Belphégor

Littérature populaire et culture médiatique

17 | 2019

**Mutations des légitimités dans les productions
culturelles contemporaines**

Légitimité soluble dans le marché ? L'exemple des prix littéraires

Sylvie Ducas

Electronic version

URL: <https://journals.openedition.org/belphegor/1733>

DOI: 10.4000/belphegor.1733

ISSN: 1499-7185

Publisher

LPCM

Electronic reference

Sylvie Ducas, "Légitimité soluble dans le marché ? L'exemple des prix littéraires", *Belphégor* [Online], 17 | 2019, Online since 19 April 2019, connection on 25 August 2021. URL: <http://journals.openedition.org/belphegor/1733> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/belphegor.1733>

This text was automatically generated on 25 August 2021.

Belphégor est mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Légitimité soluble dans le marché ? L'exemple des prix littéraires

Sylvie Ducas

- 1 Interroger la légitimité littéraire à l'aune des prix, c'est poser la question de la désignation institutionnelle de la valeur et du goût ainsi que de la « prescription de jugement¹ » (qui donne une opinion sur la qualité de l'offre) par des instances de consécration – celles-ci constituant les scènes sociales et culturelles d'une qualité donnée annuellement comme supérieure à d'autres.
- 2 Parmi ces instances de prescription consacrant, celle des prix littéraires trouve sa spécificité à conjuguer des enjeux doubles et contradictoires bien connus : culturels et marchands, littéraires et économiques. Avec elle, c'est plus d'un siècle d'histoire littéraire et éditoriale travaillée par les industries culturelles, les « médiamorphoses² » et la poussée spectaculaire via internet des jugements de goûts amateurs, qui se donnent à lire, à l'aune de trois paramètres qui affectent et modifient le statut symbolique et les représentations collectives de l'écrivain et du livre.
- 3 La légitimité littéraire sera donc ici abordée sous ce plan triple – qui correspond aussi aux trois temps (ou moments) du dispositif consécrationnaire : l'autorité institutionnelle et ses crises, la déterritorialisation du goût et de la valeur, et enfin l'atomisation d'une légitimité à la carte, qui ne compromet pas cette reconnaissance mais au contraire la renforce symboliquement et économiquement.

AUTORITÉ INSTITUTIONNELLE ET LÉGITIMITÉ DU PRIX LITTÉRAIRE EN ENVIRONNEMENT MÉDIATICO- PUBLICITAIRE

- 4 Les prix littéraires illustrent la manière dont la légitimité littéraire repose sur une autorité institutionnelle justifiant des choix et des classements et jugée apte à le faire dans une production littéraire immédiate, en train de s'écrire. Dans *La Crise de la culture*, Hannah Arendt³ pointe un consentement, voire un consensus (non une coercition), sur

lequel se fonde l'autorité, mais dont la particularité est de n'être le fruit ni d'un effort de persuasion ni d'une quelconque démonstration : « L'autorité [...], ajoute Arendt, est incompatible avec la persuasion qui présuppose l'égalité et opère par un processus d'argumentation. Là où on a recours à des arguments, l'autorité est laissée de côté. » Toute autorité reposerait donc sur le tour de force consistant à faire en sorte que la hiérarchie qu'implique l'autorité soit perçue comme légitime, autrement dit : ce qu'ont en commun celui qui commande et celui qui obéit, « c'est la hiérarchie elle-même, dont chacun reconnaît la justesse et la légitimité, et où tous deux ont d'avance leur place fixée. »

- 5 Les prix littéraires sont l'une de ces instances de légitimation : la désignation verticale de la valeur sous une forme injonctive, celle d'élites lettrés et des assemblées de pairs recommandant à un public profane ce qu'il faut lire et qui mérite de l'être, engage bien cette notion d'autorité. Pour qu'une autorité littéraire ou auctorale soit légitime et efficiente, il faut donc qu'on puisse y croire et croire que l'on en a besoin. L'histoire du prix Goncourt, ce prix littéraire pionnier né avec le XX^e siècle, illustre cette conquête d'une autorité consécrationnaire. Conquête difficile d'une académie Goncourt contre une Académie française, d'abord, qui ostracise le romancier et lui refuse le droit d'entrée sous la Coupole ; conquête difficile du monopole de la légitimité littéraire par celle qu'on appelle d'abord « l'académiette », vite concurrencée par d'autres instances de prix qui la contestent dans ses choix et dénoncent leur arbitraire⁴ ; polémiques récurrentes, révélatrices des tensions internes propres à la catégorie esthétique de la prose narrative, mais surtout à la croyance solide en la définition légitime de la valeur littéraire et en la désignation (ou monstration spectaculaire) de l'excellence littéraire.
- 6 Même fragile à ses débuts, l'autorité du Goncourt et sa légitimité se construisent au carrefour d'un certain nombre de facteurs hétérogènes qui lui ont permis de s'imposer et de se pérenniser :
 - croyance collective en des instances nationales de distinction des grands écrivains et adhésion au pouvoir symbolique des listes classées et des palmarès alors qu'elles font les best-sellers plus que les panthéons ;
 - essor d'un lectorat de masse (grâce à la généralisation de l'enseignement) avide de lire de la fiction, lectorat qui va servir de cible à des industries culturelles en marche depuis la fin du XIX^e siècle⁵ ;
 - fureur de lire du roman consacré genre populaire, au double sens de succès public et de littérature de grande production ; mutations du monde éditorial en matière de diffusion et de promotion du livre (entrée dans « l'ère des cent mille » prôné par les faiseurs de prix que sont Bernard Grasset et Gaston Gallimard dès les années 1920), à l'heure où la littérature, concurrencée par d'autres biens culturels dans nos sociétés de loisirs, a besoin pour perdurer de se faire événement ;
 - redéfinition des hiérarchies esthétiques entre vers et prose qui modifie la place de la prose dans l'imaginaire de la création littéraire ; déclin du capital symbolique d'une Académie française qui n'a pas voulu consacrer la grande génération du roman français, genre auquel l'académie Goncourt va donner une tribune et une maison ;
 - crédit porté par le grand public au Goncourt que reconnaît Albert Thibaudet depuis les colonnes de la NRF rivale en 1926 : « L'opinion publique l'a justifié. L'académie Goncourt est une Académie française. Elle tient sa place dans notre vie littéraire. La cote accordée par le public au prix Goncourt survit tenacement, dans l'ensemble, à tels choix de détail qui sont

tenus pour des erreurs. Et le public pense juste. Il estime qu'une académie de romanciers est qualifiée pour apprécier et couronner un roman »⁶ ;

- pérennisation institutionnelle qui tient aux conditions réunies pour permettre à l'une de ses formes les plus populaires – la prose romanesque – d'imposer son hégémonie au cœur des pratiques de lecture et d'assurer le consensus autour du temple du Roman qu'elle s'est créée : l'académie Goncourt, à une époque où la prose participe d'une identité nationale dans sa forme oratoire encensée par l'Académie française, et où l'académie Goncourt ouvre une voie royale de reconnaissance à la prose narrative et au genre dominant du roman.

- 7 Le dispositif du prix littéraire est cette machine à créer de la consécration littéraire autour d'écrivains acquis au genre désormais dominant du roman, mais plus encore c'est la consécration du roman par le grand public qui trouve une scène consécatoire inédite dans l'académie Goncourt.

« DES VALEURS TOMBENT (...) ON N'Y CROIT PLUS⁷ » : DÉTERRITORIALISATION DU GOÛT ET ÉCONOMIE DU PRESTIGE

- 8 Les prix littéraires sont donc aujourd'hui inséparables des réalités d'une culture de masse et d'un marché ayant la circulation de la marchandise culturelle pour priorité. Ils sont une des formes de « l'économie du prestige culturel⁸ » et apparaissent ainsi comme un instrument de négociations des transactions entre la culture, l'économie et le social⁹. L'autorité symbolique des prix y prend des allures moins consécatoires qu'utilitaires et prescriptives puisqu'elle tient surtout à leur faculté d'opérer une sélection ou un tri dans une pléthore éditoriale, mais le mythe du palmarès, de la liste classée, en recouvre encore toute la trivialité. La concurrence entre éditeurs se joue, depuis les années 1920 mais surtout depuis les années 1960-70, du côté de ces compétitions ouvertes par « les instances de production de la renommée »¹⁰ : critique, rubriques « Livres » des journaux, vitrines des libraires ou linéaires des hypermarchés, et... prix littéraires. Ces derniers agissent désormais à la façon de labels rouges de la littérature filtrant et régulant la production éditoriale selon un spectre large de distinctions, et attestant de la qualité supérieure de ce qu'ils repèrent dans une masse de livres lancés sur le marché. Pourtant, signes distinctifs d'une qualité (nul roman de gare dans ces palmarès), leur caution réside dans le pouvoir symbolique d'un tribunal du lisible que le rituel académique dote aux yeux du grand public de la compétence et de l'autorité requises pour pareille mission élective. Ils tiennent, en fait, d'une compétition littéraire vertigineusement rétrécie à un hit-parade ou à l'élection du « meilleur produit de l'année », tributaire des aléas d'un marché immédiat et pléthorique, incapable, comme toute industrie culturelle, de s'inscrire dans le temps long de l'œuvre et du canon. 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. Situé sur une échelle du temps court, de l'espace national et des valeurs romanesques, il fait rarement consensus. Il n'en est pas moins une tribune du « meilleur livre » assimilable à une usine à best-sellers dont le succès tient à la scène médiatico-publicitaire, à une dramaturgie bien huilée de la consécration¹¹ et à une économie ostentatoire du prestige, avec ses rentrées littéraires, ses bandeaux, ses cérémonies, sa mitraille médiatique, et son dispositif marketing : des prix trustés par des écuries d'auteurs programmées pour gagner la compétition littéraire ; auteurs qui sont souvent les

mêmes à cumuler différentes fonctions liées aux instances de consécration (ils peuvent être à la fois critiques, directeurs de collection, jurés d'un prix), de sorte qu'ils perpétuent une certaine valeur littéraire, garantissent au système des prix sa pérennisation et à l'instance éditoriale une maîtrise considérable des instruments de légitimation.

- 9 Mais dans un tel système de légitimation littéraire, très peu des effets d'agrandissement du Moi auctorial attendus sont vérifiés : ni l'expansion du nom dans l'espace qui convertit le succès en notoriété, ni surtout l'expansion du nom dans la durée, seule capable d'assurer le passage de la célébrité à la postérité. À n'être qu'une désignation suspendue, le prix relève moins d'une institution appelée à faire durer que d'une machine à désigner, éphémère, ouverte aux modes et aux conjonctures, segmentée en distinctions sur lesquelles de plus en plus les éditeurs se positionnent selon une rationalisation qui n'épargne pas les prix dits « démocratiques » apparus dans les années 1970 (Livre Inter, Grand prix des lectrices de Elle, prix RTL-Lire...).
- 10 Bien plus, la prolifération de prix littéraires ne favorise plus la montée en singularité propre au « monde inspiré » des créateurs, pour parler comme Boltanski et Thévenot¹², et neutralise les effets de distinction attendus d'une consécration littéraire. Comme l'écrit Michel de Certeau¹³, « en bien des pays, les confiances s'effritent aussi. Violamment ou sans bruit. Des “valeurs” tombent, qui portaient des adhésions et tout un système de participations. “On” n'y croit plus. »
- 11 Si l'autorité en vient à tirer sa légitimité d'une « force extérieure et supérieure au pouvoir qui est le sien », comme l'écrit Hannah Arendt¹⁴, elle cesse d'être une autorité pour devenir une simple structure de domination. Et Michel de Certeau¹⁵ d'ajouter : « Un accord spirituel donne seul, finalement, à l'exercice du pouvoir sa légitimité : c'est une conviction proportionnée à une représentation. » Tout le problème de l'autorité et de la légitimité en littérature est donc de concilier croyances et représentations : de faire durer des représentations du littéraire en les fondant sur quelque chose d'aussi volatile et fluctuant que la croyance. La notion d'institution n'en est que plus problématique, si tant est que le propre de l'institution consiste en effet à se porter garante de certaines valeurs ou représentations collectives et de poser dans le même temps une autorité de manière durable.
- 12 Mais pourquoi et comment une institution aussi contestée et discréditée qu'un prix peut-elle encore perdurer ? La crise de la légitimité littéraire qu'elle incarne de longue date est bien une crise de la croyance, dans laquelle on peut lire plus largement la difficulté d'une entrée durable de « la nouveauté » littéraire et des éditeurs qui l'accastillent dans l'ère du soupçon : soupçon d'une qualité rendue douteuse ou suspecte à l'aune des enjeux marchands et marketing que recouvre la distribution annuelle des prix ; soupçon né aussi d'industries culturelles de plus en plus promptes à vendre et à faire circuler de la marchandise littéraire sans lui laisser le temps d'entrer dans le temps long de la valeur canonique.
- 13 De ce conflit opposant convictions et représentations naît depuis quelques décennies une redistribution des valeurs et des espaces de médiation/prescription, inséparables d'une crise de la légitimation en régime démocratique : aux instances traditionnelles de consécration (les grands prix d'automne), celles-là mêmes qui incarnent une légitimation verticale fondée sur la prescription et l'autorité d'élites lettrées, s'opposent désormais des formes nouvelles de légitimation horizontale et de proximité fondées sur le plébiscite et visant la captation et l'adhésion du « grand public ». S'y

affrontent cependant des logiques contradictoires d'industrialisation du livre, de médiation et de démocratisation culturelles.

- 14 Les tribunes démocratiques que représentent les prix de lecteurs amateurs 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 pourtant la même et les prix des médias, nés pour concurrencer les circuits académiques traditionnels, sont vendeurs eux aussi – 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. 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.
- 15 Parmi les 2000 prix que l'on compte aujourd'hui, cohabitent ainsi aux côtés des grands prix d'automne et des prix alternatifs, des prix de professionnels du livre, de libraires (prix FNAC, prix des libraires, prix Wepler¹⁶...) mais aussi de bibliothécaires¹⁷ à fonction médiatrice, de salons¹⁸ ou de festivals culturels¹⁹, de lycéens ou public jeunesse (Goncourt des lycéens, prix des Incorruptibles²⁰...), sans parler de tous les prix de « médiacultures ». De multiples prix alternatifs fleurissent, en effet, dans les années 1970-80 : les prix de « mauvais genres » ou de « médiacultures²¹ » (Angoulême, Utopiales, Imaginales...), de genres longtemps jugés illégitimes, associés à une production industrielle souvent sérielle, et qui renvoient aux communautés de fans, au "fandom" et aux festivals qui les réunissent. Ces prix illustrent la définition nouvelle de la légitimité proposée par Antoine Hennion²² : « La légitimité n'est plus une domination exercée ou subie, elle est une dimension de l'identité. Elle suppose des sujets libres. » Ces prix œuvrent à une légitimité longtemps refusée, alors même que l'explosion des ventes dans ces genres boudés par les instances de prescription traditionnelle est manifeste, en proposant, dans l'héritage de la culture anglo-américaine des *pulps*, des *fanzines* et des *comics*, une prescription radicalement horizontale, liée à des univers partagés par des publics passionnés.
- 16 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 pas directement en concurrence avec les premiers, sinon qu'ils sont aujourd'hui majoritairement consommés par les grands bataillons des lecteurs ordinaires. Cette médiamorphose de la prescription *via* le canal des fans se développe dans d'autres secteurs littéraires et culturels (littératures de « mauvais genre » évoquées plus haut, mais aussi séries TV, jeux vidéo) *via* des communautés de fans ou de *geeks* qui transforment le conseil ou la recommandation en se réclamant « acteurs de [leurs] propres choix », d'où la prescription sociale qu'ils produisent sous forme de listes d'avis motivés dans des blogs, sur des forums, des plateformes etc.
- 17 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 Certeau²³ :

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.

- 18 Une légitimité nouvelle du livre et de l'auteur se revendique donc, qui pose toutefois la question d'une autorité consécrationnaire ou prescriptive qui se dilue à trop se disperser en une pléthore d'instances supposées l'incarner, et d'un système de désignation de la valeur littéraire qui, de fait, se brouille. D'un dispositif conçu pour consacrer l'écrivain, autrement dit favoriser son « sacre²⁴ » et satisfaire aux vertus cardinales de l'*auctoritas* – pouvoir, mérite, reconnaissance et crédit –, on passe à une fabrique du succès de librairie née des impératifs de circulation et de diffusion d'un livre moderne devenu pléthore éditoriale.
- 19 Une telle déterritorialisation de la légitimité et des jugements de goûts affecte le capital symbolique de l'auteur et du livre, leur distinction, au sens bourdieusien du terme, mais aussi leur capacité à se distinguer de la masse, auteurs et livres étant perdus dans la Babel des labels de produits culturels.
- 20 L'histoire des prix littéraires semble donc illustrer cette déterritorialisation de l'excellence que Tocqueville attribuait déjà au processus démocratique : tyrannie de la consommation qui invalide les critères d'excellence en les ouvrant au tout-venant ; littératures jetables aussitôt consommées depuis que l'industrie est entrée dans la fabrique du littéraire ; fin de la sacralisation auctoriale depuis que l'écrivain ne se légitime plus par l'*illusio*, cette magie collective productrice de sacré. Il n'existe donc plus une légitimité littéraire, dominante et homogène, mais des ordres de légitimité, radicalement hétérogènes²⁵.

« LÉGITIMITÉ À LA CARTE », MAIS LÉGITIMITÉS QUAND MÊME

- 21 Toujours dans « Les révolutions du croyable », Michel de Certeau dénonçait déjà des « autorités socio-culturelles » devenues « insensées dans la mesure où elles ne correspondent plus à la géographie réelle du sens²⁶ ». Tel est peut-être le paradoxe de la singularité en régime démocratique, qui engage depuis la Révolution toute pratique artistique et fonde les conditions de possibilité d'un élitisme acceptable et accepté par tous. Or cet élitisme est en crise. D'un côté, sur le terrain des prix littéraires, le marché édicte de plus en plus directement sa loi, parfois sans filtre ni médiation. Si dans les années 1920, Bernard Grasset créait l'éphémère Prix Balzac et son jury inféodé, prix télégué à son seul profit, provoquant un tollé général qui condamnera très vite ledit prix, en 2015 les éditions Gallimard, via leur service marketing, créent leur prix des lecteurs Gallimard pour auto-promouvoir leurs auteurs maison, sans que cela ne fasse sourciller personne. Le prix Amazon d'auto-édition créé la même année est, quant à lui, l'expression agressive d'une entreprise de démolition de la civilisation du livre et de ses intermédiaires – les libraires et les éditeurs – pour imposer un nouveau modèle économique visant à vendre de la visibilité aux auteurs et des liseuses aux lecteurs et ce, quoi qu'on écrive.
- 22 La consécration a mué, s'est « ubérisée », 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, la polémique s'est éteinte ; la littérature et les auteurs légitimés par un prix (ou non) se consomment, solubles dans le marché, et l'économie du prestige n'a plus le sacre de l'écrivain pour objet, mais la captation du lecteur-roi.

- 23 D'un autre côté, des ordres de légitimité se jouent sur des scènes plus ordinaires, « légitimité à la carte » loin des instances traditionnelles de désignation de la valeur. Le déclin du livre et de la culture savante véhiculée par l'école aidant, la poussée du jugement amateur, dont Internet se fait la chambre d'échos, est massive. Avec ses étendards identitaires et sa revendication décomplexée du vieux postulat « des goûts et des couleurs, on ne discute pas », l'amateur dynamite la bipolarité présumée par Bourdieu entre littérature légitime dominante et littérature populaire, illégitime, dominée, en donnant à voir et à entendre des ordres de légitimité qui n'ont plus le mérite pour fondement, mais plutôt le droit et le pouvoir d'aimer librement ce qui lui plaît parce qu'« on le vaut bien ».
- 24 Rien d'étonnant que dans une telle économie (et idéologie ?) « des goûts et des couleurs », le prix littéraire n'ait pas vraiment réussi à s'imposer sur internet comme un instrument de prescription efficace²⁷. Par son histoire et ses origines (les salons, les cénacles, puis les médias traditionnels), il incarne une critique dominante, holistique, et une forme du « bon goût » que les amateurs et plus encore les fans²⁸ contestent et détestent. Mais surtout d'autres instances de légitimation et de prescription s'inventent, en-dehors du système des prix, suivant les logiques d'internet et ses scènes virtuelles : le blog, Youtube, les réseaux sociaux. Ces nouveaux réseaux invitent à repenser la légitimité littéraire et auctoriale précisément en réseaux²⁹. Et c'est donc sans doute dans le mouvement même des médiamorphoses de la prescription culturelle que se jouent les reconfigurations actuelles de cette légitimité. Des médiacultures s'y construisent loin les grands récits classiques de la modernité et leur succès justifie que plus aucun monopole de la définition de la valeur ne s'impose. On peut même dire qu'il n'existe plus de concurrence, mais un « empilement de médiations³⁰ », voire un entassement d'instances de médiation/prescription qui cohabitent dans la pléthore.
- 25 Une telle cacophonie et un tel fourbi de prescriptions contribuent-ils à un confinement des goûts, par-delà le mirage des recommandations personnalisées, ou à l'affinement de la diversité littéraire et culturelle ? Sans doute la deuxième option prévaut-elle : les grands prix littéraires se sont moralisés et bonifiés depuis l'essor des prix alternatifs et démocratiques et la porte est moins étroite pour que des éditeurs, jusque-là exclus de la compétition, y accèdent ; des prix comme le Wepler, se font l'antichambre appréciée de prix de médias plus vendeurs, comme le Livre Inter, mais la logique de best-sellerisation n'en gagne pas moins tous les éditeurs, petits et grands, dont un auteur-marque aide à équilibrer les coûts et à sauver un catalogue (Anna Gavalda au Dilettante, Véronique Ovaldé à L'Olivier, Maylis de Kerangal aux éditions Verticales...).
- 26 Hyperchoix et dispersion de l'attention³¹ sont les deux symptômes d'une prescription culturelle en pleine mutation dont les instances s'atomisent de plus en plus. Mais la démultiplication des espaces de légitimation ou de prescription ne tue pas pour autant la légitimité littéraire, elle en change les représentations, et avec elles, celles de la littérature et de l'auteur. De l'amoncellement des médiations culturelles émerge – par delà la diversité des genres littéraires – un auteur qui n'a plus tant aujourd'hui à être grand qu'efficace dans la maîtrise des ressorts d'une fiction narrative ayant plus que

jamais le vent en poupe. « Auteur de proximité », comme le commerce du livre l'est aussi, à l'écoute de publics avides de lecture-plaisir et non plus savante, en régime de visibilité dans une économie désormais spectaculaire, il se doit, pour exister, de composer aussi avec les légitimités communautaires de l'avis partagé impulsées par les réseaux sociaux et la blogosphère. En régime transmédiatique, la distinction y est celle du prescripteur tout autant sinon plus que l'auteur : il n'y a qu'à penser à la starification du prescripteur via la métrophilie numérique³², la tyrannie du like, avec ses coups de cœur ou ses top/flop, concours et gratifications des abonnés à la chaîne. En 2015, le *Man Booker Prize* a lancé une initiative inédite qui préfigure peut-être une proposition équivalente en France : cinq booktubeuses anglo-saxonnes ont été sélectionnées pour participer au processus de remise du prix. Elles ont formé le *Man Booker Vlogger*, un club de lecture 2.0 sur *Youtube*, dans lequel elles ont discuté des œuvres en lice pour le titre, dans une sorte d'animation web du prix britannique. Qu'un prix ancestral comme le *Man Booker Prize* ait remarqué le phénomène *Booktube* au point de monter un partenariat avec ces nouvelles figures, est révélateur de la reconnaissance que celles-ci connaissent déjà à l'étranger. Dans un autre registre, le prix Fantasy des *Booktubers*, organisé par la plateforme d'autoédition *Bookédis* en 2015, tient d'un concours de nouvelles de fantasy et de fantastique, avec à la clé un pack comprenant différents services de la plateforme pour l'autoédition de son livre. C'est un prix pour lequel des booktubeuses françaises de renom, *Margaud Liseuse* et *Les Lectures de NiNe*, ont été intégrées comme jurées, en compagnie de *Lili Bouquine* et *Bulldop*. La dernière semaine avant l'annonce du gagnant, elles ont posté chacune une vidéo sur leur chaîne, avec leur avis sur les trois nouvelles finalistes sélectionnées par un auteur et éditeur. Réunies au cours d'une session *live*, elles ont pu débattre et ont finalement annoncé le gagnant du concours de nouvelles. On peut y voir la version numérique d'une implication du jugement amateur que préfigurait déjà le protocole d'attribution du Grand Prix des lectrices de *Elle*. De même, le prix des blogueurs, initié par le jeune blogueur Tom Lévêque au Salon du livre jeunesse de Montreuil, offre une version alternative et « geek » d'un Goncourt des lycéens³³ sous influence de l'Education nationale et de la FNAC, et en outre aliéné à la première sélection de l'académie Goncourt.

- 27 La littérature, malgré ses palmarès érigés jusqu'au « vertige de la liste³⁴ », semble donc sortir du canon et du panthéon, se reconfigurer sur d'autres scènes. Ses mutations nous confrontent à notre sensibilité aux hiérarchies littéraires, à notre peur du déclin et interrogent la structuration même des études littéraires.
- 28 Mais l'on retiendra que si les scénographies consécatoires se métamorphosent, elles n'évacuent ni le protocole de désignation du meilleur ni la circulation de la valeur *via* les classements, ni le besoin d'appartenance à une communauté de goût. Pour mesurer combien les « Anciens et les Modernes » de la légitimité prescriptive s'opposent, on pourra lire *Bettiebook* de Frédéric Ciriez³⁵ et étudier la réception littéraire clivée du livre. On y verra combien littérature et lecture, actuellement travaillées par différents ordres de légitimité culturelle³⁶ qui s'affrontent et s'ignorent, restent plus que jamais des objets d'étude à interroger à l'aune des transformations historiques du croire. L'intuition de Michel de Certeau semble sur ce point se vérifier : « Le croire s'épuise. Ou bien il se réfugie du côté des médias et des loisirs³⁷ », mais moins à la façon d'une fuite en avant vers une culture soluble dans le marché que d'une réappropriation braconnière, nomade et rusée de ses productions prescrites.

NOTES

1. Armand Hatchuel « Les marchés à prescripteurs », in Vérin H. et Jacob A., *L'inscription sociale du marché*, Paris, L'Harmattan, 1995, p 214-215.
2. Métamorphose des prix sous l'effet de différents médias : presse, mass-media, internet de la prescription culturelle. Voir Brigitte Chapelain et Sylvie Ducas (dir), *Prescription culturelle : avatars et médiamorphoses*, Villeurbanne, Presses de l'enssib, collection « Papiers », 2018.
3. Hannah Arendt, *La Crise de la culture*, 1961, Paris, Gallimard, coll. « Folio Essais », 1972, p. 123.
4. Prix Femina dès 1905, Grand Prix du Roman de l'Académie française, prix Renaudot en 1926, Interallié en 1930, venus des médias presse, et prix Médicis en 1958 conçu comme anti-prix ou prix de la modernité littéraire.
5. Jean-Yves Mollier, *Louis Hachette*, Paris, Fayard, 1999 ; Michel et Calmann Lévy ou *la Naissance de l'édition moderne : 1836-1891*, Paris, Calmann-Lévy, 1994.
6. Albert Thibaudet, « Du Journal des Goncourt », *Nouvelle Revue française*, tome XXV, décembre 1925, p. 742.
7. Michel de Certeau, « Les révolutions du croyable » (1969), dans *La Culture au pluriel*, Paris, Seuil, coll. « Points Essais », 1987, p. 19.
8. James E. English, *The Economy of Prestige. Prizes, Awards, and the Circulation of Cultural*, Londres, Harvard University Press, 2008.
9. *Ibid.*
10. Jean Rouet dans "Le livre: mutations d'une industrie culturelle", Paris, La Documentation française, 2007, p.20
11. « L'écrivain plébiscité ou « publi-cité » ? Images et postures autour des prix littéraires », in *Littérature et publicité. De Balzac à Beigbeder*, sous la direction de Laurence Guellec et Françoise Hache-Bissette, Paris, éditions Gaussen, 2012, p. 357-365.
12. Luc Boltanski et Laurent Thévenot, *Les Economies de la grandeur*, Paris, PUF, 1987.
13. Michel de Certeau, « Les révolutions du croyable », *op. cit.*
14. Hannah Arendt, *La Crise de la culture*, *op. cit.*, p. 123.
15. Michel de Certeau, « Les révolutions du croyable », *op. cit.*
16. Le prix Wepler a été créé en 1998 par Marie-Rose Guarnieri, de la librairie des Abesses, avec le soutien de la Fondation La Poste, qui le dote de 10 000 euros pour son lauréat et de 3 000 euros pour sa Mention Spéciale, et de la Brasserie Wepler. Ce prix à jury tournant, associant professionnels de la chaîne du livre et amateurs, a acquis la réputation dans la profession de défendre la diversité éditoriale et de saluer souvent le travail de l'édition et de la librairie indépendantes. Il peut être vu comme un anti-Goncourt.
17. Par exemple, le prix Sorcières qui depuis 1986 récompense une œuvre de la littérature jeunesse et est décerné par l'ALSJ (Association des librairies spécialisées jeunesse), en partenariat, depuis 1989, avec l'ABF (Association des bibliothécaires de France).
18. On peut citer, à titre d'exemple, les « Pépites » attribuées chaque année au Salon Jeunesse de Montreuil, qui depuis 2011 donnent de la visibilité aux talents variés de la littérature pour la jeunesse.
19. Les prix littéraires décernés au festival Grands Voyageurs de Saint-Malo, ceux du festival du Premier Roman de Laval etc.
20. Le prix des Incorruptibles est un prix de littérature jeunesse créé en 1988 avec la collaboration de Françoise Xenakis. Il est décerné chaque année par des élèves issus de classes de maternelle jusqu'au lycée et organisé par l'association du Prix des Incorruptibles.
21. Eric Maigret et Eric Macé (dir), *Penser les médiacultures: Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin, 2005.

22. Antoine Hennion, cité par Anne Sauvageot in *Sophie Calle, l'art du caméléon*, Paris, PUF, 2007 <https://books.google>
23. Michel de Certeau, *L'Invention du quotidien*, I, *Arts de faire*, Paris, Gallimard, Folio essais, 2002, introduction générale, p. XXXVII.
24. Paul Bénichou, *Le Sacre de l'écrivain (1750-1830). Essai sur l'avènement d'un pouvoir spirituel laïque dans la France moderne*, Paris, Gallimard, collection « Bibliothèque des idées », 1996.
25. Hervé Glevarec, « La fin du modèle classique de la légitimité culturelle. Hétérogénéisation des ordres de légitimité et régime contemporain de justice culturelle. L'exemple du champ musical », in Eric Maigret et Eric Macé (dir), *Penser les médiacultures*, op. cit., p. 69-102.
26. Michel de Certeau, op. cit., p. 24.
27. On peut évoquer le prix des lecteurs de CritiqueLibres.com, Ecrire aufeminin, le prix du livre numérique lancé par la Fnac, le magazine *Actualitté* et les éditions Ex-Aequo, le prix du livre numérique par Sony, le prix Biblioblog aujourd'hui disparu.
28. Philippe Le Guern (dir), *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, collection « Le sens social », 2002 ; Anne Besson, « Le rôle prescripteur des communautés de fans en SFFF », in Brigitte Chapelain et Sylvie Ducas (dir), *Prescription culturelle : avatars et médiamorphoses*, Villeurbanne, Presses de l'enssib, collection « Papiers », 2018, p.315-327. ; David Peyron, « Interrelation et participation : évolutions des relations entre fans et producteurs dans la culture geek », in Brigitte Chapelain et Sylvie Ducas (dir), *Prescription culturelle : avatars et médiamorphoses*, op. cit., p. 301-313.
29. Sylvie Ducas, synthèse d'Habilitation à Diriger des Recherches, *L'auteur, du texte au livre. Pour une approche réticulaire de l'écrivain contemporain*, sous la direction d'Alain Vaillant, Université Paris Nanterre, juin 2013.
30. Antoine Hennion, op. cit.
31. Yves Citton (dir), *L'économie de l'attention. Nouvel horizon du capitalisme ?*, Paris, La Découverte, 2014.
32. Étienne Candel, « Le cas de la critique de livres 'participative' sur les réseaux », in Ivanne Rialland (dir.), *Critique et médium*, Paris, CNRS Éditions, 2016, p. 321-335.
33. Le Goncourt des lycéens est un prix littéraire à jury tournant créé en 1988 par la FNAC en partenariat avec le Ministère de l'Education nationale. Il engage chaque année plus de 2 000 élèves à choisir leur lauréat parmi la première sélection de l'académie Goncourt, en mêlant prescription littéraire et mission éducative de défense de la lecture auprès des jeunes publics.
34. Umberto Eco, *Vertige de la liste*, Paris, Flammarion, collection « catalogues d'exposition », 2009.
35. Frédéric Ciriez, *Bettiebook*, Paris, éditions Verticales, 2018. Le roman oppose deux ordres de la prescription littéraire: celui d'un critique littéraire de la presse écrite sur le déclin, et celui d'une jeune booktubeuse très populaire sur Youtube, défendant la littérature de genre (fantasy, dystopie etc).
36. Bernard Lahire, « La légitimité culturelle en question », in Olivier Donnat (dir), *Regards croisés sur les pratiques culturelles*. Ministère de la Culture - DEPS, « Questions de culture », 2003, 348 pages. ISBN : 9782110052766. URL : <https://www.cairn.info/regards-croises-sur-les-pratiques-culturelles--9782110052766.htm>
37. Michel de Certeau, *L'invention du quotidien*, op. cit., p. 263.

ABSTRACTS

Cet article vise à montrer comment les prix littéraires, ces instances de prescription et de consécration, sont au cœur de logiques à la fois culturelles et marchandes, littéraires et économiques. Il interroge les mutations de la désignation institutionnelle de la valeur et du goût à l'aune de plus d'un siècle d'histoire littéraire et éditoriale. Il cherche à montrer comment les industries culturelles, les « médiamorphoses » ou mutation des supports médiatiques, et la poussée spectaculaire via internet des jugements de goûts amateurs ont modifié le statut symbolique et les représentations collectives de l'écrivain et du livre. Il s'articule autour de trois questionnements, qui correspondent à des mutations successives : l'autorité institutionnelle et ses crises, la déterritorialisation du goût et de la valeur, et enfin, l'atomisation d'une légitimité à la carte, qui ne compromet pas cette reconnaissance littéraire, mais au contraire la renforce symboliquement et économiquement.

INDEX

Mots-clés: prix, goût, valeur, industries culturelles, marché, public, publics, légitimité

AUTHOR

SYLVIE DUCAS

Sylvie Ducas est professeur de littérature française contemporaine à l'université Paris Est-Créteil. Elle a publié *La littérature à quel(s) prix ?* (La découverte, 2019) et a co-dirigé *Prescription culturelle : avatars et métamorphoses* (enssib, 2018). Elle s'intéresse actuellement aux instances de consécration littéraire, aux médiations culturelles, au best-seller, ainsi qu'aux écritures narratives du très contemporain en environnement éditorial et numérique. Elle prépare un livre sur les écritures vives d'aujourd'hui.