

## CLUBS DE LECTURE ET MARCHÉ ÉCONOMIQUE

### Au Royaume Uni

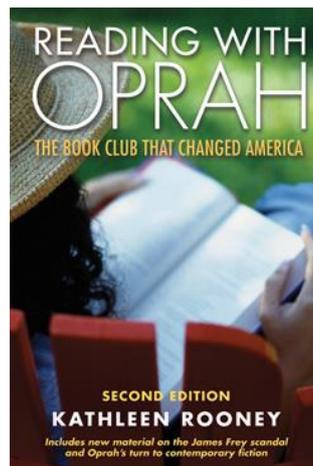
À l'étranger, comme dans de nombreux pays d'Europe du Nord, les *book groups* ont pris une importance, y compris commerciale. « *On estime leur nombre à 1 million au Royaume-Uni (et entre 4 et 5 millions aux États-Unis)* », indique Florence Noiville dans un reportage en 2010, « [Dans le monde foisonnant des "book clubs"](#) ». On peut observer le marché potentiel qu'ils constituent :

*« Inutile de dire que ce million de groupes de lecture constitue un marché convoité. Il y a huit ans, après son expérience d'éditrice, Elsbeth Lindner a créé Newbooks<sup>1</sup>, un magazine spécialement destiné à ce public. Interviews d'auteurs, témoignages, suggestions de lectures... : aujourd'hui, Newbooks, leader dans ce domaine, se vend à 80 000 exemplaires, notamment via les bibliothèques. "Le phénomène des book groups est tellement massif qu'il a complètement changé la physionomie du marché éditorial en Angleterre, confirme le patron de [Serpent's Tail](#), Pete Ayton. Beaucoup d'éditeurs essaient de les prendre pour cible en publiant des collections qui leur sont destinées." C'est le cas de "Harper Perennial", chez HarperCollins qui, à la fin de chaque roman, propose un [cahier spécial](#) avec dialogue avec l'auteur, liste de ses ouvrages préférés, propositions de questions à poser au sein du groupe, titres sur des thèmes voisins... ou de Bloomsbury, qui s'est lancé dans des guides pour clubs de lectures. »<sup>2</sup>*

### Aux États-Unis

[Reading with Oprah: The Book Club that Changed America](#) (Lire avec Oprah, le club du livre qui a changé l'Amérique), Kathleen Rooney, University of Arkansas Press, 2005, 2<sup>e</sup> ed. 2008

Oprah Winfrey, star de la télévision américaine a fait avec l'*Oprah's Book Club*, de 1996 à 2011, la promotion d'auteurs aussi bien contemporains que classiques. Si de nombreux livres étaient jugés trop « à l'eau de rose » par la critique, la conséquence de l'émission était souvent la même : un boom dans les ventes.



Adoré par ses fans, vilipendé par ses détracteurs, le Book Club d'Oprah Winfrey a été au centre de polémiques concernant la légitimité culturelle et le goût littéraire depuis ses débuts en 1996. *Reading with Oprah* explore la fusion révolutionnaire entre les livres, la télévision, le commerce et raconte l'histoire captivante du phénomène OBC. Kathleen Rooney combine la recherche approfondie concernant d'une part une voix dynamique qui révèle l'impact culturel de grande envergure du club et d'autre part son rôle pour mettre à jour l'affrontement entre goût littéraire recherché et populaire. (« high » ≠ « low »)

L'auteure de cet ouvrage, [Kathleen Rooney](#), elle-même écrivaine, éditrice, a étudié les choix d'Oprah Winfrey et mené des entretiens personnels avec les auteurs et lecteurs du club du livre. Elle montre qu'en étant parvenu à faire lire, lire plus, et

lire de façon plus variée les gens de tous les âges, le club correspond à l'une des meilleures utilisations possibles d'un poste de télévision. (extraits de la présentation)

<sup>1</sup> Le site de Newbooks, « The Magazine for readers et reading groups » : <http://www.newbooksmag.com/>

<sup>2</sup> « [Dans le monde foisonnant des "book clubs"](#) », Florence Noiville, *Le Monde des livres*, 21 janvier 2010.

Se référant au livre de Kathleen Rooney, *Reading With Oprah : the Book Club That Changed America*, un article de Corinne Lesnes, « [Autour d'Oprah Winfrey, un cercle de lecture de 460 000 membres](#) », dans *Le Monde des livres* du 21 janvier 2010 a très bien rendu compte du phénomène. Le dernier épisode de *The Oprah Winfrey Show* a eu lieu l'année suivante.

### **Sur Internet**

« Le book club d'Oprah compte 460 000 membres. C'est un hyperclub, pourrait-on dire, un hyperlien pour lecteurs-télespectateurs-internautes. Il n'existe que sur Internet, sur le site [Oprah.com](#) (tout ce que touche Oprah porte le nom d'Oprah : son émission télé, son mensuel... sauf exception : sa maison de production s'appelle Harpo – soit Oprah à l'envers). Le club ne se réunit pas à heure fixe mais à n'importe quelle heure, à la frontière du virtuel et du réel, comme la littérature. Les participants discutent en ligne mais vont acheter le livre dans une vraie librairie (les enquêtes marketing ont d'ailleurs montré qu'ils en achètent un autre en même temps). L'autocollant "Oprah's book club", sur la couverture du livre, est un signe de reconnaissance pour les membres de la communauté. »

### **A la télévision**

« Dans le talk-show qu'elle présente tous les après-midi (22 millions d'audience), Oprah annonce parfois qu'elle a choisi un livre à recommander. Chez les éditeurs, l'ambiance est alors celle de la place Saint-Pierre quand on attend la fumée blanche. Quelques semaines plus tard, elle révèle le titre du livre et le nom de l'auteur. Les agences de presse font des "urgent" : pour les maisons d'édition, être choisi par Oprah fait l'effet d'un Oscar à Hollywood. C'est la promesse d'un accès au grand public. Mieux qu'un prix littéraire. Comme l'a dit l'auteur Barbara Sicherman : "Oprah a fait plus pour Toni Morrison que le Nobel de littérature. »

### **La lecture**

« Une fois le livre choisi, la lecture de groupe commence. Le site décline les chapitres à étudier et les échéances à respecter. Il y a des explications, et du divertissement. On peut imprimer soi-même son marque-page. Lire un éclairage sur le pays concerné par le livre. »  
« Certains membres réunissent un vrai book club, fait de lecteurs en chair et en os, mais la plupart suivent la discussion sur les forums du site. »

### **A la télévision à nouveau**

« Quand le livre est fini, l'auteur est invité au talk-show. Il s'agit d'un dîner au coin du feu, dans le salon de lecture. Les lecteurs s'intéressent moins à sa vie qu'à la psychologie de ces personnages. Pourquoi tel personnage fait-il ceci ? Cela ? Oprah est l'unique maîtresse des lieux. Une souveraine absolue qui ne craint pas d'imposer ses vues. Le lecteur est là pour lire, pas pour choisir. »

### **Les livres, les auteurs**

« De 1996 à 2002, elle a proposé des auteurs contemporains. Le premier livre choisi a été *Deep End of the Ocean*, de Jacquelyn Mitchard, l'histoire d'une famille de la classe moyenne américaine déchirée par le rapt de l'un de ses enfants. Du jour au lendemain, le livre s'est vendu à 850 000 exemplaires. Le deuxième a "fait" 895 000 ventes : *Song of Solomon*, de Toni Morrison. Le troisième, *The Book of Ruth* de Jane Hamilton, est passé de 85 000 à 600 000 exemplaires... Oprah a réussi à faire de la lecture, exercice solitaire, un phénomène de communauté. Elle a fait découvrir aux Américaines des banlieues blanches l'univers des femmes noires.

Tous les auteurs ne sont pas enchantés d'être "livre d'Oprah". En 2001, Jonathan Franzen (*The Corrections*) a fait la fine bouche, affirmant qu'il n'était pas emballé à l'idée de voir l'autocollant Oprah sur sa jaquette, signe indubitable de roman "féminin". L'impudent a été taillé en pièces par l'animatrice. »

### **Évolution du club**

« Le 2 mai 2002, Oprah a décidé de saborder son club. Et elle a invité une dernière fois Toni Morrison, cette fois pour *Sula*. "Il n'y aurait jamais eu de book club s'il n'y avait pas eu un auteur tel que vous", lui a-t-elle dit, émue. Le book club a rouvert l'année suivante, changé. Jusque-là, Oprah s'était adressée aux "mères qui n'ont pas lu un livre depuis le lycée". Le deuxième cercle, plus érudit, a mis en valeur des classiques. A des lecteurs qui n'auraient pas osé s'y aventurer, l'animatrice a fait lire *A l'Est d'Eden*, de Steinbeck (1 800 réactions sur le site) et *Anna Karénine* (mais avec une structure de soutien étoffée sur le site). Récemment, elle est revenue à des auteurs contemporains, sélectionnant des livres aussi difficiles que *The Road*, de Cormac McCarthy. Une nouvelle fois, des millions de lecteurs l'ont suivie. Et l'auteur, quoique reclus, a accepté d'être interviewé.

Le 20 novembre 2011, Oprah a créé un choc en annonçant sa retraite ».

## En Autriche

Julia Novak, professeure de littérature anglaise à l'université de Vienne, est spécialiste de la question. Elle a créé un groupe de lecture à Vienne, « Vienna Lit Book Group » (<http://www.viennalit.at/bookgroup.htm>).

Un article qu'elle a écrit avec Jakob Lajta « Zum Phänomen des Lesegruppenbooms in Großbritannien » (À propos du boom des groupes de lecture en Grande-Bretagne), est résumé ainsi en ligne :

*« À la fin du 20ème siècle, les groupes de lecture ont connu un développement fulgurant en Grande-Bretagne. Si ce phénomène est dû en partie à la place importante qui revient à la littérature en général dans la vie publique et privée de la population britannique, il a été favorisé par des politiques incitatives et des mesures de promotion. Citons par exemple le concept de "reader development", une forme de promotion de la littérature qui s'adresse directement aux lecteurs. Le potentiel économique des groupes de lecture a été rapidement identifié tant par les bibliothèques que par les libraires et les éditeurs. De plus, le boom a encore été appuyé par les médias, qui non seulement ont eux-mêmes créé des groupes de lecture dont ils ont ensuite parlé, mais ont aussi offert aux groupes existants des accompagnements spécifiques pour les guider dans leurs choix et leur ont fourni des informations intéressantes ainsi que d'autres prestations. »*

(Julia Lajta-Novak und Jakob Lajta, Plattform für Literalität, 2013 :

[http://www.leseforum.ch/myUploadData/files/2013\\_1\\_Lajta-Novak.pdf](http://www.leseforum.ch/myUploadData/files/2013_1_Lajta-Novak.pdf))

Cet article de 11 pages est développé dans le livre suivant :

**Gemeinsam Lesen : Die Buchgruppe als soziales Phaenomen und oekonomische Triebkraft**  
(Lire ensemble : le groupe de lecture comme phénomène social et force économique), [Julia Novak](#)  
Vienne, Lit-Verlag 2007

*« Au cours des dernières années, des groupes de livres ont connu un développement considérable au Royaume-Uni et font définitivement partie du paysage culturel britannique.*

*Dans la présente étude, différents facteurs sont présentés, qui ont contribué au succès d'un groupe de lecture, les possibilités sont identifiées, ainsi que les mesures qui pourraient être prises en Autriche afin d'y encourager ce phénomène encore largement inconnu. "Reader development" au sens de promotion de lecteurs, prend en ce sens l'aspect d'une pratique culturelle et politique. » (présentation)*

