

JÉRÔME MEIZOZ

POSTURE DE L'ÉCRIVAIN EN MANAGER¹

Le succès désarme. La récompense est punition.
Il n'y a pas d'artiste réconcilié.

Éric Chevillard

L'engouement d'un public français et international pour *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert* (2012), deuxième roman d'un jeune Genevois, Joël Dicker, est bien connu. La presse a beaucoup commenté le succès viral de ce livre. Paru en co-édition franco-suisse, l'ouvrage s'est vendu à trois millions d'exemplaires, dans soixante pays et en quarante langues².

La Vérité sur l'affaire Harry Quebert

Les plus surprenants des best-sellers, remarque Eva Illouz, émanent d'auteurs quasi inconnus et accèdent rapidement « à des succès que même le programme informatique le plus ingénieux ne saurait pronostiquer »³. En 2005, une nouvelle de Joël Dicker, « Le Tigre », obtient le Prix international des jeunes auteurs (PIJA) et paraît à cette occasion dans une petite maison suisse, L'Hèbe. Le jeune écrivain, juriste de formation, fils d'un enseignant et d'une libraire, confie plus tard à la presse avoir écrit quatre romans refusés avant son premier opus *Les derniers jours de nos pères*, paru en co-édition franco-suisse au printemps 2012 (Prix des écrivains genevois 2010, sur manuscrit). Suit à l'automne de la même année *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert*, dans une même co-édition et avec le retentissement que l'on sait : Prix Goncourt des Lycéens, Grand Prix du roman de l'Académie française, le roman fait partie de la dernière sélection du Prix Goncourt 2012. En septembre 2015 paraît un troisième roman, *Le livre des Baltimore*, mais la coédition franco-suisse a cédé le pas au seul éditeur parisien (De Fallois)⁴. Effet

¹ Extrait tiré – avec l'aimable autorisation de l'auteur et de l'éditeur – des chap. III, IV, V de Jérôme Meizoz, *Faire l'auteur en régime néo-libéral (Rudiments de marketing littéraire)*, Genève, Slatkine, 2020.

² Parmi ses écrits : *Le Tigre*, Fribourg, L'Hèbe, 2005, réédition illustrée chez De Fallois, 2019 ; *Les derniers jours de nos pères*, Paris/ Lausanne, De Fallois/ L'Âge d'homme, 2012 ; *La vérité sur l'affaire Harry Quebert*, De Fallois/ L'Âge d'homme, 2012 ; *Le livre des Baltimore*, Paris, De Fallois, 2015 ; *La disparition de Stephanie Mailer*, Paris, De Fallois, 2018 ; *L'Enigme de la chambre 622*, Paris, De Fallois, 2020.

³ Eva Illouz, *Hard romance. Cinquante nuances de Grey et nous*, Paris, Seuil, 2014, p. 26.

⁴ *Le livre des Baltimore* (2015) a fait l'objet d'une presse abondante mais dans l'ensemble plus sévère, notamment quant à sa qualité littéraire. Voir, par exemple, Éric Chevillard, « Le Club des Cinq en Amérique », *Le Monde*, 2 octobre 2015.

d'une géopolitique littéraire, encore centralisée et parisienne, mais aussi des logiques de diffusion et des difficultés de l'économie d'exportation en Suisse. Début 2018, enfin, *La Disparition de Stephanie Mailer* reproduit quasiment la structure syntaxique du titre à succès *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert*. Similarité qui n'a rien d'étonnant, puisque le processus industriel est analogue. Et qui s'est avisé, d'ailleurs, que *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert* évoquait déjà, en écho, une variante adulte d'Harry Potter ?

Nombreux sont les articles qui saluent, à parution, le succès international d'un « roman français », selon le mot de Marc Fumaroli, et s'empressent ainsi d'oublier la nationalité de l'auteur et la co-édition avec la Suisse. Ce concert mis à part, les critiques les plus récurrentes du roman mobilisent un argument commun : le succès de *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert*, tiendrait moins à la qualité littéraire de l'ouvrage qu'à l'assimilation locale des techniques du roman américain, habileté des dialogues en moins. *Les Inrocks* commentent ainsi :

Mais la loi des prix est parfois impénétrable. Un parfait outsider, tel le Suisse Joël Dicker avec son insipide ersatz de polar américain, *La vérité sur l'affaire Harry Quebert*, peut ainsi rafler le Grand Prix du roman de l'Académie française et se retrouver en lice pour le Goncourt⁵.

Dans ce dossier de réception, une double dépendance est donc lisible : celle d'un auteur suisse à l'égard de l'édition parisienne et celle d'un romancier francophone à l'égard des modèles anglo-saxons.

Ce succès soudain a partie liée avec un circuit littéraire transnational dont l'accès passe par les éditeurs et prix parisiens, puis par les traductions (négociées souvent à la Foire de Francfort) et la presse internationale. Les journalistes ne se privent d'ailleurs pas de décrire le rôle de l'éditeur et les réseaux d'influence par lesquels, avant même sa parution en librairie, le roman accède à la première liste du jury Goncourt. On le devine dans tous ces propos : l'accès au statut de best-seller dépend d'une série de facteurs complexes dont le suffrage d'un large public n'est pas forcément le premier ni le plus décisif. Encore faut-il les conditions structurelles pour de tels événements éditoriaux.

Entretien au magazine économique Bilan

Quel discours le jeune auteur Dicker tient-il sur les mécanismes de ce succès, sur les dépendances qu'ils rendent visibles et sur sa conception du métier ? Examinons d'abord le reportage qu'un magazine économique suisse consacre aux ventes du roman. Le 19 septembre 2013, *Bilan* présente le phénomène littéraire du moment et questionne Joël Dicker :

⁵ Elisabeth Philippe, « Les prix littéraires ont-ils encore un sens ? », *Les Inrockuptibles*, 7 novembre 2012.

Les chiffres obtenus par *Bilan* sont inédits. Douze mois après sa parution, *La vérité sur l'affaire Harry Quebert* dépasse les 850 000 exemplaires vendus en français, les 330 000 en Italie et les 150 000 en Espagne. "Si on ajoute les livres étrangers, à l'heure actuelle, on en est certainement à 1,5 million", précise l'éditeur Bernard de Fallois, contacté par *Bilan*. "Parmi les grands succès que j'ai connus, aucun n'avait rencontré un tel engouement à l'étranger." *Entretien*.

– Joël Dicker, un million et demi d'exemplaires, ça donne le vertige ?

– Oui, ça donne le vertige. Mais j'ai toujours le nez sur l'étape d'après. Je pense que c'est très salubre quand on est encore jeune et que c'est la première fois – peut-être la dernière – qu'arrive un tel succès.

– Où sont vos prochaines promotions ?

– La Pologne pour sûr, la Tchéquie et la Hongrie peut-être... 32 langues font à peu près 45 pays. S'il faut passer quatre ou cinq jours, soit une semaine ouvrable, dans chaque pays, on passe une année sur la route. Cela fait un an que le livre est paru et j'ai envie de continuer mon travail. Le grand dilemme, c'est de réussir à dire non aux éditeurs étrangers et aux journalistes.

– Avez-vous retrouvé votre rythme d'écriture ?

– Oui, mais différemment. Des écrivains m'ont dit : ton statut a changé, tu dois faire de la promo et apprendre à écrire dans le train, dans l'avion, à gauche et à droite. J'ai réussi à prendre le pli, écrire en voyage ou à l'hôtel, me concentrer même sur un quart d'heure. J'ai des carnets dans lesquels j'écris, ce que je faisais moins avant parce que j'ai tendance à les perdre.

– Allez-vous aussi changer de mode de vie, vous installer ailleurs ?

– Je ressens plutôt le besoin de m'isoler. En ce moment, je vis un moment charnière. En France, la rentrée littéraire a finalement balayé *La Vérité*. Il n'est plus dans les quinze best-sellers pour la première fois depuis 49 semaines. Ça veut dire qu'enfin le vent a tourné et que je dois trouver le moyen d'avoir du temps pour moi, avec l'espoir de revenir avec un livre.

– Vous êtes devenu l'auteur suisse romand le plus vendu de tous les temps, notamment devant Jacques Chessex, Nicolas Bouvier, Ramuz... Vous arrive-t-il de vous dire "pourquoi moi" ?

– Ce qui relativise, c'est que je n'arrive pas à leur cheville : ils n'ont pas simplement écrit un livre qui a marché, mais ont bâti une œuvre. Le plus important pour moi, c'est de tenter de montrer que je peux aller plus loin.

– Avec le succès viennent des inconvénients, lequel est le plus insupportable ?

– C'est toujours dur de se plaindre du succès, puisque beaucoup de bonnes choses viennent avec ! Le fait que votre vie ne vous appartient plus. Vous allez boire un verre avec un ami, vous pensez lui parler de soucis personnels, et à la table d'à côté deux personnes vous abordent et vous savez qu'elles vous écoutent. Il faut donner ses propres limites.

– Vous êtes devenu une marque suisse, comme Federer ou l'EPFL. Vous sentez-vous spécifiquement Suisse ?

– Oui, je me sens spécifiquement Suisse, d'autant plus à l'étranger où je donne des conférences pour les représentations suisses. Tout d'un coup vient un attachement très fort : on fait partie d'une équipe qui promeut les valeurs de la Suisse à l'étranger.

– Du côté des États-Unis, où en est le projet d'adaptation au cinéma ?

– Il est en stand-by depuis trois ou quatre mois : la prochaine étape sera que le livre soit disponible en anglais pour que les réalisateurs intéressés puissent vraiment se prononcer. En Angleterre et en Australie, ce sera probablement en avril 2014. Pour le marché Canada-USA, on est en train de voir ce qui va se passer⁶.

Comment l'écrivain argumente-t-il ici ? Quelle image d'auteur donne-t-il dans ce magazine économique d'orientation libérale ? L'écrivain reconnaît qu'après l'énorme succès de son roman, son « statut » et son emploi du temps ont changé. Il accepte volontiers la part de « promo » à réaliser, avec les signatures, déplacements, etc., et parvient à mettre à profit les moindres espaces ou moments pour écrire (« même sur un quart d'heure »). S'il envisage son activité en termes de métier, elle ne renvoie plus à l'imagerie du bureau, de la machine à écrire et de la cigarette, mais à diverses activités de représentation dans l'interstice desquelles le geste d'écrire se fraye une place quasi secondaire. La périodicité du métier est dominée par les « 49 semaines » où le roman appartient à la liste des quinze best-sellers. La sortie de cette liste induit un retour au temps disponible pour écrire. Ce n'est pas l'écriture qui règle l'agenda, mais l'inverse. Précession, donc, de la temporalité économique sur celle de la création. En d'autres termes, l'auteur se résout à créer avec et pour le marché, au sein des opportunités proposées par celui-ci. Régime *professionnel* de l'activité littéraire courant parmi les auteurs qui, depuis le XIX^e siècle, ont prêté leur plume à des campagnes publicitaires. Voilà donc Dicker à l'opposé du régime *vocationnel* (romantique) qui affirme la nécessité intime et impérieuse d'écrire, surgie au sein de la méditation solitaire.

Dans un tel écosystème, l'écrivain ne se formalise pas que *Bilan* le considère comme une « marque » et revendique même ce statut⁷. Les processus économiques du livre ne sont pas occultés mais décrits de manière a-critique comme un environnement naturel. Joël Dicker se montre en effet très informé et actif quant à la promotion de son roman, notamment pour les traductions et adaptations au cinéma (*Pour le marché Canada-USA, on est en train de voir ce qui va se passer*). Impliqué et soucieux, il évoque la phase de commercialisation dans le langage du marketing. Une telle aisance et une telle préoccupation à l'égard du produit économique de la création n'a d'autre exemple, de nos jours, que parmi les stars de l'art contemporain, qu'a décrites Alain Quemin⁸. En effet, le paradigme contemporain inverse le rapport traditionnellement désintéressé du créateur

⁶ *Bilan*, 19 septembre 2013.

⁷ Voir le chapitre « Soi-même comme une marque », *La Littérature « en personne ». Scène médiatique et formes d'incarnation*, Genève, Slatkine, 2016, pp. 75-76.

⁸ Alain Quemin, *Les stars de l'art contemporain. Notoriété et consécration artistiques dans les arts visuels*, Paris, CNRS, 2013 ; Nathalie Heinich, « Le romancier-à-succès », in *Être écrivain. Création et identité*, Paris, La Découverte, pp. 30-34 ; *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard, 2012 ; Antoine Lilti, *Figures publiques. L'invention de la célébrité 1750–1850*, Paris, Fayard, 2014 ; Christiane Klapisch-Zuber, *Se faire un nom. Une anthropologie de la célébrité à la Renaissance*, Paris, Arkhé, 2019.

moderne à l'argent et, pour se différencier du modèle de l'artiste vocationnel, joue la provocation dans ce domaine. Pensons à Andy Warhol, et actuellement à Damien Hirst ou Jeff Koons, ancien trader devenu une grande fortune de l'art⁹.

Conformément aux traits de caractères associés aux Suisses protestants, Dicker a le triomphe modeste et réaffirme son image de fidélité et de fiabilité. L'assurance de son « attachement » fera d'ailleurs retour lors de la soirée promotionnelle pour Swiss. Ainsi, contrairement à d'autres écrivains romands reconnus en France, Dicker ne cherche pas à faire oublier sa nationalité, mais au contraire voue sa réussite au service des « valeurs suisses » associées à son image (précision, fiabilité, dynamisme). Ce faisant, il injecte en quelque sorte dans le champ littéraire français des valeurs « suisses » au service du marché, en plus des montres et du chocolat. En cela, Dicker se distingue radicalement d'auteurs reconnus en France comme C. F. Ramuz, Nicolas Bouvier ou Jacques Chessex qui, au contraire, ont régulièrement satirisé les valeurs helvétiques. Si les ventes de son roman dépassent celles de Ramuz, Bouvier ou Chessex, il dit n'en tirer aucune supériorité, bien au contraire. Un jugement aussi humble repose sur la prémisse selon laquelle un succès commercial n'équivaut nullement à « une œuvre ». C'est pourquoi le jeune auteur envisage son prochain livre comme une étape vers une reconnaissance d'un autre ordre que celle du seul marché, preuve à venir d'une valeur patrimoniale nouvelle, digne d'être considérée comme une « œuvre ». Comme dans le cas de Roger Federer au tennis, le rappel constant de l'humilité fait le lien entre un trait de personnalité et le sérieux discret de la « qualité suisse », label bien connu dans la sphère industrielle.

[...]

Le statut de best-seller n'est pas sans lien avec la promotion publicitaire. Or, que lit-on dans l'*Incipit* de *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert* ? : « Tout le monde parlait du livre [de Marcus Goldman] ». Et plus loin, ceci : « Personne ne sait qu'il est écrivain. Ce sont les autres qui le lui disent » (p. 63). Autrement dit, les questions du succès du livre et de la reconnaissance consécutive de l'écrivain sont logées au cœur même de la fable : l'intrigue de *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert* est en quelque sorte construite comme la prophétie auto-réalisatrice de son succès commercial. Le roman de Dicker confronte deux écrivains, Marcus Goldman, couronné de succès pour son premier livre mais désormais en panne d'idées, et son ancien professeur, Harry Quebert, auteur d'un best-seller intitulé *L'origine du mal*, soupçonné d'avoir assassiné une jeune fille de quinze ans dont il était épris. Comme le best-seller de Quebert, l'intrigue de Dicker raconte (en abyme) le processus de marketing qui la fait connaître. Le discours sur la littérature

⁹ Nathalie Heinich, *Le paradigme de l'art contemporain. Structures d'une révolution artistique*, Paris, Gallimard, 2014, pp. 78-79.

porté par le roman relève d'ailleurs d'un même imaginaire du succès : mystique de l'inspiration ; aura érotique de l'écrivain ; célébration des pouvoirs de la littérature et des bienfaits de celle-ci dans les vies ordinaires. Version également pieuse et assez voisine dans *La Vie secrète des écrivains* (2019) de Guillaume Musso, qui met en scène un jeune auteur souvent refusé par les éditeurs, « ces gestionnaires de la littérature qui lisent les textes à travers le prisme d'un tableau Excel », et son admiration pour un aîné intègre, Nathan Fawles, retiré du monde après avoir renoncé à la littérature (ce personnage est un agrégat de Philip Roth, Elena Ferrante et Thomas Pynchon, tous rétifs à l'exigence médiatique)¹⁰.

Dans ces deux cas, les valeurs de gratuité, centrales dans une conception autonomiste de la littérature, deviennent celles-là mêmes au nom desquelles justifier la grande production ! Dans le monde de la *com'*, on n'est pas à un paradoxe près. Et cette profession de foi bénigne en la littérature permet aussi d'assurer la jonction entre l'enthousiasme d'un Marc Fumaroli de l'Académie française et celui des lecteurs les plus ordinaires. Une fois posé comme un interprétant universel de la vie humaine, le roman mérite d'être vendu en grandes quantités, sans être soupçonnable d'obéir aux seuls intérêts du commerce. La littérature comme réparation du monde, comme lieu du *care* et de l'attention à l'autre, n'est-ce pas là un des clichés indiscutés de notre époque ?

Synthèse

Le formidable écho de *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert* a fait de Joël Dicker une célébrité incarnant plusieurs idéaux : jeunesse, *sex appeal*, créativité, succès, liberté. À une échelle plus locale, sans doute, les campagnes publicitaires du chanteur pop Bastian Baker reposent sur les mêmes attendus. Tous deux sollicités par la compagnie aérienne Swiss, Dicker et Baker ont sociologiquement en commun d'être de jeunes hommes présentant bien et prêts à produire pour le marché, selon ses contraintes, explicites ou intériorisées. Leur discours ne réfère pas à une nécessité créatrice par défi esthétique (art pour l'art, Flaubert), par souci de la vie publique (de Zola à Sartre) ou par émulation vis-à-vis des pairs littéraires (Bourdieu). Dans l'environnement médiatique de la littérature, l'écrivain doit pouvoir tenir un discours adapté aux circonstances : en l'occurrence, dans le cosmos de l'entreprise privée, une *parole de vendeur*. Ou du moins une parole sur la littérature qui la rende en partie compatible avec le régime marchand, sans lui porter atteinte en tant que pratique culturelle démocratique.

C'est dire si la réflexion sur le best-seller gagne à tenir ensemble au moins trois problèmes : celui de la montée en singularité des artistes, celui des logiques spécifiques du champ littéraire et enfin celui du modèle économique qui régit la chaîne du livre. En l'occurrence, la singularité de Joël Dicker s'élabore à travers la

¹⁰ Pierre Mondot, « Mussologie », *Le Matricule des anges*, mai 2019, p. 50.

promotion médiatique de l'auteur sur fond d'un cosmos marchand présenté comme bénéfique et pacifié, en étroite affinité avec le secteur le plus commercial du champ littéraire. Dans un tel univers de production, même le style, pourtant critère suprême invoqué par la « grande » littérature, s'avère mobilisable comme marqueur commercial. La griffe auctoriale que constitue le style sert à singulariser le nom d'auteur dans un contexte commercial visant la labellisation. En effet, en quelques décennies, la littérature a passé d'un régime de la signature à un régime de la marque, ce qu'illustre bien l'image de Michel Houellebecq dans l'univers médiatique contemporain.

Un tel phénomène de librairie permet d'observer un écosystème littéraire multiple : primat de la vidéosphère, viralité des réseaux sociaux et impact du *storytelling*, crise de la librairie, recul de la critique littéraire et *peopolisation* de la presse, entrecroisement des demandes commerciales avec celles de la création, et enfin assimilation des artistes aux *stars*¹¹. Il ne suffit donc pas de décrire le best-seller comme un produit paramétré, car un tel objet ne parvient au succès commercial qu'à travers un mode complexe de circulation. Et dans ce parcours sont décisifs les discours qui l'accompagnent, tant de l'auteur que des divers médiateurs.

La demande médiatique qui a suivi le phénomène éditorial de *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert* a placé le jeune auteur en situation de justifier, d'expliquer et de commenter sa pratique et ses croyances littéraires. Ceci d'autant plus que la réception des romans de Dicker laisse entrevoir un désaccord inconfortable sur la valeur de ses écrits. Liée, comme celle de Georges Simenon dans les années 1950, aux chiffres de ventes et à la visibilité médiatique, celle-ci apparaît comme fortement dépendante de l'univers économique, qu'il soit médiatique ou industriel. Or, dans les mondes de l'art, comme l'a montré Nathalie Heinich, coexistent plusieurs étalons de mesure de l'importance d'un créateur. Cette pluralité des grandeurs maintient des situations d'ambivalence, par exemple lorsque la grandeur économique n'est pas ajustée à la notoriété ou au talent¹². Dans un cas, le talent n'est pas sanctionné par les ventes ou les prix (les poètes maudits) ni par aucun effet de renom (les écrivains méconnus). Dans le cas inverse, c'est le succès commercial ou la notoriété publique qui sont frappés du soupçon d'être sans rapport avec le talent (de Guillaume Musso à Paulo Coelho). Si les formes de reconnaissance comme la gloire, la célébrité ou l'argent font problème, c'est qu'elles prennent le pas sur la valeur littéraire proprement dite, désormais reléguée au second plan, derrière la vie publique de l'écrivain :

D'où l'ambivalence de bien des écrivains à l'égard du succès : ambivalence bien réelle, qu'il serait simpliste de réduire à l'hypocrisie. Car accorder trop de poids à la

¹¹ Edgar Morin, *Les Stars*, Paris, Seuil, 1957.

¹² Nathalie Heinich, *L'épreuve de la grandeur. Prix littéraires et reconnaissance*, Paris, La Découverte, 1999, p. 255.

reconnaissance à court terme conférée par le prix serait trahir une méconnaissance des vraies valeurs littéraires ; mais mépriser totalement le crédit public dont on bénéficie équivaudrait à se priver soi-même du plaisir d'être reconnu¹³.

Cette situation est un produit historique. Le champ littéraire moderne s'est structuré, depuis Flaubert au moins, à partir de deux antinomies croisées : d'une part, celle entre le monde de l'*inspiration* (talent) et celui du *renom* (gloire et célébrité¹⁴) ; de l'autre, l'opposition entre le *succès* commercial et le *prestige* symbolique, en tant que valeur reconnue par les pairs.

Alors que le secteur le plus autonome du champ littéraire privilégie l'œuvre à la personne et le long terme au court terme, l'auteur de best-sellers y occupe une place inconfortable : d'une part, sa popularité auprès des lecteurs apparaît comme l'inverse du renom sur la longue durée (la postérité conférée par l'histoire littéraire, les œuvres complètes, thèses et biographies) et d'autre part, le chiffre élevé des ventes reste sans commune mesure avec le prestige et la rareté que valorisent les spécialistes. Ainsi, le best-seller pâtit d'une faible reconnaissance littéraire parce qu'il relève, avec d'autres types d'ouvrages (« érotiques », « policiers » ou « romans-à-l'eau-de-rose »), d'une

production répondant à la demande préexistante d'un lectorat peu sélectionné, et correspondant chez l'auteur à des motivations extérieures à la création – recherche du succès financier, satisfaction des besoins de divertissement du public ou souci de démocratiser l'accès à la lecture¹⁵.

La discordance entre les formes de reconnaissance hétéronomes (argent, visibilité, popularité, etc.) et les formes plus autonomes, précise Heinich, « engendre de multiples dénonciations, suspicions et ragots, dont une fréquentation même superficielle de ce milieu indique qu'ils en sont une caractéristique majeure »¹⁶.

La réussite littéraire plonge donc son bénéficiaire dans une situation paradoxale « où il lui faut, pour se montrer digne de la dignité qui lui est faite, se montrer capable de la dénoncer au nom des valeurs supérieures auxquelles il aspire [...] »¹⁷.

Face à ces doubles contraintes, Dicker arbore une posture modeste, souvent mobilisée par des vedettes helvétiques (ou plus généralement des espaces périphériques aux grandes nations littéraires). Loin de dénoncer les logiques du succès économique, il contribue à les naturaliser, en les présentant comme l'évidence du marché littéraire. Sur ce point, l'intrigue de *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert* et les commentaires à propos du succès du roman se rejoignent,

¹³ *Ibidem*, p. 256.

¹⁴ Luc Boltanski, Laurent Thévenot, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.

¹⁵ Nathalie Heinich, *Être écrivain. Création et identité*, p. 30.

¹⁶ Nathalie Heinich, *L'épreuve de la grandeur*, p. 259.

¹⁷ *Ibidem*, p. 261.

éclairant l'assertion d'Eva Illouz selon qui le best-seller constitue « une sorte de baromètre des normes et des idéaux d'une société » capable de produire chez ses lecteurs une forte « résonance culturelle »¹⁸.

Mais Joël Dicker se garde bien de se laisser réduire à cette dimension : la promotion de son livre ne se fait pas au service de son seul intérêt, mais en vue de « défendre la littérature ». Dans un tel propos, l'argument humaniste d'illustration de la culture se voit transformé en slogan publicitaire. Quand la popularité permet à l'écrivain de faire lire des gens qui ne lisent pas (« *Commencez par faire lire les gens et revenez me voir ensuite !* ») et de favoriser l'unité de la communauté (« *Ce qui est beau dans un livre, c'est que ça rassemble* »), ces justifications atténuent subtilement le caractère marchand de la situation, au profit de valeurs plus nobles et relevant de l'intérêt général...

BIBLIOGRAPHIE

- BOLTANSKI, Luc, THÉVENOT, Laurent, *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard, 1991.
- CHEVILLARD, Éric, « Le Club des Cinq en Amérique », *Le Monde*, 2 octobre 2015.
- DICKER, Joël, *Le Tigre*, Fribourg, L'Hébe, 2005, réédition illustrée chez De Fallois, 2019.
- DICKER, Joël, *L'Enigme de la chambre 622*, Paris, De Fallois, 2020.
- DICKER, Joël, *La disparition de Stephanie Mailer*, Paris, De Fallois, 2018.
- DICKER, Joël, *La Vérité sur l'affaire Harry Quebert*, De Fallois/ L'Âge d'homme, 2012.
- DICKER, Joël, *Le livre des Baltimore*, Paris, De Fallois, 2015.
- DICKER, Joël, *Les derniers jours de nos pères*, Paris/ Lausanne, De Fallois/ L'Âge d'homme, 2012.
- PHILIPPE, Élisabeth, « Les prix littéraires ont-ils encore un sens ? », *Les Inrockuptibles*, 7 novembre 2012.
- HEINICH, Nathalie *Le paradigme de l'art contemporain. Structures d'une révolution artistique*, Paris, Gallimard, 2014.
- HEINICH, Nathalie, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard, 2012.
- HEINICH, Nathalie, *Être écrivain. Création et identité*, Paris, La Découverte, 2000.
- HEINICH, Nathalie, *L'épreuve de la grandeur. Prix littéraires et reconnaissance*, Paris, La Découverte, 1999.
- ILLOUZ, Eva, *Hard romance. Cinquante nuances de Grey et nous*, Paris, Seuil, 2014.
- KLAPISCH-ZUBER, Christiane, *Se faire un nom. Une anthropologie de la célébrité à la Renaissance*, Paris, Arkhé, 2019.
- LILTI, Antoine, *Figures publiques. L'invention de la célébrité 1750–1850*, Paris, Fayard, 2014.
- MEIZOZ, Jérôme, *La Littérature « en personne ». Scène médiatique et formes d'incarnation*, Genève, Slatkine, 2016.
- MONDOT, Pierre, « Mussologie », *Le Matricule des anges*, mai 2019, p. 50.
- MORIN, Edgar, *Les Stars*, Paris, Seuil, 1957.
- QUEMIN, Alain, *Les stars de l'art contemporain. Notoriété et consécration artistiques dans les arts visuels*, Paris, CNRS, 2013.

¹⁸ Eva Illouz, *Hard romance*, p. 8 et 42.