La solitude à deux. La pièce Dans la solitude des champs de coton de Bernard-Marie Koltès et ses réalisations scéniques par Patrice Chéreau***, Frankfurt am Main, Peter Lang, 2001

-MOUNSEF, Donia, ***Chair et révolte dans le théâtre de Bernard-Marie Koltès***, Paris, L'Harmattan, 2005

- PETIT JEAN, André, ***Koltès : la question du lieu*** : actes des Premières Rencontres internationales Bernard-Marie Koltès organisées par les Bibliothèques-Médiathèques de Metz, Metz CRESEF, 2001.

-UBERSFELD, Anne, ***Bernard-Marie Koltès***, Paris, Actes Sud, 1999

III- Œuvre et articles de Pierre Bourdieu

- ***Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action***, Paris, Seuil, 1994
- << ***Et pourtant***>> in Liber, Revue internationale des Livres, Paris, no.25 décembre 1995
- <<***Le champ économique***>> in Actes de la recherche en sciences sociales, volume119, n.119, 1997
- ***Esquisse d'une théorie de la pratique***, Paris, Seuil, 2000
- Les structures sociales de l'économie***, Paris, Seuil, 2000

IV- Ouvrages critiques généraux

- DUMONT, Louis, ***Homo aequalis***: Genèse et épanouissement de l'idéologie économique, Paris, Gallimard, 1976
- GIRARD, René, ***Celui par qui le scandale arrive***, Paris, Desclée de Brouwer, 2001
- LYOTARD, Jean-François, ***La condition postmoderne***. Rapport sur le savoir, Paris, Les Editions de Minuit, 1979
- ROUBINE, Isaac, ***Essais sur la théorie de la valeur de Marx***, Paris, Maspero, 1977
- RYNGAERT, JEAN- Pierre, ***Introduction à l'analyse du théâtre***, Paris, Bordas, 1991
- SARTRE, Jean-Paul, ***L'être et le néant***, Paris, Gallimard, coll. Tel, 1976