

Denis Saint-Jacques, Jacques Lemieux, Claude Martin et Vincent Nadeau, *Ces livres que vous avez aimés. Les best-sellers au Québec. De 1970 à aujourd'hui*, Québec, Nuit blanche, 1994, 224 p.

Juan Carlos Miguel de Bustos

Numéro 24, 1995

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1002288ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1002288ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Département de sociologie - Université du Québec à Montréal

ISSN

0831-1048 (imprimé)

1923-5771 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

de Bustos, J. C. M. (1995). Compte rendu de [Denis Saint-Jacques, Jacques Lemieux, Claude Martin et Vincent Nadeau, *Ces livres que vous avez aimés. Les best-sellers au Québec. De 1970 à aujourd'hui*, Québec, Nuit blanche, 1994, 224 p.] *Cahiers de recherche sociologique*, (24), 259–263.
<https://doi.org/10.7202/1002288ar>

Denis Saint-Jacques, Jacques Lemieux, Claude Martin et Vincent Nadeau, *Ces livres que vous avez aimés. Les best-sellers au Québec. De 1970 à aujourd'hui*, Québec, Nuit blanche, 1994, 224 p.

L'industrie du livre est, parmi les industries culturelles, et tout comme avec l'industrie du disque, une industrie peu connue, sur laquelle n'existent pas beaucoup de données et de recherches, ce qui contraste avec son importance sur le chapitre des recettes, de l'emploi, et surtout de son influence sociale. C'est pourquoi le monde de la recherche doit se réjouir de tout apport dans ce champ.

L'ouvrage de Saint-Jacques et de ses collaborateurs porte sur les best-sellers, ou mieux, sur les livres les plus achetés. Les auteurs définissent le best-seller «comme un succès de librairie attesté par une compilation périodique et publique» (p. 13). Il faut commencer par oublier le lot de préjugés entourant les best-sellers, tout particulièrement le mépris de leur valeur littéraire et l'opposition quantité/qualité. C'est tout particulièrement Denis Saint-Jacques qui, au chapitre III, montre le tort de ces préjugés.

Les best-sellers sont une conséquence du *star system* qui caractérise et oriente les industries culturelles, avec des équivalents dans l'édition du disque (disques d'or et de platine, listes de ventes) et dans celle du film (listes des *box office*).

Au cœur de la problématique des best-sellers se trouve la question des listes par lesquelles le best-seller se révèle et qui encadrent l'interaction entre tous les acteurs intervenant dans l'industrie, spécialement *en amont* entre celle-ci et les lecteurs. Cette logique des listes se retrouve dans le domaine de la télévision où elle est plus étendue, à travers les mesures complexes de l'écoute. Dans ce dernier cas, l'interaction ne se fait pas directement entre le consommateur et le programmeur, elle passe par la publicité.

Au Québec, les listes, comme mécanisme fondamental de l'édition du livre, ont été soumises à un procès de raffinement et se sont complexifiées depuis le début des années quatre-vingt-dix, avec une plus grande thématisation ou segmentation. C'est pour cette raison que les listes (spécialement les titres parus dans *La Presse* depuis les années soixante-dix) constituent l'outil de base de ce livre, qui veut «contribuer à l'étude de la question des identités au Québec et fournir un apport québécois au débat scientifique international sur les études culturelles» (p. 12). La question identitaire apparaît comme conséquence de la conjonction des cultures américaine, française et québécoise sur le marché du livre.

L'ouvrage est divisé en quatre chapitres, chacun signé par un auteur. On apprécie les nombreuses démarches méthodologiques, car on y trouve d'abord principalement des analyses littéraires et sociologiques et, ensuite, les analyses économiques. Bien qu'il couvre l'ensemble de la question du livre, cet ouvrage s'intéresse surtout au dernier maillon: le rapport du lecteur au produit lui-même. Ce parcours transdisciplinaire enrichit la contribution des auteurs et suggère de nouvelles études complémentaires, par exemple l'étude des différents types de listes selon leur support (presse de qualité, télévision, etc.), l'étude de l'évolution de la proportion des livres définis comme best-sellers par rapport au total des livres vendus, etc.

Vincent Nadeau a rédigé le premier chapitre à partir d'entrevues réalisées avec des auteurs, des éditeurs, des distributeurs, des libraires et des agents du gouvernement chargés de l'aide à l'industrie du livre, entretiens ayant porté sur des questions reliées à la définition du terme best-seller, à la provenance nationale des best-sellers, au nombre de pages, à la lisibilité, au lectorat, etc. Curieusement, il semble qu'on n'ait pas cherché à connaître le point de vue du lecteur.

Malgré la diversité des réponses, on découvre quelques sensibilités: celle de certains auteurs qui n'aiment pas l'étiquette de best-seller; celle des éditeurs, qui voient dans les listes de best-sellers dressées par les libraires une menace à leur pouvoir; celle de l'éditeur qui, par le biais du distributeur, assure la visibilité des best-sellers, de façon que l'acheteur puisse les repérer facilement.

Ce premier chapitre présente une vision globale, articulée à partir de l'intérieur de l'industrie du livre, et donne un bon aperçu du best-seller. Les chapitres suivants proposent une analyse complémentaire.

Pour le deuxième chapitre, Claude Martin a préparé une liste selon un système de points, liste qui comprend 451 titres de best-sellers recensés dans *La Presse* entre 1970 à 1990. La liste de Martin tient compte non seulement du nombre de fois qu'un titre apparaît dans les listes de *La Presse*, mais aussi de leur rang, ainsi que du mois d'apparition. Elle nous apprend que 38 % des auteurs sont canadiens, 31 % américains et 23 % français et que seulement 27 % des 451 œuvres ont été écrites par des femmes.

Les auteurs québécois apparaissant dans ces listes ont surtout écrit des livres pratiques et des essais; dans le domaine de la fiction, leur présence est plutôt réduite. Quant aux éditeurs québécois, ils ont mis sur le marché 47 % des best-sellers, le reste étant presque exclusivement dû aux éditeurs français (52 %). Par ailleurs, les éditeurs québécois ont mis sur le marché des ouvrages publiés par d'autres éditeurs,

principalement américains, dans une proportion de 22 %. La présence américaine est le fait d'éditeurs français, car 40 % des titres mis en marché sont des ouvrages américains.

Par genres, la moitié des titres appartiennent au domaine de la fiction et de la bande dessinée, suivis par la biographie et l'essai, avec près de 18 % pour chacun de ces genres.

À la fin du chapitre, l'auteur compare les listes des best-sellers au Québec avec celles de la France et des États-Unis; il en ressort que seulement un tiers des titres ont figuré dans au moins une des listes des pays considérés.

Denis Saint-Jacques, dans le troisième chapitre, s'intéresse à la façon de raconter ou à la mise en récit. Il signe aussi la conclusion de l'ouvrage.

En utilisant l'indice de lisibilité de Flesh, il montre qu'il n'existe pas de différence appréciable entre la moyenne des best-sellers et les neuf prix littéraires qu'il analyse. Il n'y a pas non plus une différence de qualité stylistique.

Prenant en considération le temps de récit et le type de narrateur (interne et externe), il identifie la majorité des best-sellers avec le modèle du roman réaliste balzacien.

Examinant une sélection d'une trentaine de *super-sellers*, Saint-Jacques relève une tendance vers les histoires de réussite. Dans le chapitre précédent, Claude Martin avait aussi signalé l'intérêt pour la réussite sur les plans économique ou amoureux. Cet attrait pour la réussite est particulièrement manifeste chez les auteurs américains, moins chez les auteurs québécois et encore moins chez les auteurs français; elle s'exprime tout spécialement dans les genres fiction et biographie.

L'histoire de réussite peut être analysée sous l'angle d'une séquence de quatre traits centraux — difficultés, résistance à l'adversité, échec affectif, succès — et de trois traits accessoires. Elle renvoie obligatoirement à la relation entre ce modèle récurrent et l'imaginaire social, qui fait qu'un récit peut passer sous silence certains des traits, le sous-entendu et d'autres mécanismes pouvant révéler le trait non explicite (implicite).

La littérature québécoise s'est écartée de ce modèle classique, ce qui amène l'auteur à suggérer que cet éloignement est à l'origine de la faible représentation des romans québécois parmi les best-sellers: «La relative faiblesse québécoise dans le champ de la littérature de grande

consommation n'est pas uniquement d'ordre économique, mais concerne aussi des scénarios narratifs littéraires construits en dysfonctionnement par rapport au modèle le plus efficace dans ce marché. Ça peut s'expliquer par une dépendance de la sanction critique littéraire, plutôt que par le souci de la recherche du marché» (p. 161). Il ajoute qu'au Québec les récits de type *identitaire* sont hégémoniques et que certains auteurs (A. Cousture, Y. Beauchemin, F. Ouellette, A. Parizeau) ont su adapter le récit de réussite à cet intérêt du lectorat (p. 167).

Dans le chapitre IV, Jacques Lemieux se penche sur l'étude du lectorat, adoptant une approche principalement qualitative, afin de voir s'il existe un public fidèle ou spécialisé.

L'approche qualitative est nécessaire dès le moment où l'on veut répondre à des questions comme: Qui lit? Que lit-on? Pourquoi et comment? L'auteur s'appuie sur une étude de S. Provost sur les habitudes et les motivations de lecteurs de culture moyenne ainsi que sur une enquête diachronique par panel menée à deux moments différents (1985 et 1989-1992) auprès de lecteurs assidus de best-sellers. En complément à cette approche, l'auteur se réfère à des recherches quantitatives sur les comportements culturels des Québécois effectuées par le ministère la Culture du Québec.

De cette imposante somme de données, Lemieux dégage que la lecture chez les Québécois vient au deuxième rang des activités de loisir, après le sport, et est le fait principalement des Québécoises; en effet, 64 % des femmes se déclarent lectrices contre 42 % des hommes. Et de tous les Québécois lecteurs de livres (soit 58 %) 46 % se déclarent amateurs de best-sellers. Les femmes occupent la première place dans ce dernier groupe, car elles comptent pour 67 % du lectorat des best-sellers. Le profil du lecteur-type de best-sellers est donc le suivant: une femme ayant entre 25 et 44 ans qui a fait des études collégiales ou universitaires.

Un tel portrait du lectorat des best-sellers s'oppose donc à une croyance fort répandue puisque ces «lecteurs» se révèlent aussi scolarisés que ceux des œuvres dites littéraires.

L'auteur poursuit son étude de ce qui intéresse le public lecteur de best-sellers, selon le sexe et selon la scolarité. Mais c'est sur la question du pourquoi et du comment on lit que l'étude qualitative se révèle surtout pertinente. Il en ressort que ce sont les individus les plus instruits qui font état du plaisir comme motivation, l'enrichissement intellectuel étant l'autre motif majeur, ainsi que la subordination des exigences esthétiques au besoin d'évasion. Il semble toutefois y avoir une contradiction, car, selon l'enquête de 1989-1992, les universitaires déclarent

en même temps lire plus de livres et consacrer à la lecture moins d'heures que les autres. Cependant, cette contradiction disparaît au fur et à mesure que l'on prend en considération le fait que les universitaires lisent d'autres livres parfois reliés au travail et que leur habitude et capacité de lecture leur permettent de parcourir davantage de documents en moins de temps.

La lecture de cet ouvrage qui parle de livres montre que le best-seller occupe une place majeure dans la société québécoise actuelle. «Mieux vaut connaître les règles», concluent les auteurs. En effet, mieux vaut connaître les règles du fonctionnement du marché des best-sellers. Car connaître, c'est le commencement de l'anticipation ou de la transformation, s'il le faut, pour réussir.

Juan Carlos Miguel de BUSTOS
Département de communication audiovisuelle et de publicité
Université du Pays Basque à Bilbao (Espagne)