

Livres : les ravages des critiques sur Amazon

le figaro : Laurène Daycard Mis à jour le 12/02/2013 à 13:39 | publié le 12/02/2013 à 10:51

Les critiques sur Amazon ont été conçues pour que les lecteurs soient aiguillés face à la surproduction éditoriale. Rapidement, elles sont devenues de la publicité détournée.

5 Randall Sullivan était sûr de détenir un best-seller. Cet ancien journaliste reconverti dans les romans d'enquête avait en effet pris soin d'intégrer tous les ingrédients du succès à son
10 livre, *Intouchable: l'étrange vie et la mort tragique de Michael Jackson*. Une enquête post-mortem sur une star controversée et une excellente couverture médiatique. Quelques extraits de l'ouvrage avaient ainsi été diffusés
15 par le magazine *Vanity Fair* et plusieurs apparitions sur les plateaux télévisés ont été orchestrées. Mais c'était sans compter l'accueil des fans du défunt roi de la pop. Pour eux, l'enquête n'est qu'un pur produit commercial,
20 et l'auteur, uniquement animé par le désir de s'enrichir sur la dépouille de l'idole. Les plus fervents admirateurs s'autoproclament alors «l'équipe d'intervention rapide» et s'en vont prêcher leur bonne parole à travers internet.
25 Leur méthode de combat? Assaillir Amazon de commentaires assassins. Entre-autres, «Du ramassis d'ordures de tabloïds» ou «Ce livre révèle la vraie nature de Sullivan. Juste un nouvel idiot qui essaye de s'accrocher aux
30 basques de Michael». À chaque réaction est associée une note. Amazon propose en effet de donner des étoiles sur une échelle de une à cinq. À peine deux semaines après sa sortie, *Intouchable* a déjà engrangé une centaine
35 d'avis à une étoile. Sur les 160.000 versions éditées, seulement 3000 ont été écoulées estime le *New York Time*.

Règlement de compte entre collègues

40 À l'origine, l'espace commentaire partait d'une idée utile. Permettre aux lecteurs de s'aiguiller les uns les autres. L'onglet a pourtant rapidement dévié de sa fonction initiale.
45 «Avant les livres finissaient par mourir en étant ignorés, aujourd'hui ils peuvent être injustement tués», a analysé le sociologue des technologies Trévor Pinch pour le *New York Times*. Mais le plus pervers - certainement
50 aussi le plus croustillant - apparaît lorsque les écrivains eux-mêmes orchestrent ces opérations de lynchage virtuel. En septembre,

l'auteur de polar britannique R. J. Ellory s'est par exemple fait prendre la main dans le sac. Il
55 pollueait de mauvais commentaires les pages Amazon de ses collègues tandis qu'il prenait soin d'écrire des louanges à cinq étoiles sur les siennes. Las, l'une des victimes démasque le coupable grâce à son adresse IP. Il le dénonce
60 immédiatement sur Twitter, démontrant étape par étape ses dires (le détails des tweets sur Storify), et finit même par obtenir les excuses publiques de R.J. Ellory.

65 Il y a trois ans, la même mésaventure était arrivée à l'historien britannique Orlando Figes. Ce spécialiste de la Russie s'en était pris au travail de ses collègues. Après avoir nié, tenté d'engager des poursuites judiciaires, puis
70 accusé sa femme, il finit par avouer ses torts.

Contacté par téléphone, le journaliste et écrivain Pierre Assouline, qui avait dédié un article à cette histoire sur son blog, *La*
75 *République des Livres*, ne semble pas vraiment surpris par ce genre de bassesses: «À la base, internet est suspect. C'est tellement facile de vandaliser et de mettre de la fausse information.» Le Web est un monde sauvage
80 et certains en profite pour se faire l'argent. «On sait aussi qu'il y a du lobbying dans ces critiques. Il y a des agences de communication spécialisées dans le buzz sur internet qui s'en chargent», poursuit-il. Autrement dit, il est
85 aussi possible de générer de la bonne publicité à partir des commentaires sur Amazon.

Une activité qui se professionnalise à coup de cadeaux

90 Pour limiter cette dérive commerciale, le site a opéré un nettoyage des flatteries les plus suspectes. Une reconnaissance toutefois partielle du problème puisque la mesure reste
95 inefficace. Comme l'a démontré le *New York Times*, il est impossible de différencier les critiques sincères des autres. D'autant plus que le géant du e-commerce encourage lui-même cette tendance perverse lorsqu'il rémunère en
100 cadeau ses contributeurs les plus actifs. Une étude sur le sujet a été menée par l'Université de Cornell, dirigée notamment par Trévor Pinch. 166 des 1.000 personnes listées dans le top Amazon américain des critiques («le Hall

105 of fame») y ont participé. 85% de l'échantillon
a ainsi déjà reçu des produits gratuits de la part
d'éditeurs, d'agents littéraire ou d'auteurs. Et
pour encourager ces dons, 88% des individus
110 interrogés ont avoué qu'ils postent la plupart
des commentaires positifs. Ce qui était à la base un
geste bénévole à l'adresse de la communauté
des lecteurs s'est donc muté en une activité
quasi-professionnelle. Il en résulte la naissance
115 d'un drôle de spécimen: le troll de la
littérature. C'est par exemple le cas de Harriet
Klaussner. Une championne dans ce sport
depuis bientôt onze ans. Plus de 28.000
critiques à son actif. 99% d'entre-elles sont
120 élogieuses. Selon elle, il n'y a pourtant aucun
miracle. La seule explication à cette
suractivité, c'est qu'elle lit très vite...

Selon Pierre Assouline, les «critiques
125 citoyens», comme il les surnomme
ironiquement, influencent encore peu le choix
des lectures en France. «On a des traditions de
consommation différentes de celle des pays
anglo-saxons. Les Français se méfient. Ils sont
130 plus enclins à faire confiance aux sources
qu'ils peuvent identifier, comme leurs libraires,
les journalistes et les auteurs.» Mais le risque
plane pourtant. Il dépend d'un autre facteur:
«moins il y a de critiques littéraires
135 traditionnels. Moins il existe de suppléments
littéraires dans les journaux. Et plus la
prescription sur Amazon augmente.» Avec les
risques que cela comporte...