

Nathalie Heinich ou l'invention du capital de visibilité

Olivier Sécardin, Université d'Hiroshima 

RELIEF – Revue électronique de littérature française

Vol. 20, n° 1 : « Les écrivain·e·s du XIX^e siècle et l'impératif de célébrité », dir. Violaine François et Marceau Levin, juillet 2026

ISSN 1873-5045, publié par Radboud University Press

Site internet : www.revue-relief.org

Cet article est publié en libre accès sous la licence CC-BY 4.0

Pour citer cet article

Olivier Sécardin, « Nathalie Heinich ou l'invention du capital de visibilité », *RELIEF – Revue électronique de littérature française*, vol. 20, n° 1, 2026, p.169-183.
doi.org/10.51777/relief27579

Nathalie Heinich ou l'invention du capital de visibilité

OLIVIER SÉCARDIN, Université d'Hiroshima

Résumé

La réédition de *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique* (2012) en « Folio essais » offre l'occasion de réévaluer l'apport et les limites de l'essai de Nathalie Heinich, qui a doté la sociologie de la culture du concept de « capital de visibilité ». Cet essai restitue la thèse de l'ouvrage, la situe dans la trajectoire de l'autrice et dans le champ disciplinaire, et en retrace brièvement la réception critique. Il met enfin l'ouvrage à l'épreuve des contributions du présent numéro de *Relief*, qui historicisent, restreignent et prolongent la notion de capital de visibilité.

Paru en 2012 dans la « Bibliothèque des sciences humaines », *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*¹ de Nathalie Heinich a offert une boîte à outils dont l'usage s'est disséminé bien au-delà de son périmètre disciplinaire initial, irrémédiablement associé au « capital de visibilité ». Parmi les ouvrages de Nathalie Heinich, c'est pourtant *La Gloire de Van Gogh. Essai d'anthropologie de l'admiration*² qui a connu la plus large diffusion internationale, notamment par sa traduction anglaise, *The Glory of Van Gogh: An Anthropology of Admiration*³, traduite par Paul Leduc Browne, chez Princeton University Press, en 1996. Le diptyque consacré à l'excellence : *L'Élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*⁴ et *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, n'a, à notre connaissance, pas fait l'objet d'une traduction en volume à ce jour. Puisque ce second essai fait aujourd'hui l'objet d'une réédition en collection « Folio essais », c'est l'occasion d'en reprendre la lecture, et de vérifier la solidité d'un modèle confronté, d'une part, aux objets que l'histoire lui a opposés depuis presque quinze ans et, d'autre part, aux usages que la sociologie de la littérature en a faits. Ce numéro de *Relief* fournit d'ailleurs à cet effet un banc d'essai privilégié : les formes différées, paradoxales ou négatives de la célébrité qui y sont étudiées dessinent autant d'économies de la reconnaissance qu'il convient de commenter.

L'accession d'un ouvrage au format de poche engage dans la plupart des cas un travail de consécration au sens où l'instance éditrice, dotée d'un capital symbolique propre, opère un acte de classement et initie une opération de visibilisation qui modifie le statut de

-
1. Nathalie Heinich, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard, coll. « Folio essais », 2026 [2012].
 2. Nathalie Heinich, *La Gloire de Van Gogh. Essai d'anthropologie de l'admiration*, Paris, Éditions de Minuit, coll. « Critique », 1991.
 3. Nathalie Heinich, *The Glory of Van Gogh: An Anthropology of Admiration*, trad. Paul Leduc Browne, Princeton, Princeton University Press, 1996.
 4. Nathalie Heinich, *L'Élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 2005.

l'œuvre dans le champ. Cette décision obéit pour partie à des logiques marchandes, car le livre est aussi un objet industriel. Mais le passage au format poche fait changer le titre de régime. Il quitte celui de la « nouveauté éditoriale », chevillé à l'actualité et au temps court du marché, pour entrer dans celui du fonds, où il gagne une durée et se voit reconnaître une valeur culturelle qu'on tient désormais, *a priori*, pour plus ou moins acquise. Dans les termes de la sociologie de l'édition, l'accession au format poche patrimonialise le livre, en inscrivant celui-ci dans une série, dans un catalogue et dans un appareil péritextuel (préface, notice, etc.). Elle prépare la transmission ou du moins la transmissibilité d'un classique en puissance. Cela dépend évidemment de l'intervalle de temps entre l'édition princeps et l'édition poche, mais dans la grande majorité des cas cette légitimation est indissociable d'un élargissement et d'un renouvellement du lectorat : le même dispositif qui dote l'œuvre des attributs de la légitimité voire du prestige la déplace vers un public *a priori* plus large, plus jeune et socialement plus diversifié que celui de l'édition princeps. Le passage en poche est aussi, littéralement, une mise en visibilité. Le poche tient ainsi ensemble ces deux logiques que sont la consécration et la démocratisation⁵ et c'est cette tension constitutive qui en fait une instance de légitimation que l'on pourrait qualifier à la fois de patrimonialisante et de vulgarisante.

Si donc l'« Avertissement » inédit de *De la visibilité* réinscrit la thèse de 2012 dans l'environnement médiatique contemporain, ce nouveau contexte ne modifierait pas, selon l'autrice, le fonctionnement même du capital de visibilité, qu'elle continue de définir par le différentiel entre le nombre de personnes qui reconnaissent un individu et le nombre de celles qu'il peut reconnaître en retour. La mesure est désormais confiée au système des « *followers* » et « abonnés » et à ses corollaires : taux d'engagement, portée, taux d'impressions, etc., mais le principe demeure. C'est en ce sens qu'il faut comprendre que la démocratisation de la visibilité supprimerait les intermédiaires de contrôle de l'accès à l'espace public. Mais cette désintermédiation implique aussi une sorte de précarisation. On imagine assez spontanément qu'un contenu devient visible parce qu'il possède des qualités qui méritent d'être remarquées, c'est alors croire que la visibilité vient sanctionner *après coup* une valeur déjà constituée. La réalité décrite ici est toute différente. Selon Heinich, la visibilité numérique trouverait sa source dans les dispositifs de diffusion eux-mêmes, en ce sens que les plateformes, algorithmes et autres logiques de circulation ne relaient pas, dans la majorité des cas, une notoriété acquise ailleurs, mais la fabriquent. Partant, la visibilité n'est que le résultat d'opérations économico-techniques obéissant à leurs propres normes, en dehors des circuits évaluatifs plus ou moins institutionnalisés et de la compétence à proprement parler

5. Sur le format poche comme instance éditoriale articulant consécration symbolique et diffusion élargie, on se reportera à Bertrand Legendre, *L'Édition du livre de poche en France. Étude des logiques d'innovation et des processus de légitimation dans une industrie culturelle*, thèse de doctorat, Université Stendhal-Grenoble 3, 1998 ; ainsi qu'à Jean-Yves Mollier et Lucile Trunel (dir.), *Du poche aux collections de poche. Histoire et mutations d'un genre. Actes des ateliers du livre, Bibliothèque nationale de France, 2002 et 2003*, introduction de Joëlle Garcia, Liège, Éditions du Céfal, coll. « Les Cahiers des paralittératures », n° 10, 2010. Sur la notion de collection comme forme productrice d'unité de lecture, voir Isabelle Olivero, *L'Invention de la collection. De la diffusion de la littérature et des savoirs à la formation du citoyen au XIX^e siècle*, Paris, Éditions de l'IMEC / Éditions de la Maison des sciences de l'homme, coll. « In Octavo », 1999.

de l'auteur. De sorte qu'une notoriété peut se construire sans œuvre et une autorité sans expertise, dès lors qu'algorithmes et plateformes jouent leur rôle d'amplification. *A contrario*, des œuvres consacrées et reconnues peuvent rester marginales ou invisibles si les conditions d'exposition et de médiatisation ne sont pas réunies.

On retrouve dans ce diagnostic la définition radicalisée que Boorstin⁶ donnait dès 1962 de la célébrité comme « grandeur sans mérite⁷ ». Selon l'autrice, la logique des plateformes et des réseaux sociaux ne ferait que parachever cette autonomisation de la visibilité à l'égard de toute œuvre, en substituant à la délibération des instances traditionnelles de légitimation la simple mesure de « l'audience ». Pourtant, si l'intermédiation disparaît, c'est aussi la durée de la visibilité qui se réduit comme peau de chagrin : faute d'être adossé à un capital symbolique sédimenté, le « capital de visibilité » doit être continûment réactivé sous peine de s'éteindre. Voilà donc la condition médiatique que Nathalie Heinich donne à lire, prise dans une fabrique de célébrité sans repos, sinon sans sursis, et qui, sans œuvre, ne peut compter que sur sa propre relance.

Pour cette édition de poche, le texte lui-même de *De la visibilité* n'a pas été actualisé, si ce n'est par cet « Avertissement » qui permet à Nathalie Heinich d'associer rapidement sa thèse à des contextes et dispositifs qui lui sont postérieurs (réseaux sociaux, plateformes, etc.). Pour autant, ce geste d'actualisation en accuse peut-être l'obsolescence plus que l'autrice ne veut bien l'admettre. Loana, la star du Loft que mentionnait Heinich, est tristement et définitivement sortie du jeu... Du moins, c'est à l'héritage de l'ouvrage, peut-être à son actualité, que cette recension voudrait se mesurer, en interrogeant modestement quelques usages qu'en font aujourd'hui les sciences humaines et sociales, et en particulier les études littéraires. L'un des hauts faits de ce livre a en effet été de déborder son champ d'origine, pour devenir l'une des références obligées de tous ceux qui, dans le champ des études littéraires, travaillent sur la gloire, la célébrité, la sociologie des médias ou la posture auctoriale.

La visibilité comme capital et comme fait social total

L'essai de Nathalie Heinich procède d'abord à une démarcation : ce qui se joue aujourd'hui n'est plus tant la gloire, la renommée ou la célébrité (qui subsistent) que la « visibilité », notion qui aura d'ailleurs acquis, en un quart de siècle, plus de visibilité que ses rivales, c'est-à-dire la diffusion conjointe d'un nom et d'un visage par les techniques de reproduction de l'image. La sociologue accepte donc ce mot au sens le plus littéral, contre les emplois métaphoriques qu'en avaient faits auparavant, entre autres, Erving Goffman⁸ et Axel Honneth⁹. Il s'agit

6. Daniel J. Boorstin, *The Image; or, What Happened to the American Dream*, New York, Atheneum, 1962.

7. Heinich, *De la visibilité*, op. cit., p. 554.

8. Erving Goffman, « Perdre la face ou faire bonne figure ? Analyse des éléments rituels inhérents aux interactions sociales », dans *Les Rites d'interaction*, trad. Alain Kihm, Paris, Éditions de Minuit, coll. « Le Sens commun », 1974 [« On Face-Work », 1955].

9. En particulier Axel Honneth, « Visibilité et invisibilité. Sur l'épistémologie de la "reconnaissance" », trad. de l'anglais par Françoise Gollain et Christian Lazzeri, *Revue du MAUSS*, n° 23, 2004/1, p. 137-151.

désormais de savoir « dans quelles circonstances, de quelle façon, avec quelle ampleur les visages de certaines catégories de personnes sont offerts à la vision d'autrui¹⁰ ». Partant, Heinrich congédie toute une tradition qui, de Debord à Baudrillard, fait de la société du spectacle ou du simulacre l'horizon interprétatif obligé du phénomène dans le contexte de la mondialisation. À ce titre, la visibilité n'est plus stigmatisée mais objectivée et Heinrich la conçoit comme un « capital » au sens propre, une ressource « mesurable, accumulable, transmissible, rapportant des intérêts, et convertible¹¹ ». Encore faut-il qu'elle se distingue des autres formes de capital. Aussi Heinrich la sépare-t-elle du capital social de Bourdieu, qui mesure l'étendue d'un réseau de relations ; pour Heinrich, le capital de visibilité correspond à un différentiel d'interconnaissance qui mesure comment on est connu de gens que l'on ne connaît pas. Quatre critères sont ainsi articulés et explicités : la reproductibilité technique des images à grande échelle ; la dissymétrie entre celui qui est vu et la multitude qui le voit ; la constitution d'une catégorie sociale spécifique, dotée de ses frontières, de ses fréquentations et de ses modes de transmission ; enfin le caractère hiérarchique qui érige cette catégorie en nouvelle élite¹². Si chacun de ces éléments avait déjà été commenté par tel ou tel théoricien de la culture, de Walter Benjamin sur la reproductibilité à Boorstin sur la notoriété sans contenu, l'ambition et le grand mérite de Heinrich sont d'en articuler les différents niveaux de façon à dégager un système. C'est cette mise en système qui fait du livre un modèle doté de sa cohérence interne et d'une réelle puissance heuristique.

Ce capital n'est pas pour autant une grandeur homogène. Heinrich le répartit le long d'un axe qui va de la « valeur ajoutée » à la « valeur endogène »¹³. À une extrémité, la visibilité vient s'ajouter à autre chose qui la fonde : la naissance pour le souverain, la performance pour le sportif, le « talent » pour l'écrivain ou le théoricien... À l'autre, elle ne renvoie plus qu'à elle-même : la visibilité du présentateur ou du candidat de télé-réalité est endogène, engendrée par les instruments mêmes qui la donnent à voir, et la vedette n'est plus connue, suivant la formule de Boorstin que Heinrich commente longuement, que « pour sa notoriété ». L'axe est aussi, du plus au moins « justifié » au regard de la morale ordinaire, une échelle de légitimité, et c'est lui qui commande toute la dimension axiologique du livre. Pour le chercheur en littérature, il offre une grille où loger l'écrivain. Celui-ci relève en principe de la valeur ajoutée ; mais tout le présent numéro le montre occupé sans relâche à se fabriquer une visibilité endogène.

Cette grille, toutefois, n'est que la partie émergée d'un projet plus vaste. L'un des paris théoriques du livre consiste à faire de la visibilité un fait social total au sens de Mauss¹⁴, c'est-à-dire un phénomène engageant simultanément des dimensions techniques, économiques,

10. Heinrich, *De la visibilité*, op. cit., p. 33.

11. Nathalie Heinrich, « Grand résumé de *De la Visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Éditions Gallimard, 2012 », *SociologieS*, « Grands résumés », mis en ligne le 20 février 2013. Heinrich y résume sa thèse, selon les conventions de la rubrique.

12. *Ibid.*, § 38.

13. Heinrich, *De la visibilité*, op. cit., p. 151-152.

14. Marcel Mauss, « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques » [1925], dans *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF, 1950.

morales et symboliques. D'où le tour encyclopédique de l'ouvrage (et l'inévitable impression de survol), qui convoque successivement la sociologie des professions, celle de l'art, celle des religions et l'interactionnisme, et qui culmine dans une conclusion en forme de fresque vertigineuse. Avec une rapidité déconcertante, Heinich y déroule une succession de régimes d'excellence : à l'élitisme aristocratique de l'Ancien Régime, fondé sur une excellence collective et sans singularité, succède l'élitisme bourgeois du mérite, puis l'élitisme artiste, qui adosse l'excellence à la singularité, et enfin l'élitisme médiatique, qui dissocie cette singularité de toute excellence. Tout le parcours se ramasse enfin dans une formule qu'il convient de commenter intensément : le passage « de l'excellence sans singularité à la singularité sans excellence¹⁵ ».

Du côté de l'axiologie, la visibilité devient grandeur instable, prise entre valeur et « antivaleur », marquée surtout du sceau du « sans mérite¹⁶ ». Heinich refuse en effet de la justifier « démocratiquement » par le mérite et lui préfère la logique de la « grâce », cette façon qu'auraient les « gens simples » de saluer une excellence qu'on n'a pas à gagner, mais qu'il suffit de célébrer. On touche là au cœur de sa méthode, et à son pari le plus laborieux : tenir le « moment épistémique » de la description sans jamais basculer dans le « moment axiologique » de la dénonciation¹⁷. Si *en droit*, la distinction semble imparable, *en fait*, c'est précisément le point faible du livre. Car Heinich franchit plus d'une fois la ligne entre décrire et juger, sans toujours s'en apercevoir¹⁸.

Ces réserves prennent toutefois une autre dimension si l'on considère *De la visibilité* comme maillon d'une recherche plus générale sur la singularité, ouverte dès 1991 avec *La Gloire de Van Gogh*. Heinich initie ce chantier en analysant la canonisation posthume du peintre sur le modèle de la vie de saint. Le sous-titre de l'ouvrage de 2012 fait d'ailleurs écho, mot pour mot, à celui de *L'Élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*. Que « démocratique » cède la place à « médiatique » signale en effet un déplacement significatif : l'Élite artiste correspondait, dans l'ordre démocratique, à la promotion d'une élite fondée sur la singularité ; le régime médiatique ne cherche plus à reconnaître cette singularité : le prestige échoit désormais aux figures de la visibilité. Pour Heinich, il ne s'agit pas d'une rupture (on ne quitte pas un monde pour un autre), mais plutôt d'une sorte d'intensification car la singularité, constituée en valeur sous le régime démocratique, prend un essor exceptionnel sous le régime médiatique. Sa thèse ne revient pas tant à dire que le régime médiatique a cessé de reconnaître la singularité, mais plutôt que la visibilité est devenue un capital dissymétrique autonome, irréductible au seul capital symbolique, et surtout susceptible de se détacher complètement de tout mérite singulier.

15. Heinich, *De la visibilité*, op. cit.

16. *Ibid.*, p. 544 et 554.

17. *Ibid.*, p. 618.

18. On en trouve un indice au seuil de la sixième partie, par exemple. Décrivant l'admiration des publics populaires, Heinich quitte le registre du constat pour écrire que la grâce authentique est « la vraie grâce que reconnaissent les gens simples » (*ibid.*, p. 565), aussitôt définis comme ceux qui dédaignent rationalisations et justifications et préfèrent l'admiration à la critique...

Sans doute faut-il rappeler ici la trajectoire de Heinich qui est celle d'une ancienne élève de Bourdieu, formée dans l'orbite du Centre de sociologie européenne, puis qui a pris ses distances avec la sociologie critique au profit d'une sociologie « pragmatique¹⁹ », plus soucieuse et instruite de la *Wertfreiheit* wébérienne²⁰. Heinich s'est alors appuyée sur la sociologie historique d'Elias, a fréquenté le séminaire de Bruno Latour et s'est associée au Groupe de sociologie politique et morale créé par Boltanski²¹. La rupture sera théorisée et assumée dans *Pourquoi Bourdieu*²² publié chez Gallimard en 2007, sorte de bilan critique du déterminisme bourdieusien. En aval, son travail sur la visibilité conduit à la sociologie des valeurs qui occupera la sociologue dans *Des valeurs*²³ puis dans *La Valeur des personnes*²⁴. Ce dernier ouvrage, que l'« Avertissement » de 2026 désigne d'ailleurs comme le prolongement direct de la réflexion sur la visibilité, en constitue rétrospectivement l'une des fondations puisque la visibilité y devient un cas particulier d'une enquête plus générale sur les modes d'attribution de la grandeur. Lire aujourd'hui *De la visibilité*, c'est donc lire deux fois, non seulement comme l'aboutissement d'une anthropologie de l'admiration commencée devant les *Tournesols* de Van Gogh, mais aussi comme le prélude d'une axiologie qui fera, par la suite, l'objet des controverses que l'on connaît.

Éloge de l'ambition et réserves de méthode

La réception francophone de l'ouvrage a été nourrie et, dans l'ensemble, respectueuse de son ambition. Elle semble s'être néanmoins cristallisée autour de quelques réserves récurrentes qu'il convient de rappeler. Si ces dernières n'engagent certes pas le même niveau d'analyse, il semble que leur conjonction dise à la fois l'admiration et la défiance méthodologique que ce livre a suscitées. J'écarte les simples encarts, annonces et mentions dans la presse écrite qui ne contribuent pas à la discussion critique.

Dans *La Vie des idées*, Olivier Desouches salue un livre qui prend au sérieux un objet longtemps tenu pour indigne et restitue la cohérence du capital de visibilité et de sa dissymétrie constitutive²⁵. Le titre même de sa recension, qui détourne la formule léniniste, suggère malicieusement que la visibilité pourrait être le « stade suprême » de la modernité, comme l'impérialisme l'était du capitalisme : façon d'indiquer que le concept de capital, chez Heinich, est le cœur d'une économie politique de la « reconnaissance ».

19. En particulier, Daniel Vander Gucht, « Analyse des conditions de la célébrité en régime médiatique : une mise au point salutaire de Nathalie Heinich », *SociologieS* [En ligne], Grands résumés, mis en ligne le 20 février 2013.

20. Olivier Desouches, « La visibilité, stade suprême de la modernité ? », *La Vie des idées*, 24 août 2012.

21. En particulier Nathalie Heinich, *La Sociologie à l'épreuve de l'art. Entretiens avec Julien Ténédos*, Bruxelles, Les Impressions nouvelles, coll. « Réflexions faites », 2015.

22. Nathalie Heinich, *Pourquoi Bourdieu*, Paris, Gallimard, coll. « Le Débat », 2007.

23. Nathalie Heinich, *Des valeurs. Une approche sociologique*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 2017.

24. Nathalie Heinich, *La Valeur des personnes. Preuves et épreuves de la grandeur*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 2022.

25. Desouches, « La visibilité, stade suprême de la modernité ? », art. cit.

L'une des recensions les plus tardives, celle de Mouloud Boukala dans *Anthropologie et Sociétés*, est aussi la plus claire dans sa réserve. Tout en reconnaissant la diversité des disciplines convoquées et l'apport de l'essai, Boukala retourne contre lui la notion maussienne dont il se réclame : le « fait social total » appelait, chez Mauss, l'étude approfondie de faits peu nombreux ; en revanche, Heinich choisit d'embrasser une matière si vaste qu'il en résulte « une forme de frustration devant ce qu'il aurait pu être », à savoir « une étude circonscrite à des faits sociaux moins nombreux et examinés plus en profondeur²⁶ ». L'objection porte ici sur la méthodologie et se fait au nom de l'autorité même que Heinich invoque : l'ampleur encyclopédique se paierait d'un déficit d'enquête, et le fait social total, faute d'être saisi dans un fait précis, se dissoudrait dans une sorte de fresque sans tenue.

L'exercice le plus stimulant reste le « Grand résumé » publié par *SociologieS* en février 2013, où le résumé donné par l'autrice est suivi de deux discussions, venues pour l'une du Québec et pour l'autre de Belgique. Daniel Vander Gucht mène quant à lui la critique la plus serrée. Il salue la légitimation d'un objet trop souvent abandonné aux journalistes, mais formule trois objections de fond. La première porte sur le congédiement de la sociologie critique : Heinich, écrit-il, « récusé » plutôt qu'elle ne discute Adorno et Horkheimer, Debord, Baudrillard, Lipovetsky, Bauman et le Bourdieu de la critique télévisuelle, tous renvoyés au statut de simples « documents d'époque », ce qui laisse le champ libre à une explication réduite au seul dispositif technique de reproduction des images. Vander Gucht formule ainsi sa critique : « choix heuristique légitime s'il concourt à clarifier la question, nettement moins s'il ne fait que simplifier le problème²⁷ »... La deuxième objection vise la notion même de capital. Que devient un capital de visibilité « négatif », par exemple celui de Marc Dutroux, dont l'image est massivement reproduite sans qu'aucun privilège en découle ? Vander Gucht suggère qu'il faudrait alors parler de « crédit » plutôt que de capital. En assimilant toute visibilité à un capital, Heinich risque de confondre grandeur et stigmat, ce qui serait d'autant plus paradoxal de la part d'une lectrice de Goffman... La troisième objection, la plus incisive sans doute, dénonce un emprunt non assumé à Bourdieu : Heinich reconduit le « capital symbolique », les « quartiers de noblesse » et tout le lexique de la « grâce » et de l'« amour de l'art » tout en prétendant rompre avec son ancien maître. Un tel reproche est particulièrement tactique puisqu'il remet en question la cohérence d'une posture épistémologique qui dénonce chez les autres le défaut de rigueur empirique qu'elle pratiquerait elle-même. La recension est donc particulièrement sévère et stimulante.

De son côté, Jean-François Côté cherche le point aveugle²⁸ du système Heinich. Il identifie deux manques solidaires. Un manque d'objet, d'une part : en privilégiant les seuls médias de l'image (photographie, cinéma, télévision, Internet), Heinich néglige les autres médias (télégraphe, phonographe, téléphone, radio) et donc l'« extension de tous les sens »

26. Mouloud Boukala, compte rendu de *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, *Anthropologie et Sociétés*, vol. 40, n° 1, 2016, p. 276.

27. Vander Gucht, « Analyse des conditions de la célébrité en régime médiatique : une mise au point salutaire de Nathalie Heinich », art. cit.

28. Jean-François Côté, « D'un point aveugle de la visibilité ? », *SociologieS*, « Grands résumés », mis en ligne le 20 février 2013.

qui caractérise la logique médiatique des démocraties de masse. Un manque de finalité, d'autre part : la logique médiatique est analysée séparée de la logique *politique* qui lui donne pourtant son sens, celle de la *persona* démocratique au sens maussien, du citoyen sommé de « faire entendre sa voix ». En d'autres termes, Jean-François Côté reproche à Heinrich d'avoir trop restreint le médium et minoré le sens politique. Quant au compte rendu de Caroline Duchesne dans *CONTEXTES*, il a pour notre propos une valeur d'indice : que l'ouvrage d'une sociologue de l'art et de la culture ait été recensé dans une revue de sociologie de la littérature dit assez que la célébrité est un de ces carrefours où la sociologie de l'art, la sociologie de la littérature et l'histoire culturelle ne peuvent que se rencontrer²⁹. Bref. Ces réserves plus ou moins substantielles n'ont cependant pas empêché l'ouvrage d'inspirer durablement la recherche, ni même Heinrich de poursuivre une trajectoire objectivement de plus en plus polémique, marquée par sa défense de la neutralité axiologique contre ce qu'elle nomme la « militantisantisation » de la recherche, défense elle-même très vivement contestée³⁰.

Ce que la visibilité ne voit pas

Il faut maintenant tenter de pousser la critique au-delà des objections déjà formulées, et ce depuis la sociologie de la littérature et l'histoire littéraire. Quatre angles morts du dispositif heinichien semblent devoir être interrogés, dont chacun, on le verra, pointe précisément un enjeu du présent numéro de *Relief*. Ils peuvent paraître injustes, à certains égards ; à vrai dire, il ne s'agit pas tant d'angles morts que de dimensions à spécifier et de contextes à préciser.

La première réserve tient à l'an historicité relative et plus ou moins assumée du modèle développé par *De la visibilité*. Critique délicate car en vérité, il s'agit avant tout d'un parti pris de méthode. En raisonnant par typologie et par grandes oppositions structurales, renommée *versus* visibilité, nom *versus* visage, durée *versus* espace, Heinrich construit des sortes d'idéaux-types synchroniques ou prototypiques qui ne peuvent pas avoir la ductilité d'une recherche historique. Heinrich construit une typologie et il faut bien comprendre que le « seuil » photographique est surtout une décision de périodisation. On peut lui reprocher d'ignorer la complexité du phénomène et, en un sens, de naturaliser une coupure qu'elle prétend constater. L'objection d'Antoine Lilti assure que la structure imputée au dispositif technique de la photographie opérait déjà dans l'espace public lettré du XVIII^e siècle, plus continûment et plus politiquement que ne le laisse entendre la division heinichienne. C'est pourquoi il faut opportunément rappeler que la curiosité pour l'intime précède de loin la photographie. Rousseau, pour ne citer que lui, était déjà, selon le mot de Lilti que cite Pascal Durand dans ce numéro de *Relief*, « l'homme célèbre qui se cache ». Si on avance davantage,

29. Caroline Duchesne, « Compte rendu de Heinrich (Nathalie), *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique* », *CONTEXTES*, Notes de lecture, mis en ligne le 13 juin 2013.

30. Voir notamment Philippe Corcuff, « Le bêtisier sociologique et philosophique de Nathalie Heinrich » (sur *Des valeurs. Une approche sociologique*, 2017), *Lectures*, Notes critiques, 9 juillet 2018. La controverse déborde notre objet, mais elle éclaire rétrospectivement l'investissement axiologique que Vander Gucht décelait déjà dans *De la visibilité*.

il faut donc dire que la célébrité précède son support technique, et que le seuil « photographique » envisagé par Heinich n'a pas véritablement, du moins historiquement, de valeur fondatrice. À quoi s'ajoute que le « capital de visibilité » se trouve traité dans un registre purement descriptif qui en neutralise la portée conflictuelle. Une histoire politique y lirait d'abord un rapport de pouvoir ; d'où aussi l'effort de ce volume de *Relief* qui cherche à établir une sémantique historique de la gloire, de la renommée et de la célébrité qui ne seraient pas des invariants structuraux mais des constructions datées. On entrevoit ici le lien avec une seconde réserve : si la description glisse parfois vers le jugement, c'est que la neutralité typologique abrite un geste à la fois périodisant et évaluatif. Aux historiens, donc, d'encadrer plus rigoureusement la thétique heinichienne. La deuxième limite, déjà signalée par Vander Gucht, est bien la résorption du conflit. En traitant la visibilité comme un fait social total et en récusant la tradition critique, Heinich tend à présenter comme une donnée neutre ce qui est un rapport de domination et un marché. Le risque culmine dans le recours à la notion de « grâce ». En affirmant que les « gens simples » reconnaissent une grandeur qui n'a pas à être méritée mais seulement célébrée, Heinich reconduit, sous couvert de neutralité, la partition entre savants et simples qu'elle prétend dépasser. Vander Gucht l'a noté avec une certaine ironie : invoquer la « grâce » pour expliquer la fascination, c'est risquer la « vertu dormitive de l'opium³¹ ». La sociologie de la littérature d'obédience bourdieusienne, qui pense surtout la valeur comme un enjeu de luttes, ne peut évidemment pas s'en satisfaire. À quoi il faut ajouter une remarque concernant plus directement les études littéraires : le modèle de Heinich est construit sur la figure de la *star*³², dont le capital est par hypothèse maximal. Un tel modèle rend certes compte du « visage » reproduit à des millions d'exemplaires (sur posters et autres avatars), mais semble assez démunie pour envisager les formes intermédiaires, différées ou paradoxales de la notoriété qui constituent pourtant assez visiblement l'ordinaire de la vie littéraire... Que faire, dans ce cadre, de l'écrivain dont la gloire ou la célébrité est posthume ? Que dire de celui ou de celle qui se rend célèbre par son refus de la célébrité ? De celui ou celle dont le nom ne survit qu'accroché à un plus grand que lui ?

Ces situations sont pourtant majoritaires. Elles sont la condition ordinaire des écrivains. Le modèle de la *star* les traite comme des aléas ou des défauts de visibilité ; elles relèvent plus justement d'autres économies de la reconnaissance, que ce numéro de *Relief* cherche à cartographier. Enfin, toute l'axiologie de Heinich repose sur l'admiration, or Jean-Didier Wagneur montre aussi une célébrité qui se fabrique par le rire, c'est-à-dire par l'affect inverse. Le « double caricatural » usurpe l'identité du modèle et la « promotion par le rire » fait de la dérision un instrument de renommée comme un autre, à partir du grotesque et non du sublime. Selon Jean-Didier Wagneur, il existe donc une visibilité qui naît de la moquerie et non de l'éloge, et que la sociologie de l'admiration, tout entière tournée vers la révérence sinon le culte, ne peut véritablement considérer.

31. Vander Gucht, « Analyse des conditions de la célébrité en régime médiatique : une mise au point salutaire de Nathalie Heinich », art. cit.

32. En particulier, Edgar Morin, *Les Stars*, Paris, Seuil, coll. « Le Temps qui court », 1957 ; 3^e éd. revue, Paris, Galilée, 1984 ; rééd. Paris, Seuil, coll. « Points Essais », 2015.

Enfin, la dernière limite est davantage épistémologique. Si l'on suit Heinich, le capital de visibilité est un concept hétéronome : il définit la grandeur par le suffrage du nombre, par la reconnaissance d'inconnus. Or, le champ littéraire, depuis son autonomisation dès la seconde moitié du XVIII^e siècle, semble vouloir récuser ce suffrage au profit de la reconnaissance par les pairs, c'est-à-dire du capital symbolique au sens de Bourdieu. Appliquer le capital de visibilité à la littérature sans précaution et trop rapidement revient à ne pas comprendre la possibilité, et même le prestige, d'une grandeur *inverse* de la visibilité. C'est exactement ce point que Pascal Durand met au centre de sa contribution. On le comprend, le dialogue entre Heinich et ce numéro de *Relief* agit assez comme une sorte de mise à l'épreuve réciproque.

Heinich au miroir de la célébrité littéraire

L'introduction du numéro reconnaît explicitement la dette envers Heinich : c'est bien à elle que ses coordinateurs empruntent l'idée d'adjoindre à la triade bourdieusienne des capitaux social, économique et culturel un quatrième terme, le capital de visibilité, et de poser la dissymétrie, de visibilité comme de reconnaissance, en critère fondamental de la célébrité³³. Mais cette reconnaissance s'accompagne aussitôt d'un triple déplacement. Les coordinateurs historicisent le concept, en faisant remonter la célébrité au milieu du XVIII^e siècle à la suite d'Antoine Lilti ; ils ne le restreignent pas non plus à la littérature, et n'en font plus un phénomène de réception, mais un « impératif » qui pèse sur les trajectoires, les sociabilités et travaille les formes mêmes des œuvres. Le concept change ainsi de statut. D'outil descriptif d'un état social, il devient le principe explicatif d'une *pratique* littéraire. La célébrité apparaît dès lors moins comme une structure ou un cadre descriptif que comme une contrainte productive.

Le dialogue le plus frontal est celui qu'engage Pascal Durand, et il vaut d'être suivi de près puisqu'il pointe la limite épistémologique du modèle dont nous parlions précédemment. Pascal Durand oppose terme à terme « capital de visibilité » et « capital symbolique », et montre que la posture des « minoritaires », de Baudelaire à Mallarmé, consiste précisément à *dissocier* les deux : se rendre invisible, miser sur « un capital d'invisibilité au casino de la renommée », pour convertir la rareté en prestige³⁴. Si Pascal Durand reprend l'observation selon laquelle l'invisibilité est devenue une forme de pauvreté et la visibilité un signe d'élite, c'est pour objecter immédiatement que cette équation vaut « tout près de notre temps et de nos réseaux d'influence, et dans d'autres univers sociaux que la littérature, ou un univers littéraire moins autonome que par le passé ». Autrement dit, le capital de visibilité de Heinich, capital hétéronome attribué par des inconnus avec l'intercession de médiateurs journalistiques, ne vaut que pour le pôle hétéronome du champ ; au pôle autonome, c'est le capital symbolique, attribué par les pairs, qui règne, et qui peut s'accroître de tout ce que la visibilité

33. Antoine Lilti, *Figures publiques. L'invention de la célébrité (1750-1850)*, Paris, Fayard, « L'épreuve de l'histoire », 2014. L'introduction du présent numéro situe, à la suite de Lilti, le *terminus a quo* de la célébrité au milieu du XVIII^e siècle.

34. Pascal Durand, « Se faire un non : la célébrité des minoritaires », *Relief*, vol. 20, n° 1, 2026.

perd... L'exemple de Mallarmé, autour duquel Pascal Durand construit sa démonstration, est à cet égard l'idéal-type d'un contre-modèle. Le poète qui « considère l'époque contemporaine comme un interrègne », qui se peint en « vivant-mort parmi des morts-vivants » et n'envoie aux vivants que « sa carte de visite, stances ou sonnet », réussit en effet le tour de force d'être, de tous les noms cités dans la célèbre enquête de Jules Huret, celui qui revient le plus souvent. « Son refus de se mêler au monde aura finalement été sa principale carte de visite dans ce monde », écrit Pascal Durand. Réfutation élégante du concept heinichien donc : il existe une célébrité de l'invisibilité, un capital symbolique qui se nourrit de la soustraction au capital de visibilité. Force est de constater que si la thèse de Heinrich n'en sort certes pas invalidée, elle s'en trouve quelque peu circonscrite.

C'est enfin à l'aveuglement aux notoriétés différées et posthumes que Vincent Laisney s'adresse le plus directement, au point de faire de *De la visibilité* la matrice théorique avouée de sa contribution. Vincent Laisney reprend mot pour mot le « capital de visibilité », défini comme « différentiel de ressources entre gens connus et inconnus », et lui adjoint, par dérivation analogique assumée, un concept inédit et fécond, le « capital mémoriel », défini comme « différentiel de ressources entre gens ayant connu des gens connus, et gens n'ayant connu que des gens inconnus³⁵ ». En déplaçant intelligemment d'un cran la formule heinichienne, du fait d'être connu à celui d'avoir connu, Vincent Laisney introduit dans ce modèle une appréciation temporelle qui lui faisait défaut. Le capital mémoriel est une grandeur de la durée, qui se transmet, se relaie et survit à la personne. Du même coup se trouve restituée toute une chaîne d'intercession que le modèle de la *star* avait occultée. Le cortège des *minores*, des obscurs et des témoins devient le passeur d'une visibilité qui n'est pas la sienne, mais dont il sait monnayer une part. C'est par là que Vincent Laisney atteint les deux versants de cette limite : la réduction aux seuls pôles du peuple et des *people*, à quoi il oppose tout le peuplement intermédiaire des « demi-célèbres » ; et la restriction à l'actualité, à quoi il oppose la longue durée de la mémoire. En montrant que la curiosité pour l'intime des grands « ravive » leur présence bien après leur mort, et que des *minores* convertissent en « visibilité différée » le capital accumulé au contact des célèbres, il érige en objet sociologique à part entière la condition littéraire ordinaire, faite de gloire partagée, empruntée ou posthume. Le genre des *Souvenirs littéraires*, « artefact oublié de la culture médiatique de la célébrité », en est le témoin privilégié, le lieu où s'enregistre et se monnaie le contact avec les illustres. Cette célébrité en demi-teinte et en différé fait en vérité l'ordinaire de la vie des lettres. De ce point de vue, la contribution de Vincent Laisney offre une rectification nécessaire du concept heinichien.

Deux contributions, enfin, ne se contentent pas de lever un angle mort. Morgane Kieffer, dans sa lecture de Pierre Michon lecteur de Balzac, fait dialoguer la « singularité » et l'« originalité » telles que Heinrich les a théorisées avec la dialectique michonienne de la « frime » et de la « Grâce ». Kieffer montre que cette opposition recoupe presque terme à terme celle que Heinrich établit, dans sa sixième partie, entre le mérite et la grâce. La « frime »,

35. Vincent Laisney, « Capital mémoriel et capital de visibilité : la célébrité en différé », *Relief*, vol. 20, n° 1, 2026.

chez Michon, est le versant visible et mondain de l'écriture, la quête de reconnaissance, « cette splendeur visible à tous les yeux » ; la « Grâce », c'est l'épiphanie de l'écriture, « l'aube qui revient, muette, illettrée, glorieuse », irréductible au suffrage du nombre. Morgane Kieffer fait alors apparaître un déplacement décisif, et qui touche au point même où nous prenions Heinrich en défaut. Car la grâce, chez Heinrich, était attribuée aux « gens simples » et maintenue dans le registre de la réception, le public accordant une grandeur sans mérite ; c'est d'ailleurs sur ce seuil que la description semblait glisser subrepticement vers le jugement. Chez Pierre Michon, au contraire, la grâce est rapatriée au cœur de l'expérience auctoriale. Elle n'est plus, ou plus seulement, ce que le public concède d'en bas, mais ce que l'écrivain éprouve dans le rare moment où « cela touche juste ». La grâce devient active et savante, et l'axiologie que Heinrich logeait du côté de la réception se découvre un versant du côté de la production. Là encore, la grammaire de Heinrich ne s'en révèle pas invalidée, mais ce qu'elle décrivait comme une disposition des publics se révèle aussi et surtout une expérience des auteurs. Le rappel éclaire rétrospectivement ce que la fresque finale de Heinrich avait de plus substantiel. Michon écrit que « le désir de gloire est un désir de texte ». Sublime formule qui dit ce que la sociologue tend à minorer, à savoir que la singularité moderne, fût-elle dissociée de l'excellence aux yeux du public, reste indissociable, pour l'écrivain, de l'exigence de l'œuvre. La formule « de l'excellence sans singularité à la singularité sans excellence » trouve certainement là une nuance à méditer. Du point de vue de l'auteur, la singularité demeure une excellence, même s'il s'agit d'une excellence sans témoin, qui ne se prouve qu'à elle-même, face à la solitude et au verdict de la page. On objectera que Heinrich décrit la réception et que Morgane Kieffer s'intéresse à la production, certes, mais c'est justement parce que les deux perspectives ne se contredisent pas que leur dialogue promet une intelligence neuve du phénomène de la célébrité littéraire, qui tiendrait enfin ensemble le regard du public et l'épreuve de l'écrivain.

Les études de cas, enfin, confirment la pertinence et les limites de l'axe « valeur ajoutée / valeur endogène ». Ainsi, en ouverture du numéro, José-Luis Diaz décrit le basculement, après 1830, d'un régime de gloire, absolu et posthume, à un régime de célébrité médiatique, éphémère, prosaïque et « dissociée de tout mérite³⁶ ». L'analyse du corpus de presse (la rumeur des gazettes de 1840, leurs « célébrités de carrefours » et leurs « gloires en similor ») est l'occasion d'une étude passionnante. Samantha Caretti et Thierry Poyet analysent pour leur part l'écart entre une posture affichée de refus de la publicité et des pratiques effectives de promotion, chez Chateaubriand et Lamartine pour la première, chez Flaubert pour le second³⁷. Cette discordance entre la posture et la pratique est ce que la neutralité axiologique de Heinrich, soucieuse de ne pas juger les acteurs, s'interdisait de prendre pour objet, et que la sociologie de la posture, héritée des travaux fondateurs de Jérôme Meizoz,

36. José-Luis Diaz, « Entre rêves de gloire et réalités de la réclame : la célébrité littéraire en régime médiatique (1830-1850) », *Relief*, vol. 20, n° 1, 2026.

37. Samantha Caretti, « Prétendus suppliciés de la publicité : les exemples de Chateaubriand et de Lamartine », et Thierry Poyet, « Pour une réfutation de la célébrité comme impératif social : Flaubert épistolier », *Relief*, vol. 20, n° 1, 2026.

tend à considérer comme centrale. Le « publicain dans sa boutique » qu'est devenu Lamartine, le Flaubert qui « se fait adresser des manuscrits d'inconnus dans les sociétés où il se trouve » tout en proclamant son mépris de la renommée sont des figures contradictoires qui excèdent le modèle du capital, et qui relèvent moins d'une distribution de ressources que d'une économie psychique de la posture. Henri Berger-Martín et Damien Zanone, enfin, ajoutent à Heinrich une variable que celle-ci n'avait guère thématisée pour le XIX^e siècle : le genre³⁸. Le cas de Louisa Siefert montre que la doctrine parnassienne de l'effacement ne fut, selon la belle formule de l'article, qu'une « parenthèse dans l'histoire de la célébrité », aussitôt contredite par la pratique des jeunes poètes. Il montre surtout que l'accès des femmes à la visibilité se paie d'une dépersonnalisation. Proclamée « Muse de la Patrie », l'autrice voit son nom propre s'effacer derrière l'allégorie : « les traits subsistent, non l'identité ». Pour une femme du XIX^e siècle, être vue, c'est risquer de n'être plus nommée... Le capital de visibilité, ici, change de nature selon le sexe de celui ou celle qui le détient. Le modèle de Heinrich, qui suppose une visibilité de même nature pour tous, ne semble disposer d'aucune variable pour analyser correctement cette question du sexe.

Conclusion

Que vaut, en 2026, le pari de *De la visibilité* ? La confrontation avec ce numéro de *Relief* suggère une réponse nuancée qui ne se veut nullement un verdict. Il faut reconnaître au concept de Heinrich une vitalité incontestable et en ce sens, *De la visibilité* a été un véritable coup de maître : *De la visibilité* et les notions qui en sont issues ont fourni à la sociologie de la littérature un vocabulaire que des chercheurs aussi différents que les contributrices et contributeurs de ce numéro mobilisent et discutent aujourd'hui comme un acquis. Mais cette dissémination se mesure aussi, et peut-être surtout, aux nuances et élargissements qu'elle appelle. Le capital de visibilité ne se laisse pleinement penser qu'une fois historicisé avec Lilti, réarticulé au capital symbolique dont Durand le distingue, étendu aux temporalités différées et aux demi-célébrités que Laisney met au jour, rapatrié du côté de l'expérience auctoriale par Kieffer, et nuancé par la variable de genre qu'introduisent Henri Berger-Martín et Damien Zanone. L'apport de Heinrich aura été de prendre la célébrité comme un objet d'étude réhabilité. Toutefois, le clair-obscur où se tiennent de nombreux écrivains, ceux dont la gloire est différée, partagée, posthume, voire tout entière logée dans l'invisible d'une œuvre, n'est pas franchement envisagé par Heinrich. On mesure aussi ce que ce paradigme minore en le confrontant à un livre paru presque simultanément, *Les Feuilles de l'après-mai*³⁹ de Jean-François Hamel, qui archive le moment où la culture écrite française a tenté, pour la dernière fois de manière organisée, de détrôner le « régime de visibilité ». La presse gauchiste de 1968-1975 y apparaît comme une vaste expérimentation de publicité sans visibilité : signatures collectives et anonymat revendiqué. La feuille *L'Insaisissable*, lancée en mars 1973 par le

38. Henri Berger-Martín, « Louisa Siefert et la célébrité en période parnassienne », *Relief*, vol. 20, n° 1, 2026.

39. Jean-François Hamel, *Les Feuilles de l'après-mai. Une histoire littéraire du gauchisme*, Paris, Amsterdam, 2026.

Comité d'action pour la liberté d'expression, offre un exemple saisissant. Pour déjouer la loi de 1881, qui impose à chaque journal un directeur responsable et un imprimeur identifiable, elle inscrit au bas de sa dernière page une liste de 217 directeurs, journalistes, écrivains et intellectuels assumant la responsabilité civile et pénale. Le calcul, hérité du Manifeste des 121, était de contraindre le ministère de l'Intérieur à inculper plus de 200 personnalités d'un coup, et donc de l'obliger à reconnaître son action de censure. *L'Insaisissable*, donc, tout un programme. Et de fait, l'État n'osa pas. De l'autre côté du même geste, Sartre mit sa célébrité au service des journaux poursuivis, non pour l'augmenter mais en quelque sorte pour la dépenser, ce que le modèle du capital, tout entier construit sur l'accumulation et la conversion, ne permet guère de penser. Hamel rappelle ainsi que la visibilité n'est pas seulement une ressource convoitée dans l'économie médiatique des singularités ; elle est aussi une imputabilité assignée, au besoin, de force. La loi du 29 juillet 1881, en exigeant de toute publication un directeur responsable, fabrique juridiquement du visible pour s'arroger la possibilité de punir. L'État, du reste, n'a jamais cessé de rendre visibles ceux qui s'y refusaient, depuis les gérants de la presse maoïste jusqu'aux auteurs anonymes du Comité invisible que l'antiterrorisme s'employa à identifier. Une sociologie de la visibilité qui n'interrogerait que ceux qui la désirent serait aussi aveugle à ce genre de complications judiciaires et policières. On se souvient que la sociologue a fait de la célèbre « lettre volée » d'Edgar Poe, après Lacan et beaucoup d'autres, l'emblème de son objet : ce qui crève les yeux à force d'être exposé⁴⁰, mais à chercher la visibilité, on laisse aussi dans l'ombre tout ce qui, dans le champ littéraire, se joue à la frontière du visible et de l'invisible. Ce numéro de *Relief* s'y positionne relativement en relisant *De la visibilité* comme une hypothèse à partir de laquelle une histoire littéraire et une sémantique de la célébrité peuvent être envisagées. La réédition en « Folio essais » tombe, en ce sens, à point nommé.

Bibliographie

- HEINICH Nathalie, *La Gloire de Van Gogh. Essai d'anthropologie de l'admiration*, Paris, Éditions de Minuit, 1991.
- *L'Élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 2005.
- *Pourquoi Bourdieu*, Paris, Gallimard, coll. « Le Débat », 2007.
- « La culture de la célébrité en France et dans les pays anglophones. Une approche comparative », *Revue française de sociologie*, vol. 52, n° 2, 2011, p. 353-372.
- *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Gallimard, coll. « Folio essais », 2026 [2012].
- « Grand résumé de *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, Paris, Éditions Gallimard, 2012 », *SociologieS*, « Grands résumés », 20 février 2013. doi.org/10.4000/sociologies.4282
- *La Sociologie à l'épreuve de l'art. Entretiens avec Julien Ténédos*, Bruxelles, Les Impressions nouvelles, coll. « Réflexions faites », 2015.
- *Des valeurs. Une approche sociologique*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 2017.
- *La Valeur des personnes. Preuves et épreuves de la grandeur*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 2022.

40. Nathalie Heinich, *De la visibilité*, op. cit., p. 23.

- BOORSTIN Daniel J., *The Image; or, What Happened to the American Dream*, New York, Atheneum, 1962.
- BOUKALA Mouloud, compte rendu de *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, *Anthropologie et Sociétés*, vol. 40, n° 1, 2016, p. 275-276. doi.org/10.7202/1036381ar
- CORCUFF Philippe, « Le bêtisier sociologique et philosophique de Nathalie Heinich », *Lectures*, Notes critiques, 9 juillet 2018. doi.org/10.4000/lectures.25494
- CÔTÉ Jean-François, « D'un point aveugle de la visibilité ? », *SociologieS*, « Grands résumés », 20 février 2013. doi.org/10.4000/sociologies.4283
- DESOUCHES Olivier, « La visibilité, stade suprême de la modernité ? », *La Vie des idées*, 24 août 2012. Disponible sur lavedesidees.fr
- DUCHESNE Caroline, « Compte rendu de Heinich (Nathalie), *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique* », *CONTEXTES*, Notes de lecture, 13 juin 2013. doi.org/10.4000/contextes.5641
- GOFFMAN Erving, « Perdre la face ou faire bonne figure ? Analyse des éléments rituels inhérents aux interactions sociales », dans *Les Rites d'interaction*, trad. Alain Kihm, Paris, Éditions de Minuit, coll. « Le Sens commun », 1974 [« On Face-Work », 1955].
- HAMEL Jean-François, *Les Feuilles de l'après-mai. Une histoire littéraire du gauchisme*, Paris, Amsterdam, 2026.
- HONNETH Axel, « Visibilité et invisibilité. Sur l'épistémologie de la "reconnaissance" », *Revue du MAUSS*, n° 23, 2004/1, p. 137-151.
- LEGENDRE Bertrand, *L'Édition du livre de poche en France. Étude des logiques d'innovation et des processus de légitimation dans une industrie culturelle*, thèse de doctorat, Université Stendhal-Grenoble 3, 1998.
- LILTI Antoine, *Figures publiques. L'invention de la célébrité (1750-1850)*, Paris, Fayard, coll. « L'épreuve de l'histoire », 2014.
- MAUSS Marcel, « Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques » [1925], dans *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF, 1950.
- MOLLIER Jean-Yves et TRUNEL Lucile (dir.), *Du « poche » aux collections de poche. Histoire et mutations d'un genre. Actes des ateliers du livre, Bibliothèque nationale de France, 2002 et 2003*, introduction de Joëlle Garcia, Liège, Éditions du Céfal, coll. « Les Cahiers des paralittératures », n° 10, 2010.
- OLIVERO Isabelle, *L'invention de la collection. De la diffusion de la littérature et des savoirs à la formation du citoyen au XIX^e siècle*, Paris, Éditions de l'IMEC / Éditions de la Maison des sciences de l'homme, coll. « In Octavo », 1999.
- VANDER GUCHT Daniel, « Analyse des conditions de la célébrité en régime médiatique : une mise au point salutaire de Nathalie Heinich », *SociologieS*, « Grands résumés », 20 février 2013. doi.org/10.4000/sociologies.4285
- WOLF Laurent, compte rendu de *De la visibilité*, *Études*, n° 10, 2012, p. xxxv. doi.org/10.3917/etu.4174.0404ai