

---

## Prix littéraires, du meilleur livre aux meilleures ventes : mutations prescriptives d'une usine à best-sellers

Sylvie Ducas

---



### Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/fixxion/12357>  
DOI : 10.4000/fixxion.12357  
ISSN : 2295-9106

### Éditeur

Ghent University

### Édition imprimée

Date de publication : 15 décembre 2017  
ISSN : 2033-7019

### Référence électronique

Sylvie Ducas, « Prix littéraires, du meilleur livre aux meilleures ventes : mutations prescriptives d'une usine à best-sellers », *Revue critique de fixxion française contemporaine* [En ligne], 15 | 2017, mis en ligne le 15 décembre 2017, consulté le 21 août 2023. URL : <http://journals.openedition.org/fixxion/12357> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/fixxion.12357>

---

Ce document a été généré automatiquement le 21 août 2023.



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International  
- CC BY-NC-ND 4.0  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

---

# Prix littéraires, du meilleur livre aux meilleures ventes : mutations prescriptives d'une usine à best-sellers

Sylvie Ducas

---

Il n'y a pas de classement de l'univers qui ne soit arbitraire et conjectural. La raison en est très simple : nous ne savons pas quelle chose est l'univers. Borges, *Autres Inquisitions* (1952)

- 1 “Le malheur veut que la plupart des listes aujourd’hui sont des palmarès : il n’y a que les premiers qui existent ; depuis longtemps déjà les livres, les disques, les films, les émissions de télévision ne sont considérés qu’en fonction de leur place au box-office (ou au hit-parade)...”[1].
- 2 Georges Perec ne pourrait mieux pointer la spécificité du type de classement de best-sellers étudié dans ces pages : les palmarès de prix littéraires [2], ces listes qui “ne sont pas ordonnées, ni alphabétiquement, (...) ni logiquement” [3], mais chronologiquement, dans un rituel de la désignation du “meilleur” livre de l’année.
- 3 Le dispositif médiatico-publicitaire des prix crée à tout coup des best-sellers [4] : en amont, de véritables embrayeurs de best-sellerisation – la rentrée littéraire orchestrée par les éditeurs et les sélections inventées par les jurys – sont les rampes de lancement d’une compétition dont la désignation bruyante et les palmarès clinquants sont, en aval, les derniers agents de best-sellerisation qu’un tel dispositif permet d’étudier, avant que les ouvrages primés n’entrent dans les listes de meilleures ventes des journaux.
- 4 Mais c’est sous l’angle de la prescription culturelle que l’on entend surtout interroger cette usine à best-sellers. D’abord, parce que la période du corpus étudié – la fiction de langue française depuis les années 1980 – coïncide avec l’essor des industries culturelles et l’articulation désormais établie entre valeur littéraire et valeur marchande et que

l'institution des prix littéraires y trouve une place de choix à désigner et recommander des livres pour qu'ils se vendent en nombre, entre distribution de lauriers (d'auteurs lauréats) et distribution de marchandises (de livres primés à diffuser en masse)[<sup>5</sup>].

- 5 Ensuite, parce que ce concept de prescription – au cœur du dispositif des prix –, très négligé par les sciences humaines et sociales [<sup>6</sup>], mérite qu'on en souligne toute la complexité : à l'ère de la pléthore éditoriale et de l'hyperchoix qui appellent des instances de tri et de sélection, les jurys littéraires sont devenus des tribunes prescriptives incontournables, mais la montée en puissance des expertises amateurs et la médiamorphose numérique reconfigurent le geste et le discours de la prescription[<sup>7</sup>] dans des formes qui agissent – c'est notre hypothèse – sur l'objet du best-seller lui-même, les représentations que l'on s'en fait, sa définition et ses contenus, comme sur les tribunes qui le légitiment et le recommandent.
- 6 Que devient dès lors le best-seller créé par les prix dans un tel écosystème concurrentiel ?

## Prix littéraire, best-seller à lauriers

- 7 Il va de soi que le prix littéraire est un best-seller par les ventes colossales [<sup>8</sup>] qu'automatiquement il génère et le classement récurrent des lauréats des grands prix d'automne, surtout du Goncourt, dans les premières places des listes des meilleures ventes qui fleurissent dans les magazines. Toutefois, l'intérêt de ces best-sellers réside davantage dans le processus qui les fait advenir que dans son résultat marchand.
- 8 Dès l'origine, au début du XXe siècle, les prix littéraires sont vendeurs [<sup>9</sup>]. Un Goncourt franchit la barre des “cent mille” dès les années 1930 et celle des 200 000 dans les années 1950 [<sup>10</sup>], époque où le mot, importé des États-Unis dès 1934, s'impose en France [<sup>11</sup>], et où la récupération par les éditeurs et les médias friands se renforce des polémiques qu'ils suscitent [<sup>12</sup>]. Ils sont remis par ces instances de consécration littéraire issues de traditions mondaines et cénaculaires lointaines qui ont le “sacre de l'écrivain” et la légitimation littéraire pour héritage. Par la désignation annuelle de lauréats, la cooptation et le jugement des pairs, ils transcendent aux yeux des publics néophytes ce sur quoi l'institution littéraire se fonde – l'autorité des jurys, la compétition des auteurs, la concurrence des éditeurs [<sup>13</sup>]. Sans jamais afficher les valeurs présumées qui président aux choix, les prix trouvent dans les palmarès respectifs qu'ils établissent au fil du temps la forme sublimée d'une excellence ou d'un mérite qu'incarne la liste des auteurs laurés qui s'y succèdent. Ces listes classées de manière à la fois chronologique (date), nominale (nom de l'auteur et titre du livre), éditoriale (nom de l'éditeur), font office de cote, de dispositif de classement dans l'espace de la production littéraire et le temps de l'histoire du contemporain littéraire, de triage et de consécration des “meilleurs” dont la portée prescriptive fait toute la force, d'autant qu'elle joue de la confusion entre auteur et livre (consacre-t-on un écrivain ou reconnaît-on la qualité d'un livre ?), du sacre (auctorial) et du label (éditorial).
- 9 Mais on le sait depuis Perce, “... rien ne semble plus simple que de dresser une liste, en fait c'est beaucoup plus compliqué que ça n'en a l'air : on oublie toujours quelque chose, on est tenté d'écrire *etc.*, mais justement, un inventaire, c'est quand on n'écrit pas *etc.*”[<sup>14</sup>]. Pour cultiver le prestige de la liste, l'institution des prix littéraires a imaginé une fabrique à best-sellers bien rodée : elle recouvre l'arbitraire, la myopie et

l'hétérogénéité des choix liés à leur immersion sans recul dans la littérature immédiate en train de s'écrire, en étirant et sublimant par le palmarès le temps plus prosaïque des nouveautés et succès de librairie dans lesquels piochent les jurys. Et comme "classer, c'est penser"<sup>[15]</sup>, ces listes chronologiques écrivent aussi tout un discours symbolique sur les temps passé, présent et futur de la littérature contemporaine et de ses écrivains, un "ça a été" qui prépare un "ça sera toujours" fondé sur les palmes de l'auteur et la jaquette annuelle à bandeau rouge de son livre<sup>[16]</sup>. En ramenant le temps de la littérature à une chronologie des meilleurs, les jurys littéraires court-circuitent ainsi le temps effréné des rotations de titres trop vite voués au pilon inhérent aux industries culturelles tout en lissant la représentation normée d'une littérature "mode d'emploi", "moyenne" <sup>[17]</sup>, lisible par le plus grand nombre, que perpétuent les prix. Cette objectivation d'une certaine idée de la littérature et de son histoire est une "mise en ordre du temps selon la succession des faits" <sup>[18]</sup> fondée, en fait, sur l'*illusio* d'une filiation ou généalogie littéraire inscrite dans ce panthéon miniature qu'est le palmarès, et sur un acte de nomination de ce qui doit être lu. Ce dernier transcende une actualité (le choix du meilleur livre de l'année) en une histoire littéraire mineure puisqu'elle se résume à un échelonnement de livres censés compter <sup>[19]</sup>, qui s'égrènent comme des figures déclinées en série sur une toile de Warhol, mais sans accéder au temps long des manuels scolaires et des anthologies. En ce sens, le palmarès est bien une condition du best-seller à lauriers et non sa simple résultante.

- 10 Selon Michel Foucault, le paradigme de la "mise en visibilité" a toujours induit, dans l'histoire de la pensée, des classifications <sup>[20]</sup>. Appliquée aux prix littéraires, la nomination des meilleurs s'inscrit dans une histoire de l'élitisme littéraire qui, de l'académisme d'Ancien Régime <sup>[21]</sup>, de "l'élite artiste" <sup>[22]</sup>, jusqu'à l'élitisme médiatique <sup>[23]</sup> de nos sociétés du spectacle, a ce droit d'entrée en visibilité pour moteur, au sens médiatique du terme, cette fois. Mais elle sert plus que jamais aujourd'hui de baromètre du lisible dans la jungle des titres où l'on se perd à défaut de repères. Pour rationaliser ce fourbi, elle use en amont d'outils précieux de régulation : la rentrée littéraire et les sélections. La première est cet incubateur de littérature lançant des centaines de nouveautés à chaque mois de septembre <sup>[24]</sup>, dont une cinquantaine, repérée par la critique, sera en lice pour les très convoités prix de fin d'année. Héritée des fêtes révolutionnaires <sup>[25]</sup> ou républicaines qui ordonnent le temps ordinaire et règlent le rythme de la vie sociale, elle a été récupérée et "vitrifiée" <sup>[26]</sup> par le marketing éditorial qui distribue l'année éditoriale en saisons, avec (pour ce qui concerne les prix) une rentrée de janvier qui s'ajoute à celle de septembre. Un rendez-vous du livre et de la lecture est ainsi institué et pérennisé depuis les années 1970-80 <sup>[27]</sup>, qui crée une attention et une incitation à lire grâce auxquelles certains livres mis au pinacle vont asseoir le matelas de ventes des futurs best-sellers qu'ils seront.
- 11 Les sélections, initiées par Hervé Bazin dans les années 1970 <sup>[28]</sup>, sont d'autres listes publiées dans la presse entre septembre et novembre pour "élargir l'audience du roman"<sup>[29]</sup> et étendre "l'effet Goncourt" à un plus grand nombre d'ouvrages ; elles visaient à résister au "règne absolu des 'cotes de livre' des journaux, établies d'après leur vente, c'est-à-dire sur le principe de l'applaudimètre" <sup>[30]</sup>. Paradoxalement, c'est l'inverse qui prévaut : imitées par tous les jurys littéraires dès les années 1980, elles sont devenues ces vitrines pour *bookmakers* médiatiques, ces "accélérateurs de particules" <sup>[31]</sup> préfigurant, voire "prédisant" <sup>[32]</sup>, l'inscription dans les listes des meilleures ventes <sup>[33]</sup>. Car "l'effet sélection" est à lui seul un incubateur de ventes dans

un dispositif consacrant rarement, du coup, des livres qui ne soient pas déjà *a minima* des succès de librairie.

- 12 On le voit, le best-seller à lauriers est bien une affaire de liste et de classement qu'on retrouve à chaque étape du cursus d'un auteur lauréat vers le succès à la fois littéraire et commercial : compétition (sélections), consécration (palmarès), promotion et diffusion (liste des meilleures ventes). Un ordre instauré dans le désordre de la pléthore éditoriale, en somme.
- 13 Pour autant, le best-seller qu'est le prix littéraire n'est pas un facteur de canonisation littéraire et la marque d'excellence qu'il incarne ne sort pas du champ de la consécration mineure. Un prix n'érige pas au rang de modèle, il s'oublie ; un Goncourt ou un Médicis ne canonise pas à la façon d'un Nobel, il labellise [34]. Situé sur une échelle du temps (court), de l'espace (national) et des valeurs (romanesques), il ne répond pas à ce "besoin de classique" dont parle Viala [35] et fait rarement consensus. Il partage pourtant avec lui la faculté de répondre à un besoin d'excellence et de reconnaissance littéraires qui engage la question de la réception [36] et du jugement, esthétique ou critique, activés par ces tribunes du "meilleur livre". En ce sens, le best-seller pose avant tout la question de sa lecture et ne serait pas tant le livre qui se vend le mieux que le livre qui se lit le plus. Car la vente d'un livre n'est encore qu'une lecture à crédit ; le livre qui plaît est celui qu'on ne lâche pas une seconde. Or l'engouement des lecteurs pour les best-sellers se mesure en bibliothèque par le fait que ces livres ne rejoignent jamais les rayonnages et ne connaissent que le chariot de prêts. D'où, dans le cas du prix littéraire, toute une "économie du prestige"[37] qui œuvre à la captation de ce lectorat de masse et cherche à lui donner envie de lire.

## Une économie ostentatoire du prestige

- 14 En aval de l'attribution du prix, l'hypermédiatisation est un amplificateur de succès et de best-sellerisation déjà à l'œuvre en amont. J'ai étudié ailleurs cette dramaturgie de la prescription littéraire des grands prix d'automne, avec ses piles de livres à bandeau rouge et sa forêt de micros et de flashes, la liturgie de la consommation littéraire qui se joue sur les scènes consécatoires des prix [38] entre enthousiasme et injonction, les lauréats interchangeables transmués en icônes éphémères sur papier glacé. La prescription s'y fait hyperbolique et injonctive, dans la logique verticale du verdict d'experts et du jugement des élites lettrées. Une autre étude [39] consacrée aux scénographies audiovisuelles a pointé combien l'événementiel y occupait une place de choix et reconfigurait la scène de la consécration en arène de vedettariat littéraire. Le best-seller s'y construit dans une événementialité narrativisée, dramatisée, empruntant volontiers ses métaphores aux accents gracquiens [40] aux domaines de la compétition sportive ou hippique ; elle aime le suspense et la polémique, la cohue et les lauréats surprise. Mais depuis la fin des années 2000, les portes ne claquent plus, les démissions de jurés ont disparu [41] en même temps que le débat sur la valeur littéraire des choix qui créait autrefois polémique [42]. Pour légitimer le prix, les émissions littéraires se sont raréfiées au même rythme que les pages livres ou culture ont fondu dans les magazines et les journaux. La consécration a mué, s'est trivialisée, à mesure que les publics se sont décomplexés à l'égard du littéraire et que le livre a été concurrencé par d'autres biens culturels. Signe de l'intériorisation des logiques marchandes inhérentes aux industries culturelles, les compétitions d'éditeurs ne

choquent plus <sup>[43]</sup> ; la littérature et les auteurs désormais se consomment, solubles dans le marché, et l'économie du prestige n'a plus le sacre de l'écrivain pour objet. Dans ce nouvel écosystème, le prix littéraire apparaît comme un instrument de négociation des transactions entre la culture, l'économie, le politique et le social <sup>[44]</sup>.

- 15 La diversification et l'inflation des prix littéraires ont par ailleurs démultiplié les lieux de légitimation, mais en déplaçant le curseur de la consécration auctoriale vers l'économie du label <sup>[45]</sup>. Car si les tribunes démocratiques des prix de lecteurs profanes se sont construites dès les années 1970 dans l'adhésion euphorique à la démocratisation culturelle et dans la contestation de prytanées des jurys d'automne jugés élitaires et corrompus, la best-sellerisation y reste la même et les prix des médias, nés pour concurrencer les circuits académiques traditionnels, sont vendeurs eux aussi<sup>[46]</sup> – surtout pour le capital symbolique qu'ils engrangent à être, cette fois, l'expression d'une *allodoxia* culturelle en marge des luttes et des intérêts du monde littéraire. Cette concurrence des expertises profanes a des vertus : elle favorise l'émergence de scènes consécatoires aux allures d'agoras de grands lecteurs fondées sur l'incitation à la lecture et le plaisir de lire, à une époque où le recul du livre dans les pratiques des jeunes et le déclin des grands lecteurs sont en marche<sup>[47]</sup>. Qu'elle émerge dans les années 1970 n'est pas un hasard : époque contestataire qui, dans le remous de mai 68, supprime la distribution des prix dans les écoles, dénonce la corruptibilité des jurys, elle préfigure “l'État culturel” de Jack Lang des années 1980, la démocratisation culturelle et la lecture pour tous *via* ses festivals, ses salons et ses foires, la loi sur le prix unique du livre, le soutien des pouvoirs publics à tout ce qui peut favoriser la “fureur de lire”, donc la défense des libraires et éditeurs, et l'industrie culturelle qu'est devenue le livre <sup>[48]</sup>.
- 16 Dans les années 1990-2000, ces prix littéraires se développent et confirment l'entrée dans l'ère du lecteur roi capté par des enseignes marchandes cherchant à optimiser leur capital symbolique en devenant des mécènes littéraires : prix Goncourt des lycéens en 1988, prix RTL-Lire en 1992 <sup>[49]</sup>, prix France-Télévision en 1995, prix Orange en 2009... Cette poussée des médias dans le champ de la consécration littéraire est le signe tangible du déplacement des enjeux du best-seller par le prix vers l'adaptation à la demande du grand public. Dans le même temps, le système des prix se régule par une multitude de prix mineurs initiés par des professionnels du livre (libraires et bibliothécaires) dans une logique de conseil indissociable du souci de préserver une médiation littéraire de qualité. Ces prix ne sont pas vendeurs mais interagissent avec les autres sur la ligne de faille instable qui sépare la littérature de production restreinte et la littérature de grande production.
- 17 Cette démultiplication des prix populaires ouvre aussi le champ des éditeurs en lice et oblige les jurys traditionnels à moraliser leurs pratiques et à ne plus être de façon aussi criarde acquis aux intérêts éditoriaux de grosses maisons. Si “Galligrasseuil” a largement écrasé les palmarès des prix d'automne des décennies durant, et Gallimard tiré la part du lion d'un tel dispositif depuis son émergence, l'analyse des palmarès entre 1980 et 2016 pointe des marqueurs forts d'une transformation. “Galligrasseuil” continue de dominer le palmarès des prix d'automne, mais l'entrée en force de nouveaux éditeurs est manifeste : Albin Michel, POL, Stock, Minuit et Flammarion. Les prix alternatifs <sup>[50]</sup>, eux, confirment la domination d'une courte tête de “Galligrasseuil”, talonné par Actes Sud, Albin Michel, POL, Laffont, Lattès, L'Olivier, Minuit. Mais c'est surtout le droit d'entrée élargi à une multitude d'éditeurs jusque-là exclus de la

compétition qui est frappant : des éditeurs grand public (Belfond, Anne Carrière, De Fallois...), de petits éditeurs (Verticales, Zulma, Phébus, Le Passage, Joëlle Losfeld...), des éditeurs dont le catalogue est diversifié et ne se limite pas à la littérature générale.

- 18 On peut voir toutefois dans cette atomisation éditoriale le signe d'une logique de best-sellerisation qui gagne du terrain dans les stratégies des éditeurs, petits et grands, et de jurys qui n'hésitent plus à décerner leurs lauriers à des auteurs de best-sellers déjà avérés : le Grand prix de l'AF à Amélie Nothomb (1999), le Renaudot de David Foenkinos (2014) et celui de Delphine De Vigan l'année suivante, les Interallié (2005) et Goncourt (2010) de Michel Houellebecq en sont les exemples les plus saillants.
- 19 Dans un marché risqué et une industrie de prototypes, l'importance généralisée conférée par les éditeurs aux prix littéraires tient donc d'une concurrence fondée sur la marque-auteur plus que sur la marque éditoriale, qui se joue du côté des compétitions ouvertes par "les instances de production de la renommée"<sup>[51]</sup> : critique, magazines et journaux, librairies, linéaires des supermarchés et prix littéraires. Ces derniers sont devenus des labels de qualité aussi rouges que les bandeaux de prix, sur lesquels, depuis les années 1980-90, les éditeurs se positionnent dans le but de propulser des auteurs-marques <sup>[52]</sup>, en faisant vendre massivement sur un nom (le label Goncourt ou Médicis) pour en vendre un autre (l'auteur primé et son livre), dans un mouvement de rationalisation éditoriale qui n'épargne pas les petits éditeurs.
- 20 Mais ces prix de lecteurs à jurys tournants préfigurent surtout la poussée de la prescription amateur, avant même qu'Internet en soit le théâtre. De multiples prix alternatifs fleurissent, en effet, dans les années 1970-80 : les prix de "mauvais genres" ou de "médiacultures"<sup>[53]</sup> (BD, polar, littératures de l'imaginaire<sup>[54]</sup>) légitiment des genres longtemps dévalués car associés à une production industrielle souvent sérielle et renvoient aux communautés de fans, au "fandom" et aux festivals<sup>[55]</sup> qui les réunissent. Ces prix n'ont pas la best-sellerisation pour moteur en ce que l'explosion des ventes dans ces genres boudés par les instances de prescription traditionnelle suffit à en faire déjà des arènes de best-sellers convoitées par les acteurs du marché du livre. Dans l'héritage de la culture anglo-américaine des *pulps*, des *fanzines* et des *comics* née avec le XXe siècle, ils proposent une prescription radicalement inédite, horizontale, liée à des univers partagés par des publics passionnés. Ils ne remettent pas en cause le système classique des prix, mais en agglomèrent de nouveaux sur d'autres segments de la production littéraire. Ils n'entrent donc pas directement en concurrence avec les premiers, sinon qu'ils sont aujourd'hui majoritairement consommés, notamment par le public *young adult*, celui-là même qui délaisse de plus en plus la littérature générale de langue française <sup>[56]</sup> et constitue les grands bataillons des lectures ordinaires.

## Échelle de grandeur : prix littéraire, un best-seller concurrencé par d'autres

- 21 Si la réalité du best-seller est d'être le livre le plus lu et qui plaît le plus, même si l'enjeu éditorial est qu'il soit le plus vendu, l'émergence et l'essor fulgurant d'Internet reconfigurent les formes de sa prescription. Les réseaux sociaux y jouent un rôle inédit de remédiation, non seulement en offrant des formes nouvelles de prescription s'ajoutant aux anciennes, mais aussi en quadrillant l'événement du prix et en communiquant sur lui avant, pendant et après son attribution. Dans le cas d'un prix, les médias traditionnels (radios, TV, presse écrite) trouvent leur communication amplifiée

par cette chambre d'échos d'un post de blog, d'un tweet, d'une page Facebook, d'une photo d'Instagram ou d'une plateforme de lecture comme Babelio [57]. Cette chaîne de remédiations du livre primé, dont tous les éléments ne sont pas nécessairement consultés mais tous consultables, accroît de manière virale, en un bouche à oreille virtuel d'une redoutable efficacité, le potentiel de best-sellerisation du livre, mais sans être l'exclusive des seuls prix littéraires et en investissant d'autres tribunes. Certains éditeurs ne s'y trompent pas : en partenariat avec le réseau social Babelio, à l'occasion du seuil franchi des 100 000 fans comptabilisés sur leur page Facebook, les éditions Gallimard ont créé en 2015 le prix des lecteurs Gallimard prescrivant les auteurs maison. Un signal fort d'une mue de la prescription littéraire : l'éditeur peut directement contrôler la recommandation de sa production en transformant sa cible (les lecteurs) en agent de sa prescription. Pour comparaison, le prix Balzac lancé par Bernard Grasset dans les années 1920 pour primer les ouvrages de sa propre maison n'avait pas résisté au tollé général suscité par un prix d'éditeur violant le jeu du jugement littéraire. Et nul hasard si aujourd'hui ce prix d'éditeur lancé par Gallimard a vu ainsi récompensés les deux lauréats Goncourt de la maison, Kaddour en 2015 et Slimani en 2016, relançant ainsi en janvier les ventes de ces deux best-sellers de novembre, tout en confortant l'autorité des jurys littéraires.

- 22 Cette "médiomorphose" de la prescription via le canal des fans n'est pas qu'un coup éditorial malin d'éditeurs prenant en main la prescription littéraire : elle se généralise et les éditeurs (car on peut prédire qu'il y en aura d'autres) ne font là que copier l'explosion dans d'autres secteurs culturels (séries TV, jeux vidéo, littératures de "mauvais genre") de communautés de fans ou de *geeks* qui transforment le conseil ou la recommandation en demande d' "acteurs de [leurs] propres choix"[58] : ces fans prescripteurs sont très actifs dans la prescription sociale qu'ils produisent sous forme de listes d'avis motivés dans des blogs, sur des forums, des plateformes etc. Après l'ère de l'injonction lettrée et le conseil de professionnels, le refus de la consommation passive et l'engagement enthousiaste des fans inventent donc une prescription nouvelle, au plus près des lecteurs ou consommateurs culturels, qui n'est pas sans rappeler les paroles de Michel de Certeau [59] :

À une production rationalisée, expansionniste autant que centralisée, bruyante et spectaculaire, correspond une autre production, qualifiée de "consommation" : celle-ci est rusée, elle est dispersée, mais elle s'insinue partout, silencieuse et quasi invisible, puisqu'elle ne se signale pas avec des produits propres mais en manières d'employer les produits imposés par un ordre économique dominant.

- 23 Mais l'ère des consommateurs indociles trouve ses limites dans la tyrannie du *buzz* et du *like*, cette "métrophilie" [60] qui est aussi le degré zéro de l'argumentation critique. Les booktubers/euses en sont un bon exemple : des scénographies de séduction et d'enthousiasme bricolées mais très codées survalorisent ces prescripteurs/trices décomplexé(e)s. Héritier(e)s des univers transmédias du blog, de l'émission de télévision et de la web série[61], ils/elles y volent la vedette aux livres prescrits et limitent leur propos à une rhétorique du coup de cœur dans laquelle on peut voir un appauvrissement du jugement critique et le dévoilement du goût vers des productions *Young adult*, dans un système endogène où l'entre-soi et le partage détournent des injonctions culturelles et littéraires traditionnelles.
- 24 Le danger réside aussi dans une économie culturelle qui prend le risque de substituer à un marché de l'offre un marché de la demande touchant au principe même d'une création littéraire et artistique libre et sans allégeance avec les effets de mode de la



consommation culturelle. D'autant qu'il ne s'agit pas d'être dupe quant à l'essor de ces communautés de goûts partagés : Internet est aussi un espace sans fond de récupération commerciale, par les éditeurs, notamment, qui convoitent ces nouveaux prescripteurs et peuvent les transformer en "lecteurs truqués"<sup>[62]</sup> convertis en agents de promotion. "L'économie de l'attention"<sup>[63]</sup>, que visent aujourd'hui à capter toutes les enseignes marchandes, travaille tous ces réseaux sociaux et traque les *booktubers*.

- 25 Si la "convergence numérique"<sup>[64]</sup> a pu faire croire un temps à l'hégémonie du média unique ou "super-média"<sup>[65]</sup>, celle-ci ressemble toutefois davantage à un feuilleté de médias, à un "empilement technologique"<sup>[66]</sup> démultipliant les supports numériques de nos pratiques culturelles au quotidien (smartphones, tablettes, liseuses, ordinateurs...), mais n'annulant pas les médias anciens ni les formes traditionnelles des réseaux de sociabilité, production, diffusion, médiation ou prescription du culturel. De la même façon, la prescription se complexifie en un "empilement de médiations"<sup>[67]</sup> qui crée un brouhaha de recommandations n'affectant pas directement les prix littéraires, positionnés sur le segment de la littérature générale, mais qui risque néanmoins à terme d'affaiblir un dispositif fondé sur une fiction romanesque de langue française dont les lecteurs de masse, et notamment les jeunes, se détournent de plus en plus.
- 26 Pourtant, le vrai danger pour les prix littéraires vient d'ailleurs. Car encore faut-il s'interroger sur l'échelle de grandeur des best-sellers qu'ils induisent, bien au-delà du simple succès de librairie (que l'on atteint déjà de nos jours avec 10 000 exemplaires vendus<sup>[68]</sup>), mais bien en deçà des best-sellers (pour la plupart) étrangers arrosant toute la planète de leurs millions d'exemplaires. Si les prix littéraires trouvent leur spécificité dans un dispositif labellisé "made in France" qui n'a pas d'égal à l'étranger<sup>[69]</sup>, leur place sur le marché international du best-seller n'est pas à même de rivaliser avec les *blockbusters*<sup>[70]</sup> littéraires de l'hexagone ou d'ailleurs : Marc Levy, par exemple, auteur de seize romans traduits en quarante-neuf langues et vendus à plus de trente-trois millions d'exemplaires<sup>[71]</sup> ; traduit dans quarante langues, Guillaume Musso a déjà vendu plus de vingt-huit millions d'exemplaires de ses livres. Pour la seule année 2016, il a vendu environ deux millions de ses romans rien qu'en France<sup>[72]</sup> et le premier tirage du dernier livre de ces deux auteurs dépasse déjà le tirage final d'un Goncourt<sup>[73]</sup>. Aux États-Unis, l'éditeur Harper Collins a prévu un premier tirage de 2 millions d'exemplaires, distribués dans soixante-dix pays pour le dernier roman de Harper Lee en 2015 <sup>[74]</sup> ; pour Mary Higgins Clark, ce sont 100 millions d'exemplaires vendus aux États-Unis, 25,5 millions en France, près de 4 millions de livres par an dans le monde <sup>[75]</sup> ...
- 27 Par ailleurs, la réforme du Man Booker Prize en 2013 et son ouverture aux auteurs américains, alors qu'il était jusque-là réservé aux romanciers britanniques, irlandais et ressortissants du Commonwealth, est un autre signe fort des enjeux internationaux croissants de l'édition et de la lecture. En attirant l'attention des lecteurs du monde entier sur "le meilleur de la fiction littéraire"<sup>[76]</sup>, le Man Booker Prize prouve que la course aux best-sellers se joue désormais sur la scène du marché mondial. Les prix littéraires français risquent donc de faire de plus en plus office d'arènes pour "jockeys de Grands Prix en train de chevaucher des limaces"<sup>[77]</sup> dans cette mondialisation où dominent les Américains.
- 28 Plus inquiétant encore : la remise depuis 2015 du premier prix Amazon du roman auto-édité. Amazon, démolisseur de la librairie française, qui s'en prend donc maintenant à l'édition – celle-là même qui s'est enrichie par les prix d'automne – en court-circuitant

cet intermédiaire entre l'auteur et son public et en se substituant à lui pour mieux vendre de la visibilité aux auteurs et des liseuses aux lecteurs et ce, quoi qu'on écrive... Amazon "met le feu à la civilisation du livre"<sup>[78]</sup>, dénonce l'écrivain Paul Vacca, "en 'ubérisant' l'ensemble des professions de l'édition et de la librairie"<sup>[79]</sup>. Il tue le tissu social du livre à coups de marchandises à prix cassés et fort d'un écran de fumée, celui d'être "la plus grande librairie du monde disponible partout et pour tous" avec ses marchandises livrables en un clic et en 24h <sup>[80]</sup>. Ce n'est donc plus tant une "édition sans éditeurs"<sup>[81]</sup> qui menace qu'une prescription sans chaîne du livre.

- 29 En matière de tyrannie de l'algorithme, le nouveau "Graal de la recommandation personnalisée" <sup>[82]</sup>, c'est Amazon, là encore, qui parmi les géants du GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft), affiche sa suprématie en amassant les données sur l'usage et la lecture des *ebooks* de ses liseuses Kindle. Bien plus, le lancement tout récent d'Amazon Charts <sup>[83]</sup>, un classement hebdomadaire des livres les plus vendus mais surtout les plus lus de la semaine, est une révolution en marche dans le monde du livre. Sur le point de surpasser la très prestigieuse "New York Times Bestseller List", qui recense chaque semaine depuis des décennies les meilleures ventes sur le territoire américain, l'Amazon Charts se sert des *big data* pour traquer les livres qui plaisent le plus dans le monde entier et peut même mesurer la vitesse à laquelle les lecteurs Kindle les dévorent.
- 30 Ce sont donc bien les données relatives à la lecture du livre qui font le best-seller, Amazon l'a bien compris. En ce sens, "the most widely read" est au cœur d'une prescription de mouchards numériques en train de révolutionner l'aide à la décision et la recommandation.
- 31 Les prix littéraires peuvent-ils être encore, à leur petite échelle, celle d'une nation encore attachée au livre papier, des vigies littéraires capables de faire le poids ? Peuvent-ils être surtout ces machines de guerre capables de défendre à coup de lauriers une littérature de langue française contre les coups de butoir de logiques marchandes aussi agressives que celles d'Amazon ? Les écrivains devenus trop souvent – et paradoxalement – le maillon faible de la chaîne du livre <sup>[84]</sup>, peuvent-ils encore espérer trouver dans ces tribunes de quoi défendre leur condition et leur création ? On en est malheureusement très loin. C'est pourtant du côté d'une éthique du passeur culturel <sup>[85]</sup> que devrait se jouer l'avenir des best-sellers à lauriers, en remettant l'auteur, le jugement critique et la création littéraire au cœur de la prescription de livres. Elle devrait se jouer aussi du côté d'une prescription littéraire fondée sur une "écologie de l'attention" <sup>[86]</sup> dont les formes sont encore à inventer. Car sans cette dernière, comment continuer de "manger le livre" hors des conseils algorithmiques de GAFAM 451 ?

---

## NOTES

1. Georges Perec, *Penser/Classer* [1985], Paris, Seuil, 2003, <Points/Essais>, p. 168.

2. Prix d'automne (Goncourt, Femina, Renaudot, Médicis, Interallié, Grand Prix du Roman de l'Académie française) ou prix de populaires à jurys tournants (Prix du Livre Inter, prix RTL-Lire, Grand Prix des lectrices de *Elle...*).
3. Georges Perec, *op. cit.*
4. Sylvie Ducas, *La littérature à quel(s) prix ?*, Paris, La Découverte, 2013.
5. Sylvie Ducas, "Ce que font les prix à la littérature", *De la prescription : comment le livre vient au lecteur*, *Communication & langages*, n° 179, mars 2014, p. 61-74.
6. Longtemps cantonnée à la sphère des socio-économistes, l'étude de la prescription s'ouvre depuis peu aux études littéraires et aux SIC : voir notamment Sylvie Ducas et Maria Pourchet (dir.), *De la prescription : comment le livre vient au lecteur*, *Communication & langages*, n° 179, mars 2014.
7. Brigitte Chapelain et Sylvie Ducas, *Prescription culturelle : avatars et médiamorphoses*, Villeurbanne, Presses de l'enssib, 2017, <Papier> (à paraître).
8. Depuis le début des années 1990 un Goncourt oscille de 250 000 à 450 000 exemplaires vendus en édition courante ou un Femina de 70 000 à 100 000 exemplaires. En 2011, les deux prix les plus vendeurs – le Goncourt et le Renaudot, sont respectivement estimés à 2,8 millions d'euros de chiffre d'affaires en 10 semaines, et un million d'euros le chiffre d'affaires supplémentaire généré par le bandeau du Renaudot en sus des 226 000 exemplaires déjà vendus avant le prix. La même année, le prix Médicis a généré 70 000 exemplaires vendus, dont un tiers après la remise du prix ; le prix Femina assure un bonus de 11 700 ventes, soit 187 000 euros de chiffre d'affaires supplémentaires par rapport aux ventes initiales. Voir Jean-Marc Proust, "Un Goncourt, ça gagne (com)bien ?", *Slate*, 14 janvier 2012 (consulté le 3 juin 2017).
9. 500 exemplaires (voir ma thèse, *La Reconnaissance littéraire. Littérature et prix littéraires*, université Denis Diderot-Paris 7, 1998, p. 175) s'ajoutant à un tirage moyen avant 1914 entre 1000 et 5000 exemplaires, 10 000 pour les auteurs à succès (voir Roger Chartier et Henri-Jean Martin, *Histoire de l'édition française. Le livre concurrenté (1900-1950)*, Paris, Fayard/Le Cercle de la librairie, volume 4, p. 83), l'ère des prix littéraires et des best-sellers s'ouvrant après la guerre de 1914 (*ibid.*, p. 84).
10. Sylvie Ducas, *La littérature à quel(s) prix ?*, *op. cit.*, chapitre 3. Les autres prix oscillent à cette époque (années 1950) entre 70 et 100 000 exemplaires.
11. Marianne Grangé, "Best sellers", *Dictionnaire encyclopédique du livre*, tome 1, Paris, Le Cercle de la Librairie, 2002. C'est en 1956, notamment, que Robert Laffont, s'inspirant des méthodes de lancement "à l'américaine", crée la <Best sellers (romans policiers et grand public) dans laquelle débute Marc Levy>.
12. Que depuis le début des années 1990, un Goncourt oscille de 250 000 à 450 000 exemplaires vendus en édition courante.
13. Jacques Dubois, *L'Institution de la littérature*, Bruxelles, éditions Labor, 2005, <Espace Nord Références>, chapitre 4, p. 121-152.
14. Georges Perec, "Notes concernant les objets qui sont sur ma table de travail", *Penser/Classer*, Paris, Seuil, <Points>.
15. Gérard Regimbeau, "Classer, c'est penser", in *Classer penser, contrôler*, *Hermès*, 2013/2, n° 66, CNRS éditions.
16. Sylvie Ducas, "La couronne et le bandeau. Paratexte éditorial des livres primés : auteur canonisé ou livre labellisé ?", in *Le livre, "produit culturel" ? De l'invention de l'imprimé à la révolution numérique*, sous la direction de Gilles Polizzi et Anne Réach-Ngô, L'Harmattan, 2012, <Orizons>, p. 133-149.
17. Nous entendons par "moyenne", une littérature du lisible par le plus grand nombre, mêlant la littérature grand public et la littérature exigeante non consensuelle, à mi-chemin de la littérature d'avant-garde et de la littérature populaire.
18. Dimitri Toubkis, "L'ordre de la chronologie", *Hypothèses*, 2004/1 (7), p.133-145.

19. Note sur les grands noms passés à la postérité qui font oublier les légions d'oubliés.
20. Michel Foucault, *Les Mots et les choses*, chapitre 5, "Classer", Paris, Gallimard, 1966, p.137-175.
21. Alain Viala, *Naissance de l'écrivain*, Paris, Minuit, 1985.
22. Nathalie Heinich, *L'élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*, Paris, Gallimard, 2005.
23. Nathalie Heinich, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard, 2012.
24. Une inflation des titres totalement déraisonnable : 545 titres en 1998, 663 en 2002, 691 en 2003, avec un pic à 727 en 2007, 701 en 2010, 646 en 2012, 555 en 2013, 607 en 2014 (dont 404 auteurs français), 589 en 2015 (dont 393 romans français), encore 560 cette année, dont 363 romans français et 66 premiers romans.
25. Mona Ozouf, *La fête révolutionnaire (1789-1799)*, Paris, Gallimard, 1976.
26. Olivier Bessard-Banquy, *La vie du livre contemporain: étude sur l'édition littéraire, 1975-2005*, Bordeaux, Presses universitaires de Bordeaux, p. 252.
27. Sur les origines plurielles possibles de la rentrée littéraire voir Catherine Simon, "La rentrée littéraire, une invention française", *Le Monde*, 21 août 2013 ; "Le phénomène de la rentrée littéraire", atelier de la Bnf, 10 mars 2015. Nous posons hypothèse selon laquelle cette habitude de la rentrée littéraire n'est pas sans lien non plus avec l'ascendant de l'émission "Apostrophes" de Pivot (1975-90): voir la controverse entre Bernard Pivot et Régis Debray, alors conseiller de François Mitterrand, qui dénonce en 1983 l'ascendant pris par *Apostrophes* sur la vie intellectuelle en France.
28. Sylvie Ducas, "Hervé Bazin à l'Académie Goncourt : Du 'fils de Folcoche à l'héritier des Goncourt' – colloque de l'université d'Angers de décembre 2007 – in Anne-Simone Dufief (dir.), Hervé Bazin, connu et inconnu, Angers, Presses de l'Université d'Angers, 2009, p. 11-25.
29. Procès verbal de l'académie Goncourt, 2 novembre 1976. Archives Goncourt.
30. Hervé Bazin, lettre du 3 novembre 1976 en réponse à un détracteur du prix Goncourt. Fonds Bazin. Archives Goncourt de Nancy. L'idée est reprise dans *Le Défi des Goncourt*, op. cit., p. 326. On la retrouve aussi, associée cette fois au système des prix, dans *Hervé Bazin. Entretiens avec Jean-Claude Lamy*, Stock, 1992, p. 133.
31. Tanguy Viel, *Tanguy Viel parle des éditions de Minuit*, Presses de l'Université de Paris Ouest, 2002, <Un auteur, un éditeur>, p. 20.
32. Dans le sens de "pré-dire", de "dire à la place de" qui dépasse la simple prévision.
33. Exemples d'auteurs en lice n'ayant pas eu de prix mais ayant beaucoup vendu à être dans plusieurs sélections : Kamel Daoud en 2014, Gaël Faye en 2016, Emmanuel Carrère en 2014, Céline Minard en 2013, etc.
34. Les prix Nobel de Claude Simon (1985), Le Clézio (2008) et Modiano (2014) sont tout au plus l'aboutissement de trajectoires auctoriales où s'inscrivent, entre autres, des prix reçus.
35. Alain Viala, "Qu'est-ce qu'un classique ?", *BBF*, janvier 1992.
36. *Ibid.*
37. James English, *The Economy of Prestige: Prizes, Awards, and the Circulation of Cultural Value*, Harvard University Press, 2008.
38. Sylvie Ducas, "L'écrivain plébiscité ou 'publi-cité' ? Images et postures autour des prix littéraires", in Laurence Guellec et Françoise Hache-Bissette (dir.), *Littérature et publicité. De Balzac à Beigbeder*, Paris, éditions Gaussen, 2012, p. 357-365.
39. Sylvie Ducas, "La reconnaissance littéraire à l'épreuve du petit écran. Discours et représentations médiatiques des écrivains lauréats de prix littéraires en France (1945-2012)" in Ivonne Riolland (dir.), *Critique & médium*, CNRS éditions, 2016, p. 287-303.
40. Julien Gracq, *La littérature à l'estomac* (1950), in *Préférences*, Paris, Corti, 1989.
41. La logique de scandale a contribué au succès des prix littéraires de leur origine jusqu'aux années 1975-80.

42. La polémique autour du prix Goncourt attribué à *La carte et le territoire* de Houellebecq peut-être considérée comme la dernière en date par la modification des statuts de l'académie Goncourt qu'elle a entraînée.
43. Hervé Hamon et Patrick Rotman, *Les Intellocrates: Expédition en haute intelligentsia*, Paris, éditions Complexe, 1992.
44. James English, *L'économie du prestige*, *op. cit.*, p. 10.
45. Sylvie Ducas, "Prix littéraires en France : labels du livre, Babel des livres", in Nathalie Collé-Bak, Monica Latham et David Ten Eyck (dir.), *Les Vies du livre/The Lives of the Book*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy, 2010, p. 179-196.
46. D'après les données collectées par Edistat en 2012, à partir de sorties de caisses, sur un panel de 1 200 magasins, le Grand Prix des lectrices de 2011 augmente les ventes du livre primé de 3 000 euros par semaine et généré un million d'euros, score dans lequel la sortie du film et son succès ont dû jouer un grand rôle, mais qui frôle les scores d'un Goncourt. L'effet, variable, du prix du Livre Inter est estimé à plus de 400 000 euros, avec près de 30 000 exemplaires vendus. Le Goncourt des Lycéens, qui atteint certaines années un score meilleur que le Goncourt, s'évalue à 41 500 ventes et un chiffre d'affaires de 702 000 euros en 9 semaines, soit autant qu'un Médicis. Voir Jean-Marc Proust, "Un Goncourt, ça gagne (com)bien ?", article cité *supra*.
47. Gaymard, "1982-2008 : 27 ans d'évolution du marché de livre en France", Observatoire de l'économie du livre, 2008-2009, Annexe 5 – 1992-2008 : 27 ans d'évolution du marché du livre en France (OEL), 2009 ; 69% des Français de 15 ans et plus ont lu en 2014 au moins 1 livre au cours des 12 derniers mois, hors livres numériques, lectures professionnelles et livres lus aux enfants, y compris bandes dessinées et mangas (chiffres clés du secteur du livre 2012-2013, mars 2014) ; 89% des Français de 15 ans et plus ont lu au moins 1 livre imprimé, hors livres numériques, lectures professionnelles et livres lus aux enfants, au cours des 12 derniers mois (89% en 2015) (chiffres clés du secteur du livre 2015-2016).
48. François Rouet, *Le livre, mutations d'une industrie culturelle*, Paris, La Documentation française, 2007.
49. Prix qui succède au prix RTL grand public (1975-91).
50. Ici : Wepler, Livre Inter, Elle, Orange, FNAC, prix des libraires, Goncourt des Lycéens.
51. François Rouet, *Le livre. Mutations d'une industrie culturelle*, *op. cit.*, p. 18.
52. Sylvie Ducas, "Prix littéraires en France : labels du livre, Babel des livres", article cité *supra*.
53. Éric Maigret et Éric Macé (dir.), *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, INA/Armand Colin, 2005.
54. Sylvie Ducas, *La littérature à quel(s) prix ?*, *op. cit.*, p. 137-140.
55. Parmi les plus connus : Quais du polar (Festival international du polar de Lyon), les Utopiales de Nantes, les Imaginales d'Épinal, le festival des mondes de l'imaginaire de Montrouge, le festival BD d'Angoulême....
56. Lylette Lacôte-Gabrysiak "C'est un best-seller ! Meilleures ventes de livres en France de 1984 à 2004", *Communication*, volume 27/2, 2010, p.187-216 (consulté le 2 mai 2017).
57. Babelio est un réseau social et un site web de littérature mettant en ligne des bibliothèques partagées et des commentaires critiques de lecteurs. En avril 2017, Babelio comptait 440 000 membres et était visité mensuellement par environ 3 millions d'internautes. Il constitue un relais et un amplificateur de visibilité pour la plupart des livres en lice pour un prix ou lauréats.
58. Armand Hatchuel, "Les marchés de prescripteurs", in H. Vérin et A. Jacob, *L'inscription sociale du marché*, Paris, L'Harmattan, 1995, p. 212.
59. Michel de Certeau, *L'invention du quotidien*, Paris, Gallimard, 1990, <Folio/essais>, p. 37.
60. Étienne Candell, "Le cas de la critique de livre 'participative' sur les réseaux", in Ivanne Rialland (dir.), *Critique et médium*, Paris, CNRS éditions, p. 321-336.

61. Brigitte Chapelain, "Pratiques créatives numériques", in Hervé le Crosnier (dir.), *Culture numérique, jeunesse, culture et éducation dans la vague numérique*, Communication & Langages, 2013, p. 123-161.
62. Pratique déjà courante dans la presse du XIXe siècle : voir Valérie Stiénon, "Lecteurs truqués : dans la fabrique médiatique du lectorat au XIXe siècle", in Elina Absalyamova et Valérie Stiénon (dir.), *Les voix du lecteur dans la presse française au XIXe siècle*, Limoges, PULIM, 2017, <Médiatextes> (à paraître).
63. Yves Citton (dir.), *L'économie de l'attention, nouvel horizon du capitalisme ?*, Paris, La Découverte, 2014.
64. Henry Jenkins, *La culture de la convergence. Des médias au transmédia* [2006 ], Paris, Armand Colin/INA éditions, 2014, <Médiacultures>.
65. Éric Maigret, "L'internet : un nouveau média ?", *Cahiers français*, n° 295, 2000.
66. Éric Maigret, "Penser la convergence et le transmédia : avec et au-delà de Jenkins", introduction de Henry Jenkins, *La Culture de la convergence*, op. cit., p. 6.
67. Antoine Hennion, *La passion musicale. Une sociologie de la médiation*, Paris, Métailié, <Sciences humaines>, 2007.
68. Au début du XIXe siècle, le tirage moyen d'un best-seller est au plus de 1000 à 1500 exemplaires, de 2000 à 5000 exemplaires après 1840 (Martin Lyons, "Les best-sellers", in Roger Chartier et Henri-Jean Martin (dir.), *Histoire de l'édition française. Le temps des éditeurs du Romantisme à la Belle Époque*, volume 3, Paris, Fayard/Le Cercle de la librairie, 1985, p. 417). Entre 1914 et 1950, ce sont les tirages moyens d'un livre qui oscillent entre 1500 et 5000 exemplaires, un best-seller comme *À l'ouest rien de nouveau* en 1929 compte, lui, 441 400 exemplaires vendus en 6 mois (Pascal Fouché, "L'édition littéraire, 1914-1950", in Roger Chartier et Henri-Jean Martin (dir.), *Histoire de l'édition française. Le livre concurrencé, 1900-1950*, volume 4, Paris, Fayard/Le Cercle de la librairie, 1986, p. 230).
69. Les seuls prix littéraires étrangers prestigieux, en dehors du Nobel, sont le Man Booker Prize anglais, créé en 1968, et le prix Pulitzer américain, créé en 1917.
70. Le terme désigne à l'origine les grandes productions cinématographiques mondiales, mais il est couramment employé en édition depuis les années 2010. Voir Charlotte Pudlowski, "Le capitalisme appliqué à la littérature : la tyrannie des best-sellers menace les livres du milieu", *Slate.fr*, 21 mars 2014 (consulté le 3 mars 2017).
71. Christian Geisselmann, "Marc Levy, producteur de best-sellers", *L'Express*, 2017.
72. "Marc Levy rejoint Guillaume Musso dans les meilleures ventes de livres", *La Dépêche*, 24 avril 2017.
73. *Ibid.*
74. "Le nouveau roman d'Harper Lee déjà en tête des ventes", *Le Figaro*, 16 juillet 2015.
75. Catherine Balle, "Mary Higgins Clark : l'empire de Mamie polar", *Le Parisien*, 4 juin 2013.
76. "Les nouvelles règles du Man Booker Prize", *Livres Hebdo*, 19 septembre 2013.
77. Julien Gracq, *La littérature à l'estomac*, op. cit., p. 15.
78. Paul Vacca, "Amazon 451 : comment Amazon met le feu à la civilisation du livre", *Bibliobs*, 12 avril 2017 (consulté le 20 avril 2017).
79. *Ibid.*
80. Sandrine Cassini, "Amazon, le petit libraire en ligne devenu ogre tentaculaire", *Le Monde économie*, 3 février 2017, (consulté le 10 juin 2017).
81. Le célèbre titre d'un article de Jérôme Lindon paru dans *Le Monde*, le 9 juin 1998.
82. Geoffrey Delcroix, "Les données et les algorithmes, nouvelles muses de la prescription culturelle ?" in Brigitte Chapelain et Sylvie Ducas (dir.), *Prescription culturelle : avatars et médiamorphoses*, op. cit.
83. Laurène Bertelle, "Amazon Charts : enfin un classement best-sellers qui sert à quelque chose ?", *ActualLitté*, 24 mai 2017 (consulté le 30 mai 2017).

84. Bernard Lahire, *La condition littéraire. La double vie des écrivains*, Paris, La Découverte, 1992.
85. Bernard Lamizet, “Le passeur, éthique du sens, médiation culturelle (Jean Caune)”, *Réseaux*, vol. 101, n° 3, 2000, p. 197-201.
86. Yves Citton, *Pour une écologie de l’attention*, Paris, Seuil, 2014.
- 

## RÉSUMÉS

Le prix littéraire est une fabrique de romans labellisés savamment relayée par les médias et le marketing éditorial, il constitue un dispositif médiatico-publicitaire qui crée à tout coup des best-sellers grâce à la rentrée littéraire et les sélections, puis les palmarès qui favorisent l'accès des ouvrages primés dans les listes de meilleures ventes. C'est sous l'angle de la prescription culturelle que l'on interrogera cette usine à best-sellers, et la notion de best-seller plus largement. L'essor des industries culturelles depuis les années 1980, l'ère de la pléthore éditoriale et de l'hyperchoix qui rend nécessaires des instances de tri et de sélection, font des jurys littéraires des tribunes prescriptives incontournables. Mais la montée en puissance des expertises amateurs et Internet change la prescription, transformant l'objet du best-seller lui-même, les représentations que l'on s'en fait, sa définition et ses contenus, comme les instances qui le recommandent.

## INDEX

**Mots-clés** : Prix littéraires, prescription, industries culturelles, hyperchoix, internet, lecteurs

**Keywords** : Literary prizes, prescription, cultural industries, hyperchoice, internet, readers

## AUTEUR

SYLVIE DUCAS

CSLF – Université Paris Nanterre