Une ressource publiée sur tmnlab.com

Les nouveaux critiques culturels : de la prescription à l'influence

Posted on 15 août 2018 by Jean-Vincent Banes

Les éditeurs de livres et les responsables de labels de musique, que nous avons interrogés, font souvent un même constat : le critique traditionnel de films, de livres ou de musique a perdu de son influence.

ier, si un éditeur voulait vendre un livre, il devait envoyer son auteur à Apostrophes de Bernard Pivot et avoir des articles dans le supplément littéraire du Monde, de Libération ou du Figaro. Aujourd'hui, les éditeurs confirment qu'une critique dans les pages livres de Libération ou du supplément littéraire du Figaro suscite bien moins de ventes en librairie qu'auparavant, et même Le Monde des Livres, qui garde une certaine influence, n'a plus l'impact qu'il avait il y a dizaine d'années.

Pour la musique ou le cinéma : la situation est encore plus critique. L'éloge d'un nouveau film dans le journal Le Monde n'a plus vraiment d'impact dans le box-office (selon deux producteurs que nous avons interrogés), alors même que des critiques sévères dans la presse n'empêchent presque jamais un film de battre tous les records d'audience en salles et de devenir un blockbuster !

Les critiques seraient-ils déconnectés des goûts du public et leur parole discréditée ?

Lire l'article complet et écouter l'émission sur France Culture

Références :

- Sur la viralité : Andrew Marantz, « The Virologist », *The New Yorker*, 5 janvier 2015.
- Sur Amazon : George Packer, « Cheap Words, Amazon is good for customers. But is it good for books ? », *The New Yorker*, 17 & 24 février 2014
- Sur Spotify : Adam Pasick, « The magic that makes Spotify's Discover Weekly playlists so damn good », *Quartz*, 21 décembre 2015
- Sur la curation : F. Martel, *Smart, Enquête sur les internets*, éd. Stock, 2014 et « Le critique culturel est mort. Vive la smart curation! », ZHdK/*Slate*, Septembre 2015.