



HAL
open science

Conclusion - La valeur du livre

Catherine Rideau-Kikuchi

► **To cite this version:**

Catherine Rideau-Kikuchi. Conclusion - La valeur du livre. *Hypothèses*, 2022, 23 (1), pp.219-227. 10.3917/hyp.191.0219 . hal-04385652

HAL Id: hal-04385652

<https://hal.science/hal-04385652>

Submitted on 7 Jun 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Construire la valeur

CATHERINE RIDEAU-KIKUCHI

La notion de valeur ne se réduit bien évidemment pas au prix, même si celui-ci reste un élément important, dont les auteurs et autrices ici ont cherché à comprendre les interactions avec d'autres critères de valeur. La notion de régime de valorisation ou de production de la valeur, utilisée par Augustin Guillot, est en cela particulièrement intéressante afin d'essayer de comprendre la manière dont on attribue une valeur, y compris marchande, en lien avec la manière dont les livres circulent et sont reçus par les lecteurs. La manière dont la valeur est fixée doit ainsi être pensée au sein de chaque société. Les matériaux composant l'objet-livre sont un critère déterminant pour l'aristocratie byzantine dans le cadre d'une consommation de prestige, la valeur marchande rejoignant ici partiellement la valeur symbolique. Comme le montre Benoît Cantet dans le cas de livres religieux, le caractère sacré ne rentre pas en ligne de compte en soi, bien que la richesse matérielle que représente le livre soit décrite comme favorisant la dévotion et rappelant la gloire divine.

Le consensus autour d'un régime de valorisation n'empêche pourtant pas les frictions quand le livre devient le réceptacle de valeurs concurrentes ou quand il entre en contradiction avec le régime économique. Dans le cas des recueils poétiques du XIX^e siècle étudiés par Augustin Guillot, les genres académiquement très valorisés se retrouvent finalement dans des brochures peu coûteuses, tandis que les genres plus périphériques sont publiés dans des ouvrages plus chers, nécessitant une plus forte intensité capitaliste. La prégnance de ce régime économique conduit en retour à transformer la valeur que la société accorde aux genres poétiques, la diffusion des livres prenant une importance de plus en

plus grande dans la notoriété et la reconnaissance des auteurs. Dans le cas des livres religieux de l'Égypte tardo-antique étudiés par Élodie Mazy, la valeur économique et matérielle des livres peut entrer en contradiction avec la valeur spirituelle et religieuse de ceux-ci : en particulier, ils semblent pouvoir détourner leur possesseur de l'idéal de pauvreté. Cela n'empêche cependant pas les sources de témoigner dans les testaments ou les inventaires de la prise en considération de cette valeur économique. L'imprimerie a évidemment introduit des transformations dans cette articulation entre prix et valeur. L'évolution technique de reproduction des livres a conduit à une baisse du prix, mais a également transformé en profondeur les critères de valorisation de ces objets. Avec le développement de la nouvelle industrie culturelle, l'âge du livre devient un critère fondamental, alors qu'il n'avait que peu de pertinence auparavant, puisque ces objets étaient censés durer plusieurs siècles. Les textes dont ils étaient dépositaires n'avaient pas de date de péremption. L'imprimerie crée au contraire une notion d'obsolescence dont les imprimeurs et éditeurs ont besoin pour développer la demande de livres. Les producteurs de livres créent de nouveaux besoins dans le public, développant une véritable « rhétorique de la nouveauté ». Les imprimeurs, les libraires, mais également les lettrés impliqués dans l'imprimerie produisent un nouveau discours sur et autour du livre, valorisant la nouveauté et la mise à jour des éditions, celles-ci étant assimilées à une meilleure correction du texte. Les éditions plus anciennes sont considérées comme dépassées par un nouveau travail éditorial, une nouvelle traduction, une nouvelle mise en page, afin d'inciter les consommateurs à acheter les nouveaux livres même s'ils possèdent déjà le titre en question¹. La naissance d'un marché économique autour du livre crée de nouveaux critères de valeur.

¹ E. ORNATO, « Les conditions de production et de diffusion du livre médiéval (xiii^e-xv^e siècles). Quelques considérations générales », dans *La face cachée du livre médiéval. L'histoire du livre vue par Ezio Ornato, ses amis, ses collègues*, Rome, 1997,

Cela produit également une segmentation du marché sur le long terme : les producteurs sur le marché du livre neuf se doivent d'être réactifs à l'actualité éditoriale de plus en plus frénétique. Le marché du livre ancien, voire du livre rare, accorde une valeur paradoxale à l'ancienneté, à mesure que les manuscrits ou que les « beaux » imprimés se patrimonialisent et acquièrent une valeur bibliophilique. Dès le xvii^e et surtout au xviii^e siècle, le prix des éditions considérées comme rares est influencé par les pratiques bibliophiles².

À partir des années 1820, les goûts bibliophiles valorisent alors les ouvrages des xvii^e et xviii^e siècles, non pas tant pour leur contenu textuel mais pour leur aspect extérieur, et plus spécifiquement leur reliure. Cela contribue à la patrimonialisation voire même à la muséification des livres, comme cela a pu être développé dans certaines études récentes³.

Ces différents exemples soulignent combien la valeur se détermine en lien avec la construction d'un marché du livre, ou en tout cas d'un espace de circulation du livre. Celui-ci se segmente en fonction du type de valeur qu'on lui attribue ou qui prédomine dans un certain espace social. La concurrence des valeurs du livre peut amener à former des espaces de circulation parallèles, communiquant peu. Que ce soit la segmentation du marché entre roman et poésie au xix^e siècle, entre livre grec et littérature de piété au xv^e siècle, ou la formation d'un marché captif du livre de prix,

p. 97-116

² Y. SORDET, « Bookprice and its Use in Librarian and Collector's Practices (France, 17th-18th c.) », communication donnée dans le colloque *Le monde économique et social du livre en Italie et en Europe. Un espace transnational et européen ?*, Rome, École française de Rome, 28-29 mai 2019.

³ M. LE BAIL, « L'habit fait-il le livre ancien ? Reliures et éditions classiques chez les bibliophiles français du xix^e siècle », *Book Practices & Textual Itineraries*, 9 (2019), p. 119- 130 ; EAD., « Pour un usage expositionnel du livre. Les reliures-vitrines des bibliophiles fin-de-siècle », *Interférences littéraires/Littéraire interferences*, 16 (2015), p. 81-95

ces espaces de circulation répondent à des logiques économiques et sociales propres et font appel à un public bien identifié à l'avance par les producteurs. Cette segmentation traverse ainsi les producteurs de livres, qui ne produisent pas tous pour les mêmes publics, qui ne recherchent et ne valorisent pas les mêmes éléments dans les livres. C'est ainsi que, dans les premiers temps de l'imprimerie, certains acheteurs seront prêts à déboursier des sommes importantes pour des ouvrages astronomiques illustrés, qui auront nécessité une grande technicité pour la réalisation des gravures – à l'image des éditions vénitienes d'Erhard Ratdolt –, quand d'autres au contraire seront prêts à payer pour des ouvrages classiques bien mis en page ou dans des caractères élégants – à l'image de ceux de Nicolas Jenson à Venise, ou plus tard des Estienne à Paris. Alde Manuce, de son côté, imprime des ouvrages classiques de petits formats qui, contrairement aux idées reçues, sont des ouvrages très coûteux par rapport aux autres livres sur le marché, mais qui sont destinés à un public d'administrateurs ou de courtisans, prêts à payer pour l'élégance du volume et des caractères, pour des textes classiques grecs et latins extrêmement valorisés dans la culture curiale italienne du xv^e siècle et pour un format qui leur permet de les transporter sur le lieu de leurs activités quotidiennes⁴. Le public des in-octavo d'Alde Manuce n'est donc en aucun cas le même que celui des petits formats parisiens de littérature de dévotion beaucoup plus populaires et chacun de ces livres répond à des critères de valorisation différents.

Une valeur dans l'interaction

La fixation de la valeur ne se fait donc pas *in abstracto* mais dans des interactions concrètes entre des acteurs, des pratiques et des discours. Le prix du livre lui-même est évidemment un

⁴ M. LOWRY, « *Magni nominis umbra* ? L'editoria classica da Aldo Manuzio Vecchio ad Aldo Giovane », dans *La stampa in Italia nel Cinquecento*, Rome, 1992, vol. 1, p. 237-254.

indicateur fondé entièrement sur l'interaction entre un marché de producteurs et de consommateurs. Des théories de sociologie économique visent aujourd'hui à mieux comprendre ces interactions, palliant souvent des asymétries d'informations sur la qualité des produits mis en vente et sur le résultat des transactions des autres producteurs⁵. Les travaux de l'ERC *Early Modern Book Trade* dirigé par Angela Nuovo à l'université de Milan permettent également de jeter un jour nouveau sur la formation des prix du marché du livre à l'époque moderne. Une analyse systématique des prix des catalogues de libraires à Lyon et Anvers permet, par exemple, de montrer comment le prix est influencé par les crises, notamment militaires, mais également se construit en fonction de la concurrence, Christophe Plantin s'adaptant aux prix du marché lyonnais et les imprimeurs alignant leurs prix les uns par rapport aux autres⁶. Se questionner sur la valeur amène à s'interroger sur la manière dont les échanges sont coordonnés et sur la question de la formation des prix. En cela, l'étude des interactions entre prix et valeur dans l'économie d'Ancien Régime, qui a été particulièrement étudiée par Jean-Yves Grenier, permet de mieux comprendre les mécanismes du marché du livre, comme des autres marchés⁷.

La valorisation du livre s'exerce également en dehors du marché économique, dans l'interaction entre les acheteurs, les producteurs et, plus largement, toutes les personnes impliquées de près ou de loin dans sa mise en circulation publique. Ces

⁵ Voir les travaux de l'économie des conventions ainsi que H. C. WHITE, « Where Do Markets Come From ? », *American Journal of Sociology*, 87-3 (1981), p. 517-547 ; H. C. WHITE,

F. GODART et V. CORONA, « Produire en contexte d'incertitude. La construction des identités et des liens sociaux dans les marchés », *Sciences de la société*, 73 (2008), p. 17-40.

⁶ R. MILAZZO, « Le prix des livres à Lyon et Anvers au XVI^e siècle : concurrence ou consensus ? », communication donnée dans le colloque *Le monde économique et social du livre en Italie et en Europe. Un espace transnational et européen ?*, Rome, École française de Rome, 28-29 mai 2019.

⁷ J.-Y. GRENIER, *L'économie d'Ancien Régime : un monde de l'échange et de l'incertitude*, Paris, 1996, voir en particulier p. 11

interactions peuvent ainsi servir à rehausser le prestige des producteurs. Les imprimeurs humanistes des xv^e et xvi^e siècles se servent largement du prestige des textes et des auteurs qu'ils publient pour asseoir leur position économique mais également symbolique. Qui sera « l'imprimeur d'Érasme » ? Que ce soit Alde Manuce, Johann Froben ou Thierry Martens, ce titre ne compte pas pour rien sur la scène européenne⁸. Le travail de Philippine Azadian permet de montrer comment le prestige du livre grec et sa qualité scientifique rejaillissent non seulement sur les imprimeurs, mais également sur le pouvoir royal de François I^{er}, qui peut alors se présenter comme protecteur des lettres et se servir de cet argument pour attirer des lettrés européens dans sa capitale. Les interactions de l'imprimerie avec le pouvoir politique et sa protection sur les entreprises littéraires et typographiques trouvent de multiples manières d'être publicisées, que ce soit à travers les privilèges royaux⁹ ou à travers les lettres de dédicace¹⁰.

Les possesseurs peuvent également investir les livres de valeurs externes. Le *Typicon* de Lincoln étudié par Benoît Cantet est un bel exemple de manuscrit investi de la mémoire familiale aristocratique. La valeur du manuscrit tient en grande partie à la valeur mémorielle du codex, qui passe par une valeur matérielle visible. Cette valeur matérielle est moins importante sur le plan économique que sur le plan symbolique : elle en fait le signe de la

⁸ Voir les travaux de Christine Bénévent, ainsi que K. CROUSAZ, *Érasme et le pouvoir de l'imprimerie*, Lausanne, 2005 ; A. VANAUTGAERDEN, *Érasme typographe. Humanisme et imprimerie au début du xv^e siècle*, Genève, 2012 ; R. ADAM et A. VANAUTGAERDEN, *Thierry Martens et la figure de l'imprimeur humaniste*, Turnhout, 2009.

⁹ L. ARMSTRONG, *Before Copyright. The French Book-Privilege System, 1498-1526*, Cambridge, 1990.

¹⁰ R. CHARTIER, *L'ordre des livres : lecteurs, auteurs, bibliothèques en Europe entre xv^e et xviii^e siècle*, Aix-en-Provence, 1992

fortune familiale liée au monastère. Il s'agit d'un outil dans la construction de la valeur de l'objet.

Les acteurs impliqués dans la construction de la valeur du livre – et plus largement de n'importe quel objet en réalité – pourraient être englobés sous le terme d'« entrepreneurs de valeur », copiant l'expression de Howard Becker d'« entrepreneurs de morale », qui sont des influenceurs dont le but est de faire adopter une norme dans la société et de légitimer un certain nombre de principes moraux, à travers des actions militantes et politiques¹¹. Dans les contributions de ce dossier, plusieurs entrepreneurs de valeur concourent à la construction collective de la valeur du livre par des discours et des pratiques qui contribuent à construire une culture élitiste ou légitime. Dans le cas du livre grec, les entrepreneurs de valeur humanistes et royaux s'appuient les uns sur les autres pour créer l'objet du livre grec imprimé à Paris, dont le rayonnement culturel et politique se fonde sur le travail des lettrés. La politique de communication basée sur les livres, les privilèges et les lettres patentes produit une norme du travail intellectuel traduit en livre et une valeur qui lui est associée. De la même manière, l'apostolat catholique, dans la période de l'entre-deux-guerres étudiée par Florian Moine, permet de voir l'action concrète de ces acteurs qui se font dans le même temps entrepreneurs de morale. Les interactions entre les critiques catholiques et les éditeurs qui tirent parti du marché captif du livre de prix ont des visées morales et apostoliques. La réponse à cette demande spécifique doit répondre à ces prescriptions, sans quoi le livre sera déclaré sans valeur. Enfin, les autorités religieuses de l'Égypte tardo-antique, rédigeant les listes canoniques des livres bibliques, contribuent également à renforcer la valeur de ces livres : elles affirment par ce processus la validité et l'autorité des ouvrages qu'elles possèdent,

¹¹ H. S. BECKER, *Outsiders : Studies in the Sociology of Deviance*, New York, 1966, p. 171-188.

tout en permettant la valorisation des individus et des institutions qui produisent ces listes.

Livre et culture légitime

Il est une question qui a été abordée en filigrane dans certaines contributions et qu'il semble important de souligner pour conclure. Le rôle de l'autorité – autorité politique, mais également culturelle ou intellectuelle – dans la construction de la valeur du livre connaît de grandes fluctuations dont il faut aussi tenir compte pour comprendre la manière dont les publics peuvent percevoir l'objet-livre. Cette question a été particulièrement travaillée pour l'époque contemporaine. Le travail d'Yves Surel a ainsi analysé la manière dont l'État français s'est doté, depuis les années 50, d'un répertoire d'action, depuis la régulation des prix de la loi Lang du 10 août 1981 en passant par des dispositifs de soutien à la création et à la publication. La question du prix du livre commence à être perçue comme un « problème » à partir de la fin des années 1970, pour un produit qui, comme le dit Valéry Giscard d'Estaing dans une lettre adressée à son premier ministre Jacques Chirac, « n'est pas un produit comme les autres ; il est un bien culturel » ; les libraires comme les éditeurs, pour qui la loi est pensée, contribuent au rayonnement intellectuel¹². Cette politique de réglementation des prix est liée à une volonté de maintenir les réseaux libraires, éditoriaux et de valoriser les créateurs, mais est à comprendre dans le cadre d'une politique plus générale de « valorisation de l'image du livre », un produit qui devient de plus en plus lié à des occasions festives et culturelles, tel le Salon du Livre créé en 1981¹³. Le livre reste, encore aujourd'hui, un objet porteur de la culture légitime. Son caractère élitiste prend plus de temps à se dissiper que les prix n'en mettent à baisser. Cela a été le cas à la naissance de

¹² Y. SUREL, *L'État et le livre : les politiques publiques du livre en France (1957-1993)*, Paris-Montréal, 1997, p. 170

¹³ *Ibid.*, p. 313.

l'imprimerie, mais également à l'époque contemporaine. Les réactions à l'invention du livre de poche, mentionnée en introduction, montrent que le livre n'est pas pensé par tous, dans les années 1960, comme un objet culturel à destination de tous et que, finalement, un livre a de la valeur parce qu'il est lu par une élite bien informée. L'émergence des livres de poche, que ce soit en France ou aux États-Unis, pose la question des logiques parfois concurrentes, entre volonté de démocratisation culturelle et volonté de maintien d'un standard culturel légitime, que la matérialité et le prix de ces nouvelles formes de livres semblent menacer¹⁴. La valeur du livre se mesure aussi à ceux qui en sont exclus. On pourrait reprendre à notre compte ici les réflexions de Pierre Bourdieu sur le bon goût, qui se construit contre les autres : on va au musée parce que les autres n'y vont pas et les musées sont construits pour renforcer un sentiment d'appartenance de ceux qui y viennent, et un sentiment d'exclusion des autres¹⁵.

En ce cas, contre qui la valeur du livre se construit-elle ? La réponse à cette question varie bien sûr en fonction des lieux et des époques. La construction de la valeur du livre contre d'autres pratiques peut se retrouver dans le cadre des transformations et des pesanteurs au temps des débuts de l'imprimerie. Les imprimés miment pendant longtemps encore le manuscrit, parce que la valeur liée au livre demeure associée à un certain nombre de critères matériels plus ou moins luxueux. Henri-Jean Martin a ainsi montré la manière dont les premiers imprimés de Tite-Live copient largement les manuscrits humanistes princiers, que ce soit dans la décoration – ou plutôt l'espace laissé pour une décoration manuscrite de prix –, ou dans la mise en page¹⁶. Certains

¹⁴ K. C. DAVIS, *Une culture à deux balles : la révolution du livre de poche aux États-Unis*, Villeurbanne, 2016 ; *Du « poche » aux collections de poche : histoire et mutations d'un genre*, J.-Y. MOLLIER et L. TRUNEL dir., Liège, 2010.

¹⁵ P. BOURDIEU et A. DARBEL, *L'amour de l'art : les musées d'art européens et leur public*, Paris, 1966.

¹⁶ H.-J. MARTIN, *La naissance du livre moderne : mise en page et mise en texte du livre*

collectionneurs ou mécènes vont s'accrocher à cette valeur de prestige du livre, qui s'éloigne pourtant de plus en plus de sa valeur sur le marché du livre imprimé en construction à la même époque. La cour des Este par exemple, qui n'a accordé à l'imprimerie qu'une curiosité toute relative à ses débuts, poursuit ainsi une politique d'acquisition de manuscrits luxueux dans la bibliothèque princière, construite contre le livre imprimé supposé bas-de-gamme et vulgaire¹⁷.

On peut retrouver le même type de différenciation de valeur au sein des livres imprimés. Le dispositif de confiance utilisé pour les livres grecs du roi, mis en évidence par Philippine Azadian, comporte peut-être comme sous-texte la critique des mauvais imprimeurs, qui était largement diffusée à cette époque. Érasme, par exemple, dresse le portrait élogieux d'Alde Manuce par opposition aux imprimeurs qui impriment des livres sans aucune compétence et sans même connaître le latin. Les caractères grecs de Garamond, qui malgré leur peu de lisibilité donnent aux livres un caractère esthétique, marquent peut-être aussi que ces ouvrages s'adressent à un public averti, ou souhaitant le devenir. De la même manière, les livres de poésie donnés au xix^e siècle se caractérisent par le refus de la commercialisation de l'œuvre littéraire, une commercialisation qui servira pourtant de légitimation littéraire par la suite. Enfin, les livres de prix de Casterman se présentent nettement contre les mauvais livres responsables de la dissolution des mœurs, utilisant les ressources de mise en page et de titres disponibles. La mise en texte et la mise en livre permet de jouer sur de multiples plans matériels (caractères, illustrations, page de titre, organisation du texte et paratexte) ; elles sont renforcées par les discours produits autour de ces livres ; l'ensemble fonctionne comme une stratégie de distinction, au sens bourdieusien du terme.

français, xiv^e-xviii^e siècles, Paris, 2000, p. 11-42

¹⁷ A. NUOVO, *Il commercio librario a Ferrara tra xv e xvi secolo : la bottega di Domenico Sivieri*, Florence, 1998

La question de la valeur du livre permet ainsi de tisser ensemble les enjeux multiples qui traversent la production et la circulation des livres à toutes les époques. L'approche transpériodique qui a été choisie et les discussions issues de différentes sciences humaines et sociales à travers ces contributions montrent à quel point ces dialogues sont féconds.