

Les parodies de prix littéraires à l'ère numérique Analyse des Prix de Chlore, Prix de la Page 111, Prix Virilo

Mémoire réalisé par
Stefania WATTIER

Promoteur(s)
Sébastien FEVRY

Année académique 2017-2018
Master [60] en information et communication (Mons)

Introduction

En France, les prix littéraires apparaissent comme un élément culturel important. Très médiatisés, ils font chaque année l'objet de nombreux débats et polémiques. Fortement critiqués depuis quasiment le début de leur existence, ils sont aussi l'objet d'un certain nombre de parodies, notamment dans les romans. Il nous a donc paru intéressant d'étudier cet objet précisément à travers son aspect parodique, qui n'est pas vraiment le sujet de travaux sur les prix littéraires. Ces derniers sont eux-mêmes étudiés depuis peu de temps, notamment par Sylvie Ducas.

D'un point de vue chronologique, nous nous sommes restreints à l'époque actuelle en choisissant de nous concentrer sur les parodies de prix littéraires à l'ère numérique, c'est-à-dire qui s'expriment principalement à travers les médias numériques. Notre corpus se constitue donc de trois prix (chacun accompagné d'une cérémonie de remise) : le Prix de Chlore (2017), le Prix de la Page 111 (2012) et le Prix Virilo (2008).

Les parodies offrent un regard particulier sur l'objet qu'elles parodient : c'est pourquoi étudier non seulement les prix, mais également leurs parodies permet de proposer un point de vue plus large sur les prix eux-mêmes. Notre problématique se centre donc sur l'approche particulière que peuvent constituer ces parodies, et ce d'autant plus qu'elles s'expriment toutes via des médias numériques, très peu prisés, comme nous allons le voir, des prix traditionnels. Nous postulons que c'est le mode d'expression parodique médiatisé à travers des moyens numériques qui produit une approche décalée. Notre analyse consistera donc à comprendre en quoi ces deux éléments peuvent conduire à cette approche.

Pour ce faire, le premier chapitre de notre travail sera consacré à l'histoire des prix littéraires afin de bien comprendre le contexte dans lequel s'inscrivent les parodies étudiées. Nous verrons également quelles sont les critiques subies par les prix traditionnels et l'évolution vers d'autres types de prix. Ce chapitre sera essentiellement basé sur l'ouvrage de Sylvie Ducas : *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*¹.

Le deuxième chapitre de notre travail apportera divers éléments théoriques à propos de la notion de parodie. Différents auteurs seront convoqués : Mikhaïl Bakhtine, Linda Hutcheon, Gérard Genette et Daniel Sangsue. Nous verrons alors quelles sont leurs conceptions, dans leurs

¹ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, Paris, La Découverte, 2013.

similitudes et leurs différences pour analyser comment la parodie est intégrée dans nos cas particuliers.

Avant d'en venir à l'analyse en elle-même, nous consacrerons un troisième chapitre à la méthodologie de travail. Nous préciserons la problématique : en quoi les parodies de prix littéraires à l'ère numérique constituent une approche décalée ? Nous préciserons également nos hypothèses de travail. Les parodies étudiées seront brièvement présentées ainsi que les critères d'analyse.

Enfin, le dernier chapitre se centrera sur l'analyse de l'approche particulière que peuvent constituer les parodies de prix littéraires à l'ère numérique. Notre analyse sera divisée en deux parties : d'une part, le mode parodique sera étudié sur la base de trois critères qui sont le(s) objectif(s), le positionnement par rapport aux prix traditionnels et le mode de fonctionnement. D'autre part, nous nous concentrerons sur le support numérique envisagé sous l'angle de deux critères : la visibilité et la légitimité.

Chapitre I Éléments de contexte : les prix littéraires

Aujourd'hui, en France, il existe une pléthore de prix littéraires (environ 2000)². Il s'agit donc d'un important processus de consécration culturelle dans le champ contemporain. En littérature, la consécration se définit comme « l'action de vouer un texte ou un auteur à la sacralité de la chose littéraire et renvoie donc au procès d'attribution de la valeur esthétique. »³ Ce jugement de valeur procède de rituels mis en place par les instances de consécration et leurs agents mandatés⁴, l'une de ces plus grandes instances étant précisément les prix littéraires. À l'heure actuelle, ce phénomène semble remis en question notamment à travers les parodies que nous allons étudier dans le cadre de ce travail. Ce premier chapitre posera donc les éléments de contexte nécessaires pour comprendre d'où viennent les prix littéraires ainsi que leurs enjeux.

1. Une histoire des prix littéraires

1.1 La naissance des prix littéraires : le Goncourt et le Femina

Le Goncourt est l'un des plus anciens et des plus prestigieux prix littéraires en France. Il a été mis en place dès 1903 suite au testament des frères Jules et Edmond de Goncourt dans un contexte d'essor de l'édition qui a débuté au XIX^e siècle⁵. La consécration littéraire ne se faisait alors que par l'intermédiaire de l'Académie française. Pour les Goncourt, il s'agit de concurrencer et de dépasser cette unique instance institutionnelle par la création d'une académie parallèle, dite l'Académie des Dix, constituée, au départ, exclusivement d'hommes de lettres. D'une part, ils souhaitent prendre la défense de l'homme de lettres, c'est-à-dire le protéger face à l'industrialisation de la littérature (due, selon eux, à l'essor de la presse mais Sylvie Ducas montre combien l'essor de l'édition a été un facteur beaucoup plus décisif dans ce cas⁶). Concrètement, par l'attribution de ce prix, le jury récompense financièrement le talent de

² DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, Paris, La Découverte, 2013, p. 6.

³ DENIS, Benoît, « La consécration. Quelques notes introductives » in *CONTEXTES*, 2010, <http://contextes.revues.org/4639> (consulté le 22/05/18).

⁴ *Ibid.*

⁵ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, pp. 17-18.

⁶ En effet, « la transformation de la librairie en entreprise éditoriale moderne », c'est-à-dire la constitution de grandes maisons d'édition rachetant les plus petites avec le début des grands tirages dus à l'élargissement du public de lecteurs qui marque la dépendance économique de l'écrivain à son éditeur. DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, pp. 20-22.

l'écrivain grâce au legs des frères Goncourt.⁷ Ainsi, l'homme de lettres, défini comme « un être d'exception, témoin de son temps, qui a un rôle dans la cité, dont la mission sociale et politique ne fait aucun doute, une figure auctoriale que la nation ou le peuple, selon les époques, reconnaît et dont il admire la grandeur, celle d'un destin tout détaché des contingences matérielles et entièrement voué à la littérature »⁸, peut se consacrer pleinement à son art sans devoir se charger d'un emploi alimentaire.

D'autre part, le Goncourt permet de légitimer le roman, alors considéré illégitime par l'Académie française, au sein du champ littéraire. En effet, les romanciers admis au quai Conti le sont pour leurs valeurs morales, spirituelles et politiques et non en tant que romanciers⁹. Par ailleurs, le roman représente, à l'époque, la modernité et l'audace littéraires¹⁰. C'est pourquoi le Goncourt, par la reconnaissance institutionnelle de la valeur de la prose, redéfinit les hiérarchies esthétiques entre les genres littéraires et signe le début de l'hégémonie du roman¹¹.

Le Femina, quant à lui, est également né au début du XX^e siècle (en 1905 sous le nom du magazine *La Vie Heureuse* avant de prendre sa dénomination actuelle en 1922) du refus du Goncourt de l'attribuer à une femme. Il s'agit de revendiquer l'autorité féminine littéraire par la composition « d'un jury exclusivement féminin représentant le jugement des femmes sur la littérature et intelligemment ouvert à la mixité littéraire, ne cherchant pas à établir une prime que les femmes s'accordent entre elles, et dont l'intérêt se restreindrait à elles. »¹² Il s'agit de prôner le « même idéal à la fois esthétique et éthique »¹³ que l'Académie française dont le jury du Femina se veut l'équivalent au féminin. Les choix se tournent donc souvent vers des valeurs de mérite et de vertu plutôt que vers l'audace ou la modernité, primant ainsi des œuvres d'obédience plus classique.

Cependant, le Femina représente également la première intrusion du monde de la presse dans le domaine de la consécration littéraire puisqu'il est placé sous l'égide de deux magazines féminins, *La Vie Heureuse* et *Femina*¹⁴. Par ailleurs, les prix font vendre les livres et apparaissent donc rapidement comme une aubaine financière pour les éditeurs. Dès lors, la question se pose de savoir si le prix récompense la valeur proprement littéraire ou s'il définit la valeur marchande.

⁷ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, pp. 37-38.

⁸ *Ibid.*, p. 33.

⁹ *Ibid.*, p. 28.

¹⁰ *Ibid.*, p. 30.

¹¹ *Ibid.*, pp. 29-30.

¹² *Ibid.*, p. 87.

¹³ *Ibid.*, p. 88.

¹⁴ *Ibid.*, p. 82.

Le Prix Femina inaugure donc une ère nouvelle : celle où les médias briguent le statut d'instance de consécration littéraire dans un contexte d'émergence d'une culture de masse demandeuse de produits culturels toujours plus nombreux et variés, alors que, dans le même temps, les maisons d'édition, soumises à des pressions financières croissantes, augmentent leur cadence de production et cherchent de nouvelles manières de vendre du livre.¹⁵

1.2 Presse et prix littéraires : de la reconnaissance par les pairs au jugement par les amateurs

Si le Femina représentait le « premier exemple de détournement d'un mécénat littéraire par des logiques médiatiques »¹⁶, il n'est que le premier d'une longue série. Deux prix, aujourd'hui emblématiques de la saison des prix d'automne, marquent la véritable « irruption des médias dans le champ de la consécration littéraire »¹⁷ : le Renaudot en 1926 et l'Interallié en 1930. Tous deux ont été créés à l'issue de la contestation du Goncourt et du Femina. Le premier entendait « corriger les choix des Dix »¹⁸ tandis que le second était « d'abord conçu comme un canular de journalistes destiné à brocarder le jury Femina réuni pour voter au cercle Interallié », lequel récompense « un romancier journaliste, accentue la soumission des prix à la logique médiatique. »¹⁹

Le Prix de Flore naît en 1994, à l'initiative de Frédéric Beigbeder et Carole Chrétiennot afin de « renouer avec la tradition littéraire du Café de Flore et distinguer un jeune auteur au talent prometteur. »²⁰ Le jury est constitué d'écrivains, mais également de professionnels du monde de la presse et de l'édition. Certains membres appartiennent même à plusieurs de ces professions en étant à la fois écrivain et journaliste, ou écrivain et critique littéraire, etc.

À partir du moment où la consécration littéraire n'est plus réservée aux seuls pairs mais également aux journalistes, cette « irruption des médias dans le champ de la consécration littéraire » peut être considérée comme la première perte d'autonomie du champ, désormais soumis aux logiques médiatiques. La notion de champ, élaborée par Bourdieu, permet de « rendre compte d'un monde social différencié où existent des régions déterminées, qui ne

¹⁵ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, p. 88.

¹⁶ *Ibid.*, p. 82.

¹⁷ *Ibid.*, p. 94.

¹⁸ *Ibid.*, p. 95.

¹⁹ *Ibid.*, p. 95.

²⁰ Site du Prix de Flore, « L'histoire du Prix de Flore », in <http://prixflore.fr/prixdeflore/> (consulté le 14/05/18).

peuvent être réduites aux structures globales de la société dont elles font partie. »²¹ Le champ se caractérise notamment par son autonomie relative.

Cependant, cette première perte d'autonomie du champ se déroule dans un contexte précis :

Mais, dans les années 1960-1970, la contestation médiatique se fait plus virulente, journaux et stations radiophoniques s'érigeant massivement en nouveaux producteurs de la valeur littéraire. Avec eux, s'effondre la croyance selon laquelle les écrivains professionnels seraient les plus qualifiés pour légiférer dans le domaine de la découverte de nouveaux talents littéraires.²²

Les prix créés par les médias peuvent constituer la seconde perte d'autonomie du champ puisque ceux-ci laissent la consécration entre les mains des lecteurs amateurs. Cela répond au contexte particulier que nous venons d'évoquer qui est le signe d'une crise des autorités institutionnelles (qui sera détaillée dans le point suivant). Dès lors, la consécration sur le mode vertical ne va plus de soi au profit d'un mode plus horizontal²³.

Deux exemples étudiés par Sylvie Ducas illustrent bien cela. Il s'agit du Prix des Lectrices de *Elle* créé en 1970 et le Prix du Livre Inter créé en 1975. Tous deux démontrent le « rôle croissant joué par la presse dans le champ littéraire »²⁴ et la perte d'autorité légitime des écrivains professionnels au profit « des entreprises de “pure” consécration faisant appel à des jurys populaires, à l'écrivain corrompu est préféré le profane désintéressé, étranger aux intérêts du champ. »²⁵ Cela pose la question de la critique par les amateurs sur laquelle nous reviendrons par la suite. L'objectif de ces prix créés par les médias est donc de promouvoir la lecture en « gommant les frontières symboliques qui séparent les lecteurs profanes des professionnels du livre et en réconciliant deux univers habituellement étanches, celui de la production et celui de la réception. »²⁶

La logique de la contestation est donc inhérente à l'histoire de la création des prix littéraires. Par ailleurs, certains éléments de contexte dont de nombreuses polémiques autour des prix jalonnent cette histoire.

²¹ PINTO, Louis, « CHAMP, sociologie », in *Encyclopædia Universalis* [en ligne], <http://www.universalis-edu.com/encyclopedia/champ-sociologie/> (consulté le 22/03/18).

²² *Ibid.*, p. 96.

²³ DUCAS, Sylvie, POURCHET, Maria, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », in *Communication et langages*, n° 179, 2014, pp. 24-27.

²⁴ DUCAS, Sylvie, « Prix littéraires créés par les médias. Pour une nouvelle voie d'accès à la consécration littéraire ? », in *Réseaux*, n°117, 2003, p. 53.

²⁵ *Ibid.*, p. 55.

²⁶ *Ibid.*, p. 58.

2. Autour des institutions littéraires : les éléments perturbateurs

L'institution littéraire, étudiée par Pierre Bourdieu, regroupe « les écrivains, les académies, l'édition, tout l'appareil de la culture »²⁷. Cette notion se situe du côté du pôle de la production de la valeur littéraire et se caractérise normalement par son autonomie.

2.1 Une autorité en crise : la critique critiquée

L'institution littéraire est aujourd'hui en crise et ce depuis les prix créés par les médias qui remettent en cause la légitimité de la critique professionnelle. Or l'autorité d'une institution repose sur la croyance que cette institution est garante de certaines valeurs et dans ce cas, de la valeur littéraire d'une œuvre²⁸. Il y a donc une rupture entre l'institution et l'autorité qu'elle est censée représenter, ce qui amène à un changement dans la conception des prix :

D'un système médiatique destiné à le [l'auteur] faire connaître et reconnaître et d'un dispositif de prix conçu pour le consacrer, autrement dit favoriser son sacre ou sa grâce et satisfaire aux vertus cardinales de l'auctoritas (pouvoir, mérite, reconnaissance et crédit), on passe – comme on l'a vu – à une fabrique du succès née des impératifs de circulation et de diffusion d'un livre [...] ²⁹

De plus, la critique littéraire, autrefois réservée aux seuls écrivains dans le cadre d'un système de reconnaissance par les pairs, est désormais confiée à la presse et aux journalistes, mais également aux écrivains qui cumulent les deux fonctions : ce dernier cas annule la distinction barthésienne entre « écrivain » et « écrivain ». De manière générale, cette déspecialisation de la critique littéraire brouille la frontière entre la presse, la littérature et l'édition (puisque certains écrivains sont aussi membres de comités de lecture dans les maisons d'édition)³⁰. La critique littéraire ne correspond alors plus à un jugement esthétique ou stylistique mais se cantonne à un rôle publicitaire, c'est-à-dire que la critique perd son caractère proprement critique pour encenser dans le but de faire vendre : « la littérature et le commentaire stylistique sont oubliés au profit du livre exhibé comme une marchandise culturelle parmi

²⁷ CERISUELO, Marc, COMPAGNON, Antoine, « CRITIQUE LITTÉRAIRE » in *Encyclopædia Universalis* [en ligne], <http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/critique-litteraire/> (consulté le 22/03/18).

²⁸ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, p. 114.

²⁹ *Ibid.*, p. 115.

³⁰ *Ibid.*, p. 119.

d'autres [...] la valeur marchande, elle, a fait oublier la valeur littéraire du produit livre »³¹. C'est notamment le cas dans les émissions littéraires où l'intérêt relève parfois plus de la vie de l'auteur que des qualités stylistiques de son œuvre.

2.2 Polémiques et scandales autour des prix traditionnels

L'histoire des prix est jalonnée de contestations dans l'attribution des prix traditionnels mais aussi de scandales et de polémiques. Les prix répondent en fait à deux logiques contradictoires : d'une part, la gloire littéraire par la consécration d'un talent et d'autre part, une logique économique de marché qui récompense un succès commercial³². Cette logique de contestation est inhérente à l'histoire des prix : tiraillés entre ces logiques contradictoires, ils peinent à s'inscrire pleinement dans la catégorie littéraire en excluant l'aspect économique. L'exemple du Goncourt est significatif. En effet, ce prix s'est progressivement éloigné de ses objectifs initiaux qui étaient le soutien financier aux écrivains pour qu'ils puissent se consacrer pleinement à l'écriture et le soutien de la modernité littéraire (en privilégiant la forme du roman à celle de la poésie). Aujourd'hui, l'auteur récompensé par un Goncourt ne reçoit plus que dix euros (en plus des droits d'auteurs sur les ventes dupliquées par l'attribution de ce prix).

Par ailleurs, en ce qui concerne le soutien de la modernité littéraire, l'une des critiques les plus fréquentes est le manque d'audace des ouvrages récompensés. Cela a notamment été le cas en 1932 où, au dernier tour, Céline se retrouve face à Guy Mazeline. Or, il semble que s'il y a un auteur qui incarne la modernité littéraire à l'époque, c'est bien Céline. En vertu des principes fondateurs édictés par le testament d'Edmond de Goncourt, Céline aurait logiquement dû remporter le prix. Cela n'a pourtant pas été le cas puisque les pressions éditoriales ont dépassé les enjeux littéraires en récompensant Guy Mazeline, nettement moins audacieux.³³ C'est ainsi que beaucoup d'auteurs pourtant lauréats du Goncourt ont été oubliés de l'histoire littéraire, ce qui pose la question de la consécration sur le temps long.³⁴

³¹ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, p. 120.

³² *Ibid.*, p. 11.

³³ *Ibid.*, p. 53.

³⁴ Ce dernier point est d'ailleurs le point de départ d'un roman de Iegor Gran, *Le Truoc-Nog* paru en 2003. Le personnage de l'auteur (uniquement nommé Goncourable dès sa nomination) vit très difficilement le fait de risquer d'obtenir le prix qui, par sa médiocrité littéraire, sert de repoussoir à la bonne littérature. Recevoir le prix équivaut à une condamnation à mort, c'est-à-dire à être oublié par l'histoire littéraire. Le roman dénonce également par son caractère satirique la vénalité des éditeurs et leurs arrangements.

Cependant, quelques exceptions sont notables, comme celle de Proust qui n'aurait pas dû recevoir le prix puisqu'il est rentier. L'attribution du Goncourt à Proust permet de revaloriser les choix littéraires de l'Académie des Dix en se différenciant d'une « prime à la pauvreté »³⁵ dont il a parfois été qualifié.

Très tôt, le constat que les prix littéraires font vendre apparaît, ils se rapprochent donc plus d'une récompense économique que d'une véritable consécration littéraire sur le long terme³⁶. Le prix devient donc rapidement un « indicateur de tendances, prisonnier dans ses choix du baromètre des ventes. »³⁷ Depuis 1969, l'anti-Goncourt créé par Jean-Edern Hallier dénonce ce caractère économique et les accointances des jurés avec les éditeurs de la triade « Galligrasseuil »³⁸.

Les critiques principales autour des prix traditionnels qui ont engendré de nombreuses polémiques sont donc : l'aspect commercial, l'éloignement des objectifs initiaux de consécration littéraire, les attributions contestées, les accointances avec les milieux éditoriaux et l'attribution parfois amicale entre les écrivains jurés. Cela, dans le contexte de l'irruption des médias dans le champ de la consécration littéraire, qui intègre « la vie littéraire à l'actualité immédiate »³⁹. Cela pose donc la question de la légitimité des jurys littéraires professionnels : sont-ils vraiment appropriés pour déterminer ce qui mérite la consécration ?

2.3 Des tentatives de contrer les prix traditionnels

Plusieurs prix ont tenté de concurrencer les prix traditionnels par l'ambition de dépasser les écueils et les pièges évoqués ci-dessus.

Premièrement, le Médicis créé en 1958 a été conçu comme une tentative de (ré)conciliation entre la logique littéraire d'une part et la logique économique d'autre part. Il y a une mise en avant de la modernité littéraire notamment à travers le Nouveau Roman que l'on récompense et qui permet en même temps de mettre en évidence cette production plus avant-gardiste. Il s'agit d'une aubaine pour les Éditions de Minuit qui deviennent ainsi plus visibles. Son directeur Jérôme Lindon se moque des prix « Je ne suis pas contre les prix, mais il faut les

³⁵ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, Op.cit., p. 51.

³⁶ *Ibid.*, p. 67.

³⁷ *Ibid.*, p. 56.

³⁸ *Ibid.*, p. 70.

³⁹ *Ibid.*, p. 45.

donner aux mauvais écrivains. À ceux qui sont destinés à passer rapidement. »⁴⁰ tout en n'ignorant pas la manne financière qu'ils représentent. Cependant, le prix Médicis a parfois été attribué à des personnalités du monde de la presse et/ou de l'édition et non en raison d'une certaine qualité littéraire⁴¹. Par ailleurs, le fait de récompenser l'avant-garde pose la question de la normalisation du transgressif : ne perd-elle pas ce caractère qui fait son essence ?⁴²

Mais les médias ne sont pas en reste : les prix créés par les médias sont donc la première marque d'une (r)évolution dans l'histoire des prix en privilégiant un jury de lecteurs profanes au détriment d'une reconnaissance par les pairs. Nous pouvons nous demander si cela ne constitue pas une perte d'autonomisation du champ littéraire.

Si ces prix créés par les médias permettent une ouverture à de plus petits ou moyens éditeurs autres que la triade « Galligrasseuil »⁴³, le système est loin d'être totalement indépendant. En effet, la sélection initiale des ouvrages lus par les lecteurs amateurs implique des professionnels : ces choix peuvent délibérément déstabiliser les lecteurs mais la majorité est plutôt conforme à une certaine attente privilégiant les succès de librairie⁴⁴. L'aspect commercial n'est pas non plus négligeable puisque 60% des livres sélectionnés sont édités par une maison appartenant au même groupe que le magazine *Elle*⁴⁵. Par ailleurs, l'objectif de faire vendre est toujours présent car le lecteur est choisi en fonction d'un « profil type en adéquation avec les études de marché [pour] couronner des livres qui plairont à un public qui leur ressemble. »⁴⁶ Ces prix permettent de relancer une deuxième saison de prix au printemps sur la base d'une sélection différente de celle d'automne.

Les prix actuels marquent donc la fin du monopole de la désignation de la valeur littéraire avec l'apparition de prix récompensant d'autres genres généralement ignorés des autres jurys mais la véritable révolution a lieu sur Internet avec les prix de la blogosphère.⁴⁷ Nous verrons dans la suite de notre travail l'importance du Web dans le cadre des prix littéraires. Les prix créés par les médias avaient déjà lancé le sacre du lecteur mais le Web va plus loin :

La blogosphère offre donc au lecteur de sortir de l'ombre dans laquelle l'a cantonné la chaîne du livre, et d'exister pleinement dans ces formes nouvelles de sociabilité comme lecteur actif, réactif et participatif, dans le

⁴⁰ DE RABAUDY, Martine, « Les enfants de Minuit » in *L'Express*, 2001 cité dans DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, p. 105.

⁴¹ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, p. 102.

⁴² *Ibid.*, p. 105.

⁴³ *Ibid.*, p. 100.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 99.

⁴⁵ DUCAS, Sylvie, « Prix littéraires créés par les médias. Pour une nouvelle voie d'accès à la consécration littéraire ? », *Op.cit.*, p. 60.

⁴⁶ *Ibid.*, p. 64.

⁴⁷ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, p. 140.

même temps où le web lui offre de se mettre en scène et d'afficher son expertise personnelle dans la posture parfaitement inédite d'un lecteur à la fois « lectauteur » et « lecteur protoprofessionnel ». Posture inséparable d'une sociabilité littéraire sur Internet construisant l'opinion entre culture littéraire et culture de soi, sans exclure nécessairement la dimension éthique d'une parole responsable, et représentant autant de balises et d'aides à la consommation littéraire dans un contexte d'offre éditoriale pléthorique. [...] Comme jamais l'intelligence des textes et leur jugement critique sont devenus collectifs.⁴⁸

Si nous ne pouvons pas véritablement parler de pièges ou d'écueils concernant ces prix à l'ère numérique, ils posent cependant certaines questions. D'une part, la question de la légitimité se pose : le jugement amateur semble s'opposer au jugement professionnel, l'un est-il plus légitime que l'autre pour déterminer la valeur littéraire ? Nous reviendrons sur cette question dans la suite de ce travail. D'autre part, les critères de l'un ou l'autre de ces jugements sont-ils les mêmes ? Il semblerait que le jugement amateur soit plutôt basé sur le principe du plaisir de la lecture plutôt que sur des critères esthétiques ou d'analyse littéraire.⁴⁹ Ce tournant marque donc le renforcement du jugement amateur mais il reste à déterminer l'impact sur le temps long de la consécration.

Comme nous venons de le voir, la dénonciation des critiques envers les premiers prix mènent à des tentatives de dépasser les pièges par la création de nouveaux prix. Il y a donc une inflation des prix mais ce n'est pas la seule.

2.4 La surproduction éditoriale : faire le tri

La naissance des prix est en lien avec la montée en puissance de l'édition au XIX^e siècle : avec la transformation des petits libraires-imprimeurs indépendants en grandes maisons d'édition, la production ainsi que le nombre de tirages augmentent. Cette surproduction éditoriale est dénoncée dès 1880⁵⁰, la nécessité de faire le tri entre la qualité et le médiocre apparaît donc rapidement. Les prix assurent donc une fonction de filtre au sein de cette surproduction :

En se démultipliant, les prix littéraires vont devenir inséparables des réalités d'une telle culture de masse. Leur autorité symbolique va tenir à leur faculté d'opérer une sélection dans une pléthore éditoriale et à conjuguer de manière

⁴⁸ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, pp. 141-142.

⁴⁹ LSD, la série documentaire, Les prix littéraires (2/4) : « Lecteurs, le nouveau jury », série réalisée par Stéphane Bonnefoi et Guillaume Baldy, présentée par Perrine Kervran, diffusée le 07/11/17 (1^e diffusion le 01/11/16) in France Culture, <https://www.franceculture.fr/emissions/lsd-la-serie-documentaire/les-prix-litteraires-24-lecteurs-le-nouveau-jury>.

⁵⁰ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, pp. 17-19.

singulière valeur littéraire et valeur marchande [...] Ces derniers agissent désormais à la façon de labels littéraires filtrant et régulant la production éditoriale selon un spectre large de distinctions, et attestant de la qualité supérieure de ce qu'ils repèrent dans une masse de livres lancés sur le marché. Signes distinctifs d'une qualité (nul roman de gare dans ces palmarès), ils segmentent la littérature en labels tributaires des aléas d'un marché immédiat et pléthorique, incapable, comme toute industrie culturelle, de s'inscrire dans le temps long de l'œuvre et d'honorer, du coup, les enjeux de consécration littéraire qui leur ont donné naissance.⁵¹

La « labellisation » est donc nécessaire mais elle pose problème dans la réalité des faits étant donné que la littérature est loin d'être un ensemble homogène :

Car il n'existe pas une littérature, homogène et monolithique, mais des littératures, certaines exigeantes, déconcertantes ou inédites, d'autres « consentantes », convenues ou mercantiles. Bien que multiples et construites selon les stratégies de positionnement esthétique ou social de l'écrivain et l'horizon d'attente du public auquel elles se destinent, toutes s'affrontent au sein du même champ littéraire et éditorial.⁵²

Il devrait donc exister autant de prix que de littératures, ce qui semble être le cas. Par ailleurs, comment s'assurer que cette « labellisation » est bien effectuée puisque, comme nous l'avons vu, l'aspect commercial est très important :

C'est donc bien la pléthore éditoriale, en rendant plus aiguë la nécessité du « tri sélectif », justifie la segmentation du marché en labels concurrents. La compétition littéraire tient désormais du hit-parade, du Top 50 ou de l'élection de « produits de l'année », non du panthéon des grands auteurs ni de la bibliothèque des grandes œuvres, depuis que le champ littéraire a érigé le marché en valeur en confondant diffusion et légitimation.⁵³

Même si nous sommes conscients des contingences et des imperfections du système des prix, nous préférons déléguer le savoir afin de pouvoir faire le tri.⁵⁴ Les prix permettent donc de trancher rapidement au sein de cette production, plus rapidement que la critique littéraire qui « exige que nous prenions connaissance des argumentations qu'elle développe dans les comptes rendus, les débats, les polémiques, et les conclusions auxquelles elle nous amène à la fin d'une longue lecture fastidieuse sont souvent assez équivoques et floues »⁵⁵. Les prix présentent donc un aspect pratique en nous permettant d'effectuer un tri rapide au sein d'une production toujours plus importante mais ce système présente également de nombreuses failles, il est donc à la fois

⁵¹ DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, *Op.cit.*, 89.

⁵² *Ibid.*, p. 7.

⁵³ *Ibid.*, p. 111.

⁵⁴ SPINOY, Erik, « Les prix littéraires : construire la littérature, soulager le public » in *Culture, le magazine culturel en ligne de l'Université de Liège*, 2009, http://culture.uliege.be/jcms/prod_132166/fr/les-prix-litteraires-construire-la-litterature-soulager-le-public (consulté le 23/03/17).

⁵⁵ *Ibid.*, p. 4.

nécessaire et à améliorer. Nous verrons dans la seconde partie de notre travail comment construire un autre système.

Chapitre II Éléments théoriques : la notion de parodie

1. Bref historique de la notion

La parodie est une notion souvent confondue avec d'autres catégories relevant de pratiques du détournement, principalement la satire et le pastiche. D'un point de vue étymologique, le terme est issu de « para », contre ou à côté et de « ôdé », le chant : littéralement, « contre ou à côté du chant ».

Aristote évoque la « parodia » dans sa Poétique en tant que « représentation en mode narratif de personnages et d'actions “bas” »⁵⁶, il s'agirait de la quatrième case vide mais les exemples donnés par l'auteur nous sont peu ou pas connus aujourd'hui. Dans l'Antiquité, ce terme pouvait désigner deux concepts différents. D'une part, il pouvait s'agir d'un genre littéraire dont le « principe [est] de s'en prendre d'une manière ou d'une autre à l'épopée. »⁵⁷ D'autre part, la parodie désigne également une technique de citation détournée.⁵⁸

À l'âge classique, c'est surtout ce second sens qui sera retenu tandis qu'au XIX^e siècle, deux attitudes envers la parodie s'opposent. L'une correspond à une définition au sens large de la parodie comme « tout ce qui relève de la production déformante et moqueuse »⁵⁹, en lien avec l'attrait des romantiques pour la parodie. L'autre définition, plus stricte, est héritée de l'Antiquité, c'est-à-dire une « pratique d'intervention ponctuelle sur les textes peu susceptible d'être prise au sérieux. »⁶⁰

⁵⁶ SANGSUE, Daniel, « PARODIE, littérature », in *Encyclopædia Universalis* [en ligne], <http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/parodie-litterature/> (consulté le 22 mars 2018).

⁵⁷ SANGSUE, Daniel, *La parodie*, Paris, Hachette, 1994, coll. « Contours littéraires », p. 14.

⁵⁸ *Ibid.*, p. 15.

⁵⁹ *Ibid.*, p. 21.

⁶⁰ *Ibid.*, p. 22.

2. La conception de Mikhaïl Bakhtine

Bakhtine instaure le concept de dialogisme selon lequel toute œuvre est toujours en dialogue avec les œuvres du passé. Ce concept sera à la base de celui d'intertextualité, c'est-à-dire que « tout texte se construit comme mosaïque de citations, tout texte est absorption et transformation d'un autre texte. »⁶¹

Dans son étude sur la genèse du roman, la parodie occupe une place très importante puisque en tant que « représentation du discours direct d'autrui »⁶², elle permet d'expliquer la polyphonie à l'origine du roman moderne. Il montre que la parodie couvrait tous les genres dès l'Antiquité et qu'elle s'est élargie au domaine des rituels religieux, du carnaval au Moyen-Âge et à la Renaissance.

Il associe la parodie à l'exagération. Au sens plus large, la parodie est une « contestation des styles, des langages, et, partant, des idéologies, qui s'apparente à la destruction ». Bakhtine développe également deux autres concepts liés à la parodie : la stylisation parodique et la parodie rhétorique. Daniel Sangsue distingue donc plusieurs sens distincts de cette notion selon la théorie de Bakhtine⁶³ :

- Un usage très général du terme, conforme à l'usage courant, qui fait de la parodie une pratique d'imitation ou de transformation caricaturale (exagération, accentuation) concernant aussi bien des discours, des langages que des thèmes [...] ou des genres littéraires ;
- Un usage plus limité, couplant « parodie » et « stylisation », dans la « stylisation parodique » que l'on vient de voir définie, où il s'agit de la recreation polémique d'un langage représenté et « dénoncé » à l'intérieur d'un discours romanesque ;
- Une acception-repoussoir, la « parodie rhétorique », correspondant à une mystérieuse destruction du discours d'autrui, purement formelle et négative [...] à laquelle s'adonnerait la parodie moderne ;
- Un « sens strict », cité dans la Cinquième étude d'Esthétique et théorie du roman et qui s'applique aux « œuvres parodiques reproduisant directement la forme des genres parodiés : pastiches des poèmes, des tragédies [...], parodies de plaidoyers, etc. Ce sont là déguisements et parodies au sens strict. »⁶⁴

⁶¹ KRISTEVA, Julia, « Le mot, le dialogue, et le roman » in *Séméiotikè, recherches pour une sémanalyse*, Paris, Seuil, 1969, p. 85 cité dans DE BIASI, Pierre-Marc, « INTERTEXTUALITÉ THÉORIE DE L' » in *Encyclopædia Universalis* [en ligne], <http://www.universalis-edu.com/encyclopedia/theorie-de-l-intertextualite> (consulté le 22 mars 2018).

⁶² BAKHTINE, Mikhaïl, *Esthétique et théorie du roman*, Paris, Gallimard, 1978 [trad. Française Daria Olivier], p. 411.

⁶³ SANGSUE, Daniel, *La parodie*, *Op.cit.*, pp. 40-41.

⁶⁴ BAKHTINE, Mikhaïl, *Op.cit.*, p. 417, cité dans SANGSUE, Daniel, *La parodie*, *Op.cit.*, p. 41.

Chez Bakhtine, ce concept est donc très large et recouvre plusieurs notions et nous verrons par la suite ce que ces éléments peuvent apporter à notre travail.

3. La conception de Linda Hutcheon⁶⁵

Selon cette théoricienne américaine, la parodie se définit comme « une forme d'imitation, mais d'imitation caractérisée par une inversion ironique, pas toujours aux dépens du texte parodié », et comme « une répétition avec une distance critique, qui marque plutôt la différence que la similitude »⁶⁶. Sa conception, très large, dépasse les œuvres littéraires pour englober « les conventions d'un genre, d'un style, d'une période, d'un mouvement, d'un artiste, qu'à des œuvres individuelles ou des parties d'œuvres. »⁶⁷, s'inspirant en cela de Bakhtine et des Formalistes russes.

Elle identifie deux procédés qui permettent la parodie⁶⁸ : d'une part, l'inversion qui instaure une distance ironique avec le modèle qui est la norme dont la parodie doit s'éloigner. D'autre part, la transcontextualisation déplace l'objet parodié dans un autre contexte que l'original. L'ironie et la parodie sont fortement liées dans la conception de Linda Hutcheon car elles opèrent l'une et l'autre sur deux niveaux de lecture.

Paradoxalement, la parodie peut répondre à deux logiques, deux conceptions divergentes, ce que Linda Hutcheon met en avant dans sa théorie. Une conception évolutionniste de la parodie s'inscrirait dans la continuité temporelle, comme une réappropriation des œuvres du passé (ce que mettaient déjà en évidence les Formalistes russes et notamment Tynianov). Une autre conception, plus proche de la satire, témoignerait d'un souhait de rupture radicale avec le passé.

4. Genette et la catégorie de l'hypertextualité

Dans *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Genette refond complètement le concept d'intertextualité en proposant celui, plus large, de transtextualité, c'est-à-dire la

⁶⁵ Les théories de Linda Hutcheon viennent chronologiquement après celles de Genette, mais nous exposons celles-là en premier pour aller d'une conception plus large à une conception plus stricte.

⁶⁶ HUTCHEON, Linda, *A Theory of Parody*, New-York et Londres, Methuen, 1985, p. 6 cité dans SANGSUE, Daniel, *La parodie*, *Op.cit.*, p. 52.

⁶⁷ SANGSUE, Daniel, *La parodie*, *Op.cit.*, p. 54.

⁶⁸ *Ibid.*, p. 53.

« transcendance textuelle du texte [...] tout ce qui le met en relation manifeste ou secrète avec d'autres textes »⁶⁹. Il identifie ensuite cinq catégories correspondant aux cinq relations qu'un texte peut entretenir avec un autre : premièrement, l'intertextualité définie comme « une relation de coprésence entre deux ou plusieurs textes, c'est-à-dire, eidétiquement et le plus souvent, par la présence effective d'un texte dans un autre »⁷⁰. Deuxièmement, la paratextualité concerne la relation d'un texte avec son paratexte⁷¹, « son entourage éditorial »⁷². Troisièmement, la métatextualité renvoie à la relation de « commentaire qui unit un texte à un autre dont il parle, sans nécessairement le citer »⁷³. Quatrièmement, l'architextualité définit la relation d'un texte « avec le genre auquel il appartient. »⁷⁴. Enfin, l'hypertextualité se définit comme « toute relation unissant un texte B (que j'appellerai *hypertexte*) à un texte antérieur A (que j'appellerai, bien sûr, *hypotexte*) sur lequel il se greffe d'une manière qui n'est pas celle du commentaire. »⁷⁵. Il restreint ensuite ce champ aux cas où « la dérivation de l'hypertexte est à la fois massive (toute une œuvre B dérivant de toute une œuvre A) et déclarée d'une manière plus ou moins officielle. »⁷⁶

C'est sur cette dernière catégorie que se penche l'ouvrage de Genette. L'hypertexte est donc « tout texte dérivé d'un texte antérieur par transformation simple (nous dirons désormais *transformation* tout court) ou par transformation indirecte : nous dirons *imitation*. »⁷⁷ La parodie est intégrée à ce type de relation en tant qu'hypertexte puisqu'il lui attribue un sens restreint permettant d'établir une différence entre pastiche et parodie. En effet, Genette relève deux modes de « transformation » (au sens large du terme) : la transformation (au sens strict du terme) est celle d'un texte et correspond à la parodie tandis que l'imitation est celle d'un style et correspond au pastiche. Le travestissement concerne, quant à lui, le traitement d'un sujet noble dans un style vulgaire.⁷⁸ Genette distingue également trois régimes des pratiques hypertextuelles : ludique, sérieux et satirique⁷⁹.

⁶⁹ GENETTE, Gérard, *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Paris, Seuil, 1982, coll. « Poétique », p. 7.

⁷⁰ *Ibid.*, p. 8.

⁷¹ *Ibid.*, p. 9.

⁷² SANGSUE, Daniel, *La parodie, Op.cit.*, p. 63.

⁷³ GENETTE, Gérard, *Op.cit.*, p. 10.

⁷⁴ SANGSUE, Daniel, *La parodie, Op.cit.*, p. 64.

⁷⁵ GENETTE, Gérard, *Op.cit.*, pp. 11-2-12.

⁷⁶ *Ibid.*, p. 16.

⁷⁷ *Ibid.*, p. 14.

⁷⁸ SANGSUE, Daniel, *La parodie, Op.cit.*, p. 65.

⁷⁹ GENETTE, Gérard, *Op.cit.*, p. 37.

La définition que propose Genette de la parodie est donc plus stricte que celles de Bakhtine ou de Linda Hutcheon et n'est pas sans rappeler la définition de la *Poétique*. Il la définit comme « la transformation textuelle à fonction ludique »⁸⁰.

5. Les travaux de Daniel Sangsue

Dans *La parodie*, Daniel Sangsue s'attache à étudier et critiquer les différentes conceptions de la parodie parmi lesquelles celles que nous venons de voir afin d'en proposer une version moins confuse dans un monde où la parodie est partout⁸¹.

Nous pouvons dire que deux grandes traditions s'opposent : d'une part, une conception large héritée des romantiques et reprise par les Formalistes russes, Bakhtine et par Linda Hutcheon pour lesquels la parodie semble recouvrir le champ des productions culturelles moqueuses d'autres productions culturelles par le détournement de leurs univers. D'autre part, une conception plus stricte héritée de l'Antiquité et redéfinie par Genette limite la notion de parodie à la transformation d'un discours précis à des fins comiques et/ou critiques.

Dans le dernier chapitre de son ouvrage, Daniel Sangsue, propose une définition élargie par rapport à Genette sans toutefois verser dans une conception trop vaste : « La parodie serait ainsi la transformation ludique, comique ou satirique d'un texte singulier. »⁸². Il ne limite pas la notion au régime ludique afin de pouvoir « prendre en compte des textes où la proportion de ces régimes est difficilement décidable, soit qu'ils se mêlent sans qu'aucun ne domine, soit que l'un ou l'autre apparaisse à l'état de nuance. »⁸³ De plus, il évite la séparation entre satire et parodie en reconnaissant à cette dernière la possibilité d'une « volonté de réforme »⁸⁴. Cependant, la notion reste ambivalente et paradoxale de par la double étymologie de « para » qui signifie à la fois « à côté » et « contre » et qui présuppose donc autant la proximité que la distance.⁸⁵

Il reste donc à déterminer dans quel cadre s'intègrent le mieux les parodies de prix littéraires étudiées dans le cadre de notre travail. La particularité étant qu'il s'agit de parodier un prix et non une œuvre, il semblerait que ce soit la conception plus large qui convienne.

⁸⁰ GENETTE, Gérard, *Op.cit.*, p. 49.

⁸¹ SANGSUE, Daniel, *La parodie*, *Op.cit.*, pp. 4-5.

⁸² *Ibid.*, pp. 73-74.

⁸³ *Ibid.*, p. 74.

⁸⁴ *Ibid.*, p. 74.

⁸⁵ *Ibid.*, p. 75.

Toutefois, une définition plus stricte inspirée de la technique de citation détournée pourrait également être appropriée dans le sens où il y a une intervention ponctuelle au niveau de la dénomination du prix. Par ailleurs, la définition proposée par Sangsue peut également être à propos si le terme « texte » est remplacé par celui de « discours » entendu au sens large. En effet, nos cas sont bien des transformations du discours des prix littéraires traditionnels. Cette tentative de définition de notre cas pris dans un entre-deux démontre bien à quel point la notion de parodie peut recouvrir des sens divers.

Chapitre III Méthodologie de travail

1. Problématique et hypothèses de recherche

Notre problématique se centre sur le type d'approche que peuvent constituer les parodies de prix littéraires numériques (médiatisation numérique mais une véritable cérémonie a lieu pour la remise des prix). Il s'agit de comprendre en quoi celles-ci peuvent présenter une autre approche de la légitimité, plus précisément en se définissant comme une approche décalée par rapport aux prix traditionnels. Notre question de recherche est donc la suivante : en quoi l'aspect parodique sur un média numérique peut produire cette approche décalée ? À travers cette conception, il s'agirait donc de se réapproprier un élément culturel fort en France (les prix littéraires) via un mode d'expression singulier (la parodie) à travers un moyen de diffusion médiatique (Internet). En effet, les cas que nous étudions investissent un média particulièrement peu prisé des prix traditionnels, et cela sur le mode de la parodie.

Deux hypothèses nous serviront de base pour l'analyse des cas. Premièrement, nous postulons que les parodies étudiées dénoncent les écueils des prix traditionnels définis dans le premier chapitre de ce travail. Leur objectif serait donc de valoriser la critique littéraire sur le Web, celle-ci pouvant se présenter comme une alternative par le fait de récompenser autrement/autre chose (nous reviendrons sur ce point dans le chapitre consacré à l'analyse). Ensuite, nous postulons que s'il y a un point de vue décalé, celui-ci est rendu possible par le détachement (à travers la parodie) et par le média numérique (en marge des médias utilisés par les autres prix, ces prix se situent sur le Web et notamment les réseaux sociaux). En effet, « décalé » signifie un déplacement or le préfixe « para » peut justement désigner « à côté ». De plus, ces parodies s'expriment via d'autres moyens que les prix traditionnels. Nous supposons donc qu'il y a un déplacement aux niveaux du mode et du moyen d'expression. L'analyse consistera donc à démontrer en quoi il y a déplacement.

2. Présentation du corpus et des critères d'analyse

2.1 Présentation du corpus

Trois cas de parodies de prix littéraires seront étudiés dans le cadre de notre travail : le Prix Virilo, le prix de la Page 111 et le Prix de Chlore.

Le Virilo a été créé en 2008 par Philippe Butigieg et se veut, dès le choix du nom, une parodie du Femina dont nous avons parlé dans notre premier chapitre. Il s'agit de récompenser un roman francophone pour ses qualités littéraires : l'humour est central tant dans la structure du projet que dans les publications critiques, mais il s'agit d'une véritable récompense.

Le Prix de la Page 111 a été créé en 2012 par Richard Gaitet, journaliste à Radio Nova. Comme son nom l'indique explicitement, il s'agit de récompenser la meilleure page 111 d'un roman francophone. Il est décerné chaque année par un groupe de sept écrivains, journalistes, libraires et traducteurs⁸⁶ (actuellement huit).

Le Prix de Chlore est plus récent et a été remis pour la première fois en avril 2017 à l'initiative de Richard Gaitet de Radio Nova. Il s'agit pour ce prix de « récompenser la meilleure scène de piscine de la littérature francophone des vingt dernières années »⁸⁷. Il a été inspiré par le Prix de Flore attribué à Philippe Jaenada en 1997 pour *Le Chameau sauvage* dans lequel il y avait une scène de piscine.⁸⁸

2.2 Présentation et justification des critères d'analyse

Notre argumentation sera construite sur la base des lectures théoriques appliquées aux parodies étudiées. Pour ce faire, nous avons divisé notre analyse en deux parties. La première partie sera consacrée à l'analyse de l'aspect parodique selon trois critères : le(s) objectif(s) définis par les prix eux-mêmes, le positionnement par rapport aux prix traditionnels et le mode de fonctionnement (sélection, système de vote, jury, choix des critères). Nous verrons en quoi ces critères mobilisent la notion de parodie, selon les différentes conceptions présentées dans le chapitre précédent.

⁸⁶ GINGOLD, Adrien, « Le prix de la page 111 » in <http://www.nova.fr/novamag/6204/le-prix-de-la-page-111>, 2012 (consulté le 06/04/18).

⁸⁷ Site de Radio Nova, « Le Prix de Chlore, à la coule » in <http://www.nova.fr/radionova/74412/episode-le-prix-de-chlore-a-la-coule>, 2017 (consulté le 06/04/18).

⁸⁸ *Ibid.*

Le premier critère est important. En effet, un prix littéraire récompense un certain type de livre en vue de répondre à un ou plusieurs objectifs. La question est donc de comprendre quel(s) objectif(s) ce prix sert et, plus généralement, de ce que les prix littéraires sont censés récompenser selon diverses conceptions partagées entre la qualité littéraire et les meilleures ventes.

Le deuxième critère se justifie en regard de la logique de création des prix évoquée dans le premier chapitre. En effet, un prix se crée toujours selon une logique de réaction contre un autre prix. De plus, comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent, la parodie peut également se positionner en réaction contre l'objet qu'elle parodie.

Enfin, le critère du mode fonctionnement permettra de comprendre comment fonctionne une parodie de prix littéraire mais aussi de déterminer les éléments définitoires du prix. Si les objectifs déterminent ce que le prix propose, le mode de fonctionnement détermine comment cela est proposé.

La deuxième partie de notre analyse sera consacrée à l'aspect numérique et se basera sur deux critères : la légitimité et la visibilité. En effet, il est intéressant de voir si ces parodies diffusées via un média peu prisé des autres prix bénéficient d'une visibilité importante ou non. De plus, étant donné que l'un des jurys est constitué d'amateurs et que les deux autres le sont de professionnels, ce critère revêt toute son importance.

En ce qui concerne la légitimité, cette opposition amateurs/professionnels amène à s'interroger sur ces questions, et ce d'autant plus qu'il s'agit de parodies. Par ailleurs, cette question est également importante dans le sens où les contenus sont diffusés sur le Web : que valent-ils par rapport aux prix traditionnels, aux critiques de presse ou de lecteurs ?

Chapitre IV Analyse comparative : une approche décalée ?

Notre analyse consiste à comprendre en quoi les parodies de prix littéraires que nous étudions peuvent constituer une approche décalée. Pour ce faire, nous postulons que le mode d'expression parodique diffusé via un média numérique contribue à cette approche. Notre analyse se centre donc sur ces deux éléments. De plus, nous avons défini trois critères d'analyse de la parodie : le(s) objectif(s), le positionnement par rapport aux prix traditionnels et le mode de fonctionnement ainsi que deux critères pour aborder le média numérique : la visibilité et la légitimité.

1. Le mode d'expression parodique

1.1 Le(s) objectif(s)

Sur son site, le Prix Virilo définit clairement ses objectifs. D'une part, il s'agit de répondre au Prix Femina, dont il est explicitement une parodie. En effet, « Le prix FEMINA appelle, par son nom même, l'existence d'un prix VIRILO. La littérature doit marcher sur deux jambes. »⁸⁹. Dès le nom, la parodie est pleinement assumée selon le procédé d'imitation inversée identifié par Linda Hutcheon⁹⁰ : à la féminité, traditionnellement marquée par la voyelle finale -a dans les langues latines, répond logiquement la virilité, marquée par le -o final. De plus, l'ironie que Linda Hutcheon associe fortement à la parodie est très présente dans ce cas. En effet, le Femina avait été créé suite au refus du Goncourt de décerner son prix à une femme, « un jury exclusivement féminin représentant le jugement des femmes sur la littérature » se constitue donc. Or, nous verrons par la suite que le jury du Virilo est loin d'être exclusivement masculin mais tous doivent porter la moustache et « vote[r] en homme le jour venu. »⁹¹ Par ailleurs, si le Virilo récompense un roman pour ses qualités littéraires, « le prix

⁸⁹ Site du Prix Virilo, « Le Prix Virilo » in <https://leprixvirilo.com/qui-sommes-nous/pourquoi-le-prix-virilo/> (consulté le 15/04/2018).

⁹⁰ HUTCHEON, Linda, *A Theory of Parody*, Londres et New-York, Methuen, 1985, p. 6 cité dans SANGSUE, Daniel, *La parodie*, op.cit., p. 52.

⁹¹ Site du Prix Virilo, « Le Prix Virilo », op.cit.

Trop Virilo récompense la plus belle poussée de testostérone (littéraire) parue dans l'année. »⁹². La carte de la virilité est donc jouée jusqu'au bout.

D'autre part, l'objectif, sinon parodique du moins humoristique, est de « remettre un peu de LOL dans la rentrée littéraire »⁹³ car « Le monde des lettres manque cruellement d'esprit critique et d'un brin d'humour »⁹⁴. La conception de ce prix littéraire est donc à tout le moins une approche décalée et qui s'assume comme telle au niveau de ses objectifs.

Le Prix de la Page 111 a pour objectif de récompenser la meilleure page 111 « Car n'importe quelle page d'un bon livre, prise en hasard, doit pouvoir émouvoir, dégoûter, séduire ou tourmenter son lecteur. »⁹⁵ Si nous ne sommes pas avec ce prix dans le cas d'une parodie au sens strict (définition de Genette), nous pouvons quand même parler d'une déformation de pratique culturelle au sens où l'entendaient les romantiques⁹⁶. Toutefois, le côté décalé est également assumé dans ce cas car le prix se définit comme « très sérieusement absurde »⁹⁷. Il semble d'ailleurs assimilé à un projet un peu fou puisque son origine se résume à cette question « pourquoi pas ? »⁹⁸ Le jeu du « fétichisme numérologique »⁹⁹ est joué jusqu'au bout avec l'« annonce du lauréat à 23 h 51, soit 111 minutes après le début de l'émission [Nova Book Box] »¹⁰⁰. Ce prix, s'il ne peut se définir comme une parodie au sens strict, apparaît toutefois comme la transformation d'un projet sérieux (les prix littéraires) en un pastiche des prix littéraires sur le mode de la blague.

En ce qui concerne le Prix de Chlore, la parodie est plus explicite au niveau du nom, une référence directe au Prix de Flore. Notre parodie se définit comme « une variation aquatique du Prix de Flore, qui récompense la meilleure SCÈNE DE PISCINE de la littérature francophone des vingt dernières années, soit le texte profond d'un écrivain qui pique les yeux. »¹⁰¹ Cette parodie trouve son origine dans le Prix de Flore 1997 qui comporte une scène de piscine :

⁹² Site du Prix Virilo, « Le Prix Trop Virilo », in <https://leprixvirilo.com/qui-sommes-nous/quid-du-prix-trop-virilo/> (consulté le 15/04/18).

⁹³ Site du Prix Virilo, « Le Prix Virilo », *op.cit.*

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ GINGOLD, Adrien, « Le prix de la page 111 » in <http://www.nova.fr/novamag/6204/le-prix-de-la-page-111>, 2012, consulté le 06/04/18.

⁹⁶ SANGSUE, Daniel, *La parodie*, *op.cit.*, pp. 21-22.

⁹⁷ Site de Radio Nova, « Le Prix de la Page 111, édition 2017 », publié le 10/10/17 in <http://www.nova.fr/podcast/nova-book-box/le-prix-de-la-page-111-edition-2017> (consulté le 15/04/18).

⁹⁸ *Ibid.*

⁹⁹ *Ibid.*

¹⁰⁰ GINGOLD, Adrien, « Le prix de la page 111 », *op.cit.*

¹⁰¹ Site de Radio Nova, « Le Prix de Chlore, à la coule » in <http://www.nova.fr/radionova/74412/episode-le-prix-de-chlore-a-la-coule>, 2017, consulté le 06/04/18.

Souvenez-vous : en 1997, sous les hourras du célèbre établissement de Saint-Germain-des-Prés, le Prix de Flore était attribué à Philippe Jaenada pour son roman « Le Chameau sauvage ». L'histoire d'un jeune homme fou amoureux d'une fille extraordinaire, Pollux, qui travaille... « *dans une piscine du dix-septième arrondissement, à la caisse : cet emploi simple lui convenait parfaitement car elle n'avait aucune autre ambition dans la vie que de lire des romans policiers et de s'amuser le soir.* »¹⁰²

La parodie est également totalement assumée puisque la cérémonie de ce prix, qui récompense la meilleure scène de piscine, a eu lieu « du fond de la piscine des Bains-Douches à Paris » et que lors de celle-ci, « via des mouvements gracieux de natation synchronisée, les scènes de piscine furent lues, analysées et débattues – dans l'eau – par un jury qui n'a pas eu peur de se mouiller. »¹⁰³

Au niveau des objectifs, la parodie va jusqu'au bout de son projet, s'assume en tant que telle et ce dans les trois cas étudiés. C'est pourquoi nous pouvons dire que l'approche est décalée puisqu'il s'agit d'aborder un aspect culturel fort en France sous un angle absurde ou ludique en détournant les objectifs initiaux des prix littéraires : récompenser la meilleure littérature devient récompenser la meilleure page d'un livre, la meilleure « poussée de testostérone (littéraire) ou encore la meilleure scène de piscine. Mais, comme nous le verrons par la suite, ce côté décalé n'est pas dénué d'intérêt pour comprendre les prix plus traditionnels.

1.2 Le positionnement par rapport aux prix traditionnels

Derrière leur aspect ludique, une certaine part de dénonciation peut se cacher derrière ces prix. En effet, comme nous l'avons vu chez les Formalistes russes et surtout Bakhtine, la parodie peut servir à dénoncer les travers de l'objet parodié. De plus, comme le montre Daniel Sangsue¹⁰⁴, si l'aspect satirique n'est pas une condition nécessaire de la parodie, il peut néanmoins s'y intégrer comme c'est le cas ici.

Le Prix Virilo se positionne très fortement contre deux prix : le Goncourt et le Femina. Pour ce dernier, c'est surtout au niveau de la dénomination. Comme nous l'avons vu dans le point précédent, le nom « Virilo » est volontairement qualifié de ridicule mais il n'est pas le seul puisqu'« il ne fait que rappeler le grotesque du nom “Femina” et des autres jurys, dont la légitimité se nourrit à la fois de collusions avec le monde des lettres et d'une retraite

¹⁰² Site de Radio Nova, « Le Prix de Chlore, à la coule », *op.cit.*

¹⁰³ *Ibid.*

¹⁰⁴ SANGSUE, Daniel, *La parodie*, *op.cit.*, p. 74.

relativement dépourvue d'humour »¹⁰⁵. Les autres jurys de prix ne sont pas neutres selon leur point de vue, contrairement à celui du Virilo, comme nous le verrons dans le point suivant.

De plus, le Goncourt est également une cible pour le Virilo. En effet, la récompense est de onze euros, soit un euro de plus que le Goncourt, « soit un euro plus grand, plus riche, plus fort... En un mot, plus viril. »¹⁰⁶. Rappelons que l'un des objectifs initiaux de l'Académie des Dix était de pourvoir aux besoins financiers des auteurs pour que ceux-ci puissent vivre de la littérature. La récompense actuelle est donc tournée en dérision par cet euro symbolique supplémentaire.

Le Prix de Chlore et le Prix de la page 111 ne se positionnent pas spécifiquement contre un prix en particulier ou en tout cas ne semblent pas dénoncer explicitement les travers des prix traditionnels. Cependant, ils posent des questions concernant ce qu'un prix est censé récompenser en les détournant par la focalisation sur un aspect en particulier : la page 111 et la scène de piscine.

De manière à la fois objective et forcément très subjective, pour tenter de répondre à ces questions : est-ce que la partie vaut pour le tout ? Est-ce que l'art de l'écrivain, sa maîtrise de la langue, des caractères et des situations, peut se lire aussi dans les détails, sur un fragment, sur une seule page ?¹⁰⁷

Ce passage peut éventuellement se présenter comme une critique à propos de la manière dont les jurys lisent les romans sélectionnés.

Les trois cas étudiés sont tous relevés dans un article publié sur le site de Radio Nova comme faisant partie de « ces prix littéraires parallèles »¹⁰⁸, ils y sont définis comme « cinq prix littéraires, absurdes, parodiques ou juste différents »¹⁰⁹ et il est souligné que « Radio Nova elle-même succombe au syndrome du prix alternatif »¹¹⁰. Les théories des Formalistes russes ont montré que la parodie pouvait être un moyen de mettre à distance l'objet parodié pour établir une certaine distance critique.

Tynianov considère la parodie comme une possibilité de renouvellement de l'objet parodié par la mécanisation d'un procédé que la parodie met à nu afin de dénoncer et de pouvoir

¹⁰⁵ Site du Prix Virilo, Le Prix Virilo », *op.cit.*

¹⁰⁶ Site du Prix Virilo, « La valeur du Prix » in <https://leprixvirilo.com/qui-sommes-nous/les-sous-sous-dans-la-popoche/> (notons que le nom de l'URL est tout aussi ridicule) (consulté le 15/04/18).

¹⁰⁷ Site de Radio Nova, « Le Prix de la Page 111, édition 2017 », *op.cit.*

¹⁰⁸ SERRELL, Mathilde, DIAO, Camille, « Ces autres prix littéraires » in <http://www.nova.fr/novamag/6894/ces-autres-prix-litteraires>, publié le 19/11/12 (consulté le 15/04/18).

¹⁰⁹ Site de Radio Nova, « Le top 5 des anti-prix littéraires » in <http://nova.fr/le-top-5-des-anti-prix-litteraires>, publié le 27/09/17 (consulté le 06/04/18).

¹¹⁰ SERRELL, Mathilde, DIAO, Camille, « Ces autres prix littéraires », *op.cit.*

évoluer.¹¹¹ Cette conception est proche de celle de Bakhtine selon qui la parodie permet une distance entre l'objet parodié et la parodie pour donner une autre image de cet objet. En effet, dans l'Antiquité, la parodie est courante pour n'importe quelle forme et il s'agit d' « arracher le discours à son objet, les séparer et montrer que tel discours direct d'un genre est unilatéral, borné, et ne peut épuiser son objet ; la parodie oblige de percevoir les aspects de l'objet qui ne se casent pas dans le genre, le style en question. »¹¹² La parodie permet donc le renouvellement car elle offre la possibilité de « créer un “correctif” comique et critique pour tous les genres directs, langages et styles et d'obliger de percevoir derrière eux une réalité contradictoire, inaperçue des genres directs. »¹¹³ Cette conception a également été reprise par Linda Hutcheon qui définit en partie la parodie comme une « une répétition avec une distance critique, qui marque plutôt la différence que la similitude. »¹¹⁴

Ces parodies de prix, précisément à travers leur aspect parodique, peuvent dénoncer certains travers des prix traditionnels par une mise à distance critique. Ils se positionnent, sinon contre ceux-ci, plutôt « en marge », ils disposent ainsi d'un regard critique, plus décalé car en dehors du système et l'assumant pleinement. Ces différentes propositions se présentent donc comme des approches parallèles renouvelant les prix traditionnels. Nous verrons dans le point suivant à quelle légitimité peuvent prétendre ces prix et comment comprendre le paradoxe au cœur même de la notion de parodie, c'est-à-dire la tension entre la proximité et la distance envers l'objet de la parodie.

1.3 Le mode de fonctionnement

Les points précédents de notre analyse ont montré que les objectifs des cas étudiés se révélaient parodiques. Par ailleurs, l'aspect parodique leur permettait de dénoncer les prix traditionnels ou du moins de les questionner. Qu'en est-il, dès lors, du mode de fonctionnement de ces parodies ? Y-a-t-il aussi usage de la parodie dans ce cas ?

Le Prix Virilo se base sur la rentrée littéraire mais aucun processus de sélection n'est clairement défini, les membres du jury semblent choisir leurs lectures à leur convenance. Ils publient ensuite leurs critiques sur le site (la plupart sont traitées sur le mode humoristique et

¹¹¹ SANGSUE, Daniel, *La parodie*, op.cit., p.35.

¹¹² BAKHTINE, Mikhaïl, *Esthétique et théorie du roman*, Paris, Gallimard, 1978 [trad. Française Daria Olivier], p. 414.

¹¹³ *Ibid.*, p. 417.

¹¹⁴ HUTCHEON, Linda, *A Theory of Parody*, Londres et New-York, Methuen, 1985, p. 6 cité dans SANGSUE, Daniel, *La parodie*, op.cit., p. 52.

peuvent, dans certains cas, parodier le style des critiques littéraires en général). De plus, ils attribuent un nombre de moustaches entre une et cinq, assortie d'un bref commentaire résumant l'avis général concernant la lecture en question. Par exemple, Alys attribue quatre moustaches à *La cheffe, roman d'une cuisinière* de Marie N'Diaye en commentant « Quatre moustaches puissantes » en référence à *Trois femmes puissantes*, un roman précédent de l'auteure. Autre exemple : Lina attribue deux moustaches « Chocolat à la liqueur » à *Un certain M. Piekelný* de François-Henri Désérable en commençant sa critique par : « Un livre, « c'est comme une boîte de chocolat on ne sait jamais sur quoi on va tomber... ». Ce système de notation n'est pas sans rappeler celui des sites tels que Babelio ou Booknode à la sauce Virilo. Malgré l'humour très présent dans ce système de critiques et de notation, le système est plutôt classique. En effet, le système en lui-même n'est pas subversif, il ne fait qu'y introduire de l'humour.

Le jury est un jury d'amateurs, ce qui, en soi, n'est pas neuf puisque les prix des lecteurs existent depuis les années 1970. C'est plutôt leur moyen d'expression qui est novateur. Il est tout de même intéressant de noter que ce jury est présenté sur un mode humoristique. La présentation insiste surtout sur le fait que ce sont des anonymes, des personnes normales sans aucun lien avec le monde des lettres, qui achètent leurs livres eux-mêmes : « Avec l'orgueil des martyrs, les jurés ont sacrifié temps, argent et dioptries pour lire à votre place des livres qui n'en valaient pas la peine. Maintenant, ils sont en colère, ils ont faim, et ils voudraient qu'on les laisse dormir s'il vous plaît. »¹¹⁵ Chaque membre est ensuite présenté avec son prénom et sa photo, chacun portant la moustache, attribut définitoire du Virilo. Ce qui importe surtout, ce sont leurs capacités de lecture (voir présentation complète des membres du jury en annexes).

Le système de vote est détaillé sur le site¹¹⁶ (voir en annexes) : au premier tour, chacun attribue un point au livre auquel il souhaite attribuer le prix, vient ensuite le dépouillement avant le second tour et la désignation du vainqueur en interne. Il est précisé que chacun doit « vote[r] en homme le jour venu. Même si personne ne sait exactement ce que cela veut dire. »¹¹⁷

Les membres du jury du Prix de la Page 111 et du Prix de Chlore sont les mêmes : ce sont des professionnels du monde de l'édition et de la presse mais ce jury se veut impartial¹¹⁸. S'il n'y a pas de système défini à proprement parler, le fonctionnement est assez simple. En effet,

¹¹⁵ Site du Prix Virilo, « Le Jury », in <https://leprixvirilo.com/qui-sommes-nous/le-jury-2012/> (consulté le 07/05/18).

¹¹⁶ Site du Prix Virilo, « Le Système de vote », in <https://leprixvirilo.com/qui-sommes-nous/le-systeme-de-vote/> (consulté le 07/05/18).

¹¹⁷ Site du Prix Virilo, « Le Prix Virilo », *op.cit.*

¹¹⁸ Site de Radio Nova, « Le Prix de la Page 111, édition 2017 », publié le 10/10/17 in <http://www.nova.fr/podcast/nova-book-box/le-prix-de-la-page-111-edition-2017> (consulté le 15/04/18).

Il s'agit d'examiner attentivement toutes les pages 111 de tous les romans écrits en langue française et publiés dans notre beau pays en cette rentrée littéraire, c'est-à-dire entre la fin du mois d'août et aujourd'hui, en considérant cette page 111 comme une œuvre d'art à part entière, du premier au dernier mot, du premier au dernier signe de ponctuation, comme si l'auteur n'avait rien écrit d'autre. En analysant cette page avec des techniques de pointe, en évaluant le style, le vocabulaire, la psychologie des personnages, la qualité des dialogues...¹¹⁹

Le système de vote n'est pas détaillé ici, contrairement au Prix Virilo. Les critères présentés dans l'extrait ci-dessus relèvent surtout de l'esthétique. Il est évident que « [l]es ouvrages comportant moins de 111 pages seront, de fait, exclus, car il n'est de prix littéraire crédible sans critères à la fois obscurs et injustes. » Les critères présentés ici sont donc volontairement obscurs et en même temps classiques dans un jugement littéraire. En fait, c'est le jeu de la parodie car les critères des prix traditionnels ne sont pas forcément très clairs non plus.

Quant au Prix de Chlore, sa sélection se base sur les vingt dernières années, nous ne sommes donc pas dans l'actualité littéraire à l'instar des deux autres prix étudiés. Le système de vote n'est pas explicité non plus, mais nous savons que « les scènes de piscine furent lues, analysées et débattues – dans l'eau – par un jury qui n'a pas eu peur de se mouiller. »¹²⁰ Aucun critère permettant de déterminer quelle est la meilleure scène de piscine n'est mentionné.

Les trois prix sont attribués par un jury (qu'il soit professionnel ou amateur) selon certains critères définis ou non : il s'agit donc d'un mode de fonctionnement relativement classique pour un prix littéraire même s'il fait preuve d'une certaine part humoristique. Il n'y a donc pas véritablement de parodie dans cette manière de fonctionner. Cependant, le Prix Virilo introduit certaines possibilités qui peuvent être considérées comme un moyen de renouveler ce mode de fonctionnement. En effet, ce prix se décline en Prix Trop Virilo et Prix Virilo des Maternelles et des Crèches (parodie du Goncourt des Lycéens) et attribue également une multitude d'accessits, en guise de lot de consolation pour les auteurs n'ayant pas obtenu le prix : « Parce que les perdants seront les gagnants, le Prix Virilo décerne généreusement ses accessits par poignées »¹²¹ (voir liste 2017 en annexes).

¹¹⁹ Site de Radio Nova, « Le Prix de la Page 111, édition 2017 », *op.cit.*

¹²⁰ Site de Radio Nova, « Le Prix de Chlore, à la coule », *op.cit.*

¹²¹ Site du Prix Virilo, « Accessits 2009 », in <https://leprixvirilo.com/?s=accessits&submit=Recherche> (consulté le 07/05/18).

De plus, les membres du jury peuvent publier deux critiques différentes voire opposées pour un même ouvrage : « les livres figurant dans plusieurs notations à la fois témoignent d'avis différents et tranchés. »¹²² Par ailleurs, 2014 fut l'année de la grève générale car :

[ce] fut une année décevante. Genre une moustache sur cinq.
Et puis c'est l'année où la rentrée littéraire a été quelque peu éclipsée par une œuvre d'art total.
Le jury du Virilo en a pris acte en faisant comme un seul homme un choix courageux.¹²³

Ce choix courageux est celui de ne pas remettre le prix et de publier une liste de revendications (voir en annexes).

Les parodies peuvent donc bien constituer un renouvellement des prix littéraires également à travers le mode de fonctionnement. Néanmoins, il s'agit plutôt de récompenser autre chose que de récompenser autrement puisque la parodie peut toujours être qualifiée de prix. La parodie est prise en tension entre le « désir d'imitation et la volonté de changement »¹²⁴

Il faut donc prendre acte du statut contradictoire de la parodie, qui peut paraître conservatrice en ce qu'elle reproduit des modèles qui font autorité, et révolutionnaire dans la mesure où elle le fait en les détournant, en introduisant de la différence dans la continuité¹²⁵

Ce paradoxe est au cœur des parodies de prix littéraires qui reproduisent le modèle des prix traditionnels (sélection d'ouvrages, critères de distinction, jury, système de vote pour récompenser le meilleur) tout en participant à leur renouvellement par le fait de récompenser autre chose sur la base d'autres critères même si c'est toujours sous la forme d'un prix.

2. Le média numérique

Outre l'aspect parodique, nous postulons que l'expression de celui-ci via un média numérique constitue une approche décalée. C'est pourquoi nous allons maintenant préciser ce que nous entendons par « numérique ». Le numérique nous permet d'entrer dans « une nouvelle ère qui se traduit par “le passage de l'information à la trace et finalement aux données” »¹²⁶. Les trois prix étudiés fonctionnent différemment puisque, comme nous l'avons vu, le Virilo est

¹²² Site du Prix Virilo, « 2016 – Une nouvelle pousse », in <https://leprixvirilo.com/critiques/2016-une-nouvelle-pousse/> (consulté le 07/05/18).

¹²³ Site du Prix Virilo, « 2014 – Grève générale », in <https://leprixvirilo.com/critiques/2014-annee-de-la-greve-generale/> (consulté le 07/05/18).

¹²⁴ Sangsue, Daniel, *La parodie*, *Op.cit.*, p. 51.

¹²⁵ *Ibid.*, p. 54.

¹²⁶ DOUEIHI, Milad, in *Qu'est-ce que le numérique ?*, Paris, PUF, 2013, p. 18 cité dans RIEFFEL, Rémy, *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, Paris, Gallimard, 2014, coll. « Folio Actuel », p.32.

décerné par des amateurs et le Prix de Chlore et celui de la Page 111 sont attribués par des professionnels. Cependant, tous les trois relèvent de la parodie, au moins dans une certaine mesure, et s'expriment via des médias communs : les sites Web et les réseaux sociaux, ce qui est possible grâce à Internet.

Certes, Sylvie Ducas avait déjà traité des prix de la blogosphère qui ont révolutionné le système des prix :

La blogosphère offre donc au lecteur de sortir de l'ombre dans laquelle l'a cantonné la chaîne du livre, et d'exister pleinement dans ces formes nouvelles de sociabilité comme lecteur actif, réactif et participatif, dans le même temps où le web lui offre de se mettre en scène et d'afficher son expertise personnelle dans la posture parfaitement inédite d'un lecteur à la fois « lectauteur » et « lecteur protoprofessionnel ». Posture inséparable d'une sociabilité littéraire sur Internet construisant l'opinion entre culture littéraire et culture de soi, sans exclure nécessairement la dimension éthique d'une parole responsable, et représentant autant de balises et d'aides à la consommation littéraire dans un contexte d'offre éditoriale pléthorique. [...] Comme jamais l'intelligence des textes et leur jugement critique sont devenus collectifs.¹²⁷

Toutefois, les cas que nous étudions sont plus singuliers dans le sens où ils s'expriment non seulement sur des sites Web, mais également à travers les réseaux sociaux. Notre analyse de cet du média numérique se basera sur deux critères : la visibilité et la légitimité.

¹²⁷ DUCAS, Sylvie, *Op.cit.*, pp. 141-142.

2.1 La médiatisation : quelle visibilité ?

Le tableau suivant reprend les différents réseaux et outils Internet sur lesquels s'expriment les prix étudiés.

Sites et réseaux sociaux	Prix Virilo	Prix de la Page 111	Prix de Chlore
Site propre	Oui ¹²⁸	Site de Radio Nova ¹²⁹	Site de Radio Nova ¹³⁰
Facebook	Oui	Oui	Non
Twitter	Oui	Oui	Non
YouTube	Oui	Radio Nova	Radio Nova
Instagram	Non	Radio Nova	Non

Il est intéressant de remarquer que ce sont tous des prix récents dont les dates de création coïncident avec l'apparition des premiers réseaux sociaux (2008 pour le Virilo, 2012 pour le Prix de la Page 111 et 2017 pour le Prix de Chlore). Cependant, au-delà de cette présence numérique, les trois prix organisent une cérémonie de remise des prix dans la réalité physique. Des vidéos de ces cérémonies sont ensuite diffusées sur les sites et/ou sur les réseaux sociaux. Cette présence relativement massive sur le Web contraste avec la quasi-absence des prix traditionnels. En effet, si ces prix bénéficient d'une importante couverture médiatique durant la saison d'automne où ils sont remis, ils diffusent pourtant très peu sur le Web et pas du tout sur les réseaux sociaux. L'exemple du Femina en est un cas emblématique : un site Internet lui est dédié¹³¹ mais il s'agit plutôt d'un site historique reprenant les faits majeurs de l'histoire du Prix Femina. Quant aux réseaux sociaux, c'est à travers une page consacrée aux prix littéraires en général qu'il est représenté, et ceci dans la même veine historique, pas du tout dans l'actualité.

Le Goncourt possède également son propre site¹³², plus complet et plus actuel que celui du Femina, mais est absent des réseaux sociaux.

¹²⁸ Site du Prix Virilo, <https://leprixvirilo.com/> (consulté le 07/05/18).

¹²⁹ Site de Radio Nova, <http://www.nova.fr/novamag/6204/le-prix-de-la-page-111> (consulté le 07/05/18).

¹³⁰ Site de Radio Nova, <http://www.nova.fr/radionova/video-le-prix-de-chlore> (consulté le 07/05/18).

¹³¹ Site du Prix Femina, <https://www.prixfemina.org/> (consulté le 07/05/18).

¹³² Site de l'Académie Goncourt, <https://academie-goncourt.fr/> (consulté le 07/05/18).

Ainsi, les parodies des prix littéraires investissent un média peu prisé des prix plus traditionnels : le Web. Ce moyen n'est pas anodin car Internet a permis l'élargissement de l'espace public et donne ainsi, aux amateurs comme aux professionnels, un nouveau moyen d'expression.¹³³ De plus, le Web offre surtout aux amateurs une plus grande visibilité : « Internet a incorporé d'une manière particulièrement sensible cette idéalisation démocratique qui invite tout un chacun à mettre en œuvre ses compétences, si diverses et inattendues soient-elles. »¹³⁴

Le Prix de Chlore et celui de la Page 111 ont été créés par Radio Nova, une radio née de la fusion entre deux radios libres, Radio Verte et Radio Ivre en 1981. C'est le journaliste Richard Gaitet, animateur de l'émission Nova Book Box qui est à l'origine des deux prix. Au-delà de la médiatisation liée à la radio elle-même, les deux prix sont relayés via le Nova Magazine. Toutefois, la médiatisation ne se limite pas à des médias internes au groupe Nova, mais s'étend à travers d'autres médias, principalement littéraires. Quant au Prix Virilo, indépendant des médias, l'onglet « Presse »¹³⁵ de leur site mentionne une large couverture médiatique qui déborde des sites et magazines littéraires puisqu'il est évoqué dans des médias tels que l'Obs, l'Express, France Inter, France Culture, Libération ou encore Europe 1 et également par Radio Nova.

De plus, le Virilo et le Prix de la Page 111 font chacun l'objet d'un article Wikipédia¹³⁶, ce qui leur permet d'être plutôt bien référencés par Google. C'est moins le cas pour le Prix de Chlore, qui, à ce jour, n'a connu qu'une seule édition (2017) et a été moins médiatisé : il bénéficie plutôt de la renommée de son aîné, le Prix de la Page 111. De plus, les termes de recherche Google doivent préciser « Nova » pour obtenir les bons résultats, sinon la recherche affiche plutôt le prix du chlore. Rémy Rieffel démontre bien l'importance de la recommandation des œuvres sur le marché culturel numérique. Ce « mécanisme de production coopérative »¹³⁷ n'est pas neuf mais il est mis en visibilité grâce à Internet.

Les trois prix bénéficient donc d'une certaine visibilité sur le Web, ce qui peut sembler paradoxal dans le cadre d'une approche décalée. En effet, cela démontre qu'un mode d'expression parodique peut trouver sa place sur le Web. Ce média en particulier offre de

¹³³ CARDON, Dominique, *La démocratie Internet. Promesses et limites*, Paris, Seuil/La République des Idées, 2010, p. 36.

¹³⁴ *Ibid.*, p. 79.

¹³⁵ Site du Prix Virilo, « Presse », in <https://leprixvirilo.com/presse/> (consulté le 07/05/18).

¹³⁶ Wikipédia, « Prix Virilo », in https://fr.wikipedia.org/wiki/Prix_Virilo (consulté le 07/05/18) ; Wikipédia, « Prix de la Page 111 » in https://fr.wikipedia.org/wiki/Prix_de_la_Page_111 (consulté le 07/05/18).

¹³⁷ RIEFFEL, Rémy, *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, *op.cit.*, p. 62.

nombreuses possibilités de détournement des produits culturels : « Avec le développement d'une culture du remix et du détournement créatif, notamment à base de vidéos, ce sont aussi de nouveaux modes d'expression, ironiques et contestataires, qui se développent en marge et à distance de la politique officielle. »¹³⁸ (par exemple, le recut movie trailer ou les mèmes). Il reste maintenant à déterminer à quelle légitimité ceux-ci peuvent prétendre.

2.2 Sur les sites Web et les réseaux sociaux : quelle légitimité ?

Les parodies en tous genres sont omniprésentes sur les sites Web et les réseaux sociaux. En effet, ces médias numériques permettent à tout un chacun de s'exprimer, et ce aussi bien les experts-spécialistes que les amateurs. Il est cependant intéressant de voir si la parole des uns est plus légitime que celle des autres.

« La libération des subjectivités ouverte par l'espace public numérique a permis aux individus de s'autoreprésenter »¹³⁹, ainsi ils peuvent exprimer un autre avis que celui de la majorité. Les amateurs peuvent également participer à la connaissance de deux manières : soit « le partage d'expériences à propos de biens culturels et technologiques »¹⁴⁰, soit « le partage de la connaissance, sous la forme de la vulgarisation. »¹⁴¹ Notre cas correspond plutôt au premier puisqu'il s'agit de proposer une autre expérience des prix littéraires, un jugement alternatif sur la littérature à travers un mode d'expression parodique via un outil de communication peu prisé des prix traditionnels. La question de la légitimité est donc double : à la fois la légitimité de la parodie et celle des sites Web et des réseaux sociaux.

Le Web offre « la démocratisation des compétences » qui « s'appuie sur des individus qui, grâce à leur niveau d'éducation et aux nouveaux outils informatiques, peuvent acquérir des compétences fondamentales dans le cadre de leurs loisirs. Selon les cas, ces compétences permettent de dialoguer avec les experts, voire de les contredire en développant des contre-expertises. »¹⁴² La connaissance proposée par les amateurs n'est donc pas plus ou moins légitime que celle proposée par les experts : c'est le cas typique de Wikipédia où les titres et diplômes n'ont pas plus d'importance face aux expériences personnelles des amateurs. Internet

¹³⁸ CARDON, Dominique, *La démocratie Internet. Promesses et limites*, Op.cit., p. 70.

¹³⁹ CARDON, Dominique, *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Paris, Seuil, 2015, coll. « La République des Idées », p. 47.

¹⁴⁰ FLICHY, Patrice, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil/La République des Idées, 2010, p. 65.

¹⁴¹ *Ibid.*

¹⁴² *Ibid.*, p. 9.

permet de « valoriser l'expertise acquise par l'expérience »¹⁴³, cela ne signifie pas toutefois que les amateurs se substituent aux experts, il s'agit plutôt de proposer un point de vue parallèle.

En ce qui concerne le Prix de la Page 111 et celui de Chlore, ils sont décernés par des professionnels qui ont également fait le choix de proposer un autre point de vue que celui des prix traditionnels. Toutefois, leur avis n'est pas forcément plus légitime que s'il était proposé par des amateurs, c'est une possibilité, tant pour les uns que pour les autres, de faire entendre sa voix en dehors des médias traditionnels¹⁴⁴ : « Beaucoup plus souple et autonome, cette forme de participation ne cherche pas à entrer dans les débats chapeautés par les institutions, mais à organiser des zones d'expertise ou de discussion à côté des institutions, voire contre elles. »¹⁴⁵ Parler de légitimité parallèle serait ainsi plus adéquat.

Par ailleurs, à travers les réseaux sociaux, la question de la réputation numérique et de l'autorité se posent. Comme le présente Cardon¹⁴⁶ (voir tableau en annexes), le critère de l'autorité se fonde sur les liens vers d'autres sites et le nombre de fois où le site Web est cité par d'autres. Or, comme nous l'avons vu dans le point précédent, le Prix Virilo et celui de la Page 111 sont bien référencés et médiatisés par l'intermédiaire d'autres sites. Quant à la réputation numérique, elle se mesure au nombre de *likes* ou de commentaires. En effet, l'interactivité multimédia est au fondement du numérique. La présence active de nos cas sur les réseaux sociaux leur permet donc d'interagir notamment au niveau des commentaires. Ils bénéficient ainsi d'une certaine reconnaissance, ce qui peut leur conférer une légitimité, au moins relative. Cependant, nous pouvons remarquer qu'il y a une forte activité durant la période des prix, et qu'elle est moindre le reste de l'année. Les réseaux sociaux apparaissent donc comme un « vecteur de démocratisation de la visibilité »¹⁴⁷, la notoriété dépend donc aussi de « l'écho rencontré au sein de ces réseaux »¹⁴⁸. Nous pouvons donc parler d'une « extension des formes habituelles de reconnaissance. »¹⁴⁹

Selon Michele Hannoosh, « la parodie ne prétend pas pour elle-même à une autorité supérieure à celle de sa cible »¹⁵⁰. La parodie peut être envisagée comme un cas de feintise

¹⁴³ FLICHY, Patrice, *Op.cit.*, p.85.

¹⁴⁴ CARDON, Dominique, *La démocratie Internet. Promesses et limites*, *Op.cit.*, p. 83.

¹⁴⁵ *Ibid.*, p. 84.

¹⁴⁶ CARDON, Dominique, *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, *Op.cit.*, p. 17.

¹⁴⁷ RIEFFEL, Rémy, *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, *op.cit.*, p. 66.

¹⁴⁸ *Ibid.*, p. 64.

¹⁴⁹ *Ibid.*, p. 63.

¹⁵⁰ HANNOOSH, Michele, *Parody and Decadence. Laforgue's Moralités légendaires*, Columbus, The Ohio State University Press, 1989, p. 19 cité dans SANGSUE, Daniel, *La parodie*, *Op.cit.*, p. 58.

ludique, pour reprendre les termes de Jean-Marie Schaeffer¹⁵¹, c'est-à-dire que l'objectif de la parodie n'est pas de tromper sciemment le destinataire. De plus, comme nous l'avons vu dans la première partie de l'analyse, l'objectif ludique est totalement assumé. Même si elles posent un regard critique sur les prix traditionnels, les parodies étudiées ne veulent pas s'y substituer. La notion de parodie permet d'ailleurs la mise à distance de l'objet parodié¹⁵², rappelons que l'étymologie « para » signifie « contre » mais aussi « à côté ».

À travers l'investissement d'un média peu prisé par les prix traditionnels (le Web et les réseaux sociaux) sur un mode parodique, les parodies de prix littéraires à l'ère numérique constituent une approche décalée. En effet, d'une part, le mode d'expression se revendique clairement comme tel et, d'autre part, ils proposent ce mode en marge des médias utilisés par les prix traditionnels. C'est précisément ce média qui permet de leur proposer une approche décalée et qui bénéficie d'une certaine visibilité.

¹⁵¹ SCHAEFFER, Jean-Marie, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, Seuil, 1999, coll. « Poétique », p. 147.

¹⁵² SANGSUE, Daniel, *La parodie*, *Op.cit.*, p. 75.

Conclusion

L'objectif de notre travail était de comprendre en quoi les parodies de prix littéraires à l'ère numérique, plus précisément les cas du prix de la Page 111, du Prix de Chlore et du Prix Virilo, pouvaient constituer une approche décalée. Nous avons postulé que ce type d'approche était due à deux éléments : d'une part, le mode d'expression parodique, et d'autre part, la médiatisation numérique. Ces deux points ont donc fait l'objet d'une analyse selon des critères différents dans notre dernier chapitre.

Avant notre analyse, il nous semblait important de restituer des éléments de contexte propres au phénomène des prix littéraires en France, ce à quoi nous avons consacré notre premier chapitre. Nous avons donc établi un historique des prix littéraires en France : la logique qui semble primer est celle de la réaction contre. En effet, dès le début, les prix sont critiqués, ce qui amène à la création d'un autre prix les contestant : par exemple, le Goncourt s'oppose au Prix de l'Académie française par la valorisation du roman et de la modernité ; le Femina s'oppose au Goncourt par la création d'un jury féminin.

La consécration littéraire est, à cette époque, réservée aux seuls écrivains dans le cadre d'un jugement par les pairs, mais rapidement, le champ s'ouvre à la presse avec le Prix Interallié, le prix Renaudot ou encore le Prix de Flore. Il s'ouvrira ensuite aux lecteurs. Nous avons identifié plusieurs problématiques qui engendrent cette logique de contestation. L'autorité légitime des écrivains est remise en question, et ce notamment à cause de polémiques autour de l'attribution des prix. En effet, ceux-ci se voient régulièrement accusés de copinage (entre les auteurs ou avec les éditeurs), d'être une récompense plus commerciale que littéraire, ou encore de s'éloigner de leurs objectifs initiaux (récompenser la modernité, l'audace). De plus, des tentatives ont eu lieu pour contrer ces écueils, mais elles ont souvent reproduit les mêmes imperfections (comme c'est le cas pour les prix des lecteurs dont la sélection est effectuée par des professionnels). Cependant, cela amène une augmentation de plus en plus nette des prix qui doivent se distinguer dans la masse : il en existe aujourd'hui plus de deux mille en France. Cette augmentation semble répondre à la surproduction éditoriale au sein de laquelle un tri est nécessaire, d'où l'aspect pratique des prix.

Le deuxième chapitre est consacré à des éléments théoriques autour de la notion de parodie afin de nous guider dans notre analyse. Dans le troisième chapitre, nous avons abordé notre méthodologie de travail : la problématique ainsi que la présentation et la justification des critères d'analyse.

La première partie de notre analyse s'est centrée sur le mode parodique selon trois critères : le(s) objectif(s), le positionnement par rapport aux prix traditionnels, et le mode de fonctionnement. Il s'agissait de comprendre comment la notion de parodie était présente selon ces critères.

En ce qui concerne le(s) objectif(s), nous avons vu que la parodie était totalement assumée dans les trois cas. En effet, par l'écho évident au Femina, le Virilo joue totalement la carte de la virilité et intègre la parodie au sens d'imitation inversée théorisée par Linda Hutcheon. Par ailleurs, le Prix de la Page 111 et celui de Chlore détournent également les objectifs traditionnels des prix en se focalisant sur un élément, *a priori* anecdotique (la page 111 ou la meilleure scène de piscine). Tous trois s'assument comme des prix décalés, comme absurde ou humoristique.

Cependant, à travers le positionnement par rapport aux prix traditionnels, une part de dénonciation, ou du moins de regard critique, se révèle. En effet, la notion de parodie, de par son étymologie « para » qui peut signifier « contre » ou « à côté », permet d'établir une distance critique avec l'objet parodié. Ainsi, dans la lignée des Formalistes russes, Bakhtine et Hutcheon démontrent que la parodie peut amener un certain renouvellement. Si ce n'est pas tout à fait le cas ici, nous avons remarqué que les parodies étudiées se positionnaient principalement contre les grands prix traditionnels : ils se veulent neutres et indépendants et marquent ainsi leur différence par rapport au Goncourt et consorts par une distance critique qui les positionne en marge.

Nous avons évoqué ci-dessus la notion de renouvellement en précisant que ce n'était pas tout à fait le cas ici, ce que nous avons démontré dans l'analyse du mode de fonctionnement. De fait, le système, lorsqu'il est présenté, est relativement classique même s'il introduit une part d'humour. C'est assez paradoxal dans le sens où ils mettent en évidence d'autres possibilités de récompenser à travers la parodie, ce qui constitue une approche décalée. Néanmoins, cela reste un prix, une forme de récompense : il s'agit plus de récompenser autre chose que de récompenser autrement. Ce paradoxe se retrouve au cœur de la notion de parodie prise en tension entre l'imitation et l'éloignement par rapport à l'objet parodié.

L'approche est donc décalée par le fait que ce soit sous l'angle de la parodie, de l'humour qui permet de poser un regard critique sur le système des prix, de proposer une alternative plutôt qu'une substitution. D'ailleurs, la seconde partie de l'analyse l'a bien montré puisqu'à travers la médiatisation numérique, les prix étudiés investissent un moyen peu prisé des autres prix, ce qui leur permet de se démarquer.

Deux critères ont servi de base pour la seconde partie de notre analyse : la visibilité et la légitimité. Internet a permis l'élargissement de l'espace public, ce qui offre une plus grande visibilité aux formes d'expression en marge, comme c'est le cas pour la parodie. Diverses formes de détournement ont ainsi trouvé une place sur le Web et les réseaux sociaux.

Sur la question de la légitimité, les amateurs comme les experts peuvent s'exprimer sur Internet, ce qui pose question. L'interaction entre les sites Web, notamment à travers le système de citations, permet de mesurer la notoriété d'un site. Comme nous l'avons vu, deux des trois prix étudiés (Page 111 et Virilo) sont bien référencés sur le Web, également grâce à leur présence sur les réseaux sociaux, ce qui leur confère une certaine visibilité, mais aussi une forme de légitimité.

Par ailleurs, la présence plus ou moins active (en fonction de la période de l'année) sur ces réseaux sociaux entraîne une interaction entre les administrateurs du prix et les internautes : *likes*, commentaires, partages, tweets, etc. Cette interaction les fait bénéficier d'une reconnaissance de leur « activité », et donc aussi d'une certaine légitimité.

Nous pouvons donc dire que les parodies de prix littéraires à l'ère numérique constituent une approche décalée suite à un déplacement aux niveaux du mode d'expression (usage de la parodie) et du moyen d'expression (la médiatisation numérique). En ce qui concerne la parodie, elle s'assume comme telle par le détournement des objectifs des prix traditionnels, la distance critique établie et le fait de récompenser autre chose. Quant à la médiatisation numérique, elle permet de proposer un avis en marge des médias officiels (que ce soit pour les amateurs ou les professionnels), et ce de manière visible. Les parodies ainsi mises en avant bénéficient d'une certaine légitimité parallèle grâce à des principes de classement et de référencement propres au Web.

Ces parodies se présentent comme une alternative qui pose un regard critique sur les prix traditionnels, en se situant « à côté » plus que réellement « contre ». Il s'agit plutôt de proposer une autre forme de prix, et non un moyen de substitution. En cela, elles intègrent bien le paradoxe étymologique du terme « parodie ».

Bibliographie

Bibliographie primaire

GINGOLD, Adrien, « Le prix de la page 111 » in <http://www.nova.fr/novamag/6204/le-prix-de-la-page-111>, 2012 (consulté le 06/04/18).

SERRELL, Mathilde, DIAO, Camille, « Ces autres prix littéraires » in <http://www.nova.fr/novamag/6894/ces-autres-prix-litteraires>, publié le 19/11/12 (consulté le 15/04/18).

Site de Radio Nova, « Le Prix de Chlore, à la coule » in <http://www.nova.fr/radionova/74412/episode-le-prix-de-chlore-a-la-coule>, 2017 (consulté le 06/04/18).

Site de Radio Nova, « Le Prix de la Page 111, édition 2017 », publié le 10/10/17 in <http://www.nova.fr/podcast/nova-book-box/le-prix-de-la-page-111-edition-2017> (consulté le 15/04/18).

Site de Radio Nova, « Le top 5 des anti-prix littéraires » in <http://nova.fr/le-top-5-des-anti-prix-litteraires>, 2017 (consulté le 06/04/18).

Site du Prix Virilo, <https://leprixvirilo.com/> .

Bibliographie – Sur la parodie

BAKHTINE, Mikhaïl, *Esthétique et théorie du roman*, Paris, Gallimard, 1978 [trad. Française Daria Olivier]

DE BIASI, Pierre-Marc, « INTERTEXTUALITÉ THÉORIE DE L' » in *Encyclopædia Universalis* [en ligne], <http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/theorie-de-l-intertextualite/> (consulté le 22 mars 2018).

GENETTE, Gérard, *Palimpsestes. La littérature au second degré*, Paris, Seuil, 1982, coll. « Poétique ».

SANGSUE, Daniel, « De la parodie dans ses rapports avec la blague et la supercherie » in *Revue de la BNF* 2009/1 (n° 31), pp. 32-35.

SANGSUE, Daniel, « PARODIE, littérature », in *Encyclopædia Universalis* [en ligne], <http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/parodie-litterature/>, consulté le 22 mars 2018

SANGSUE, Daniel, *La parodie*, Paris, Hachette, 1994, coll. « Contours littéraires ».

SCHAEFFER, Jean-Marie, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, Seuil, 1999, coll. « Poétique ».

Bibliographie – Sur les prix littéraires

CERISUELO, Marc, COMPAGNON, Antoine, « CRITIQUE LITTÉRAIRE » in *Encyclopædia Universalis* [en ligne], <http://www.universalis-edu.com/encyclopedia/critique-litteraire/> (consulté le 22/03/18).

DENIS, Benoît, « La consécration. Quelques notes introductives » in *CONTEXTES*, 2010, <http://contextes.revues.org/4639> (consulté le 05/03/18).

DUCAS, Sylvie, « Prix littéraires créés par les médias. Pour une nouvelle voie d'accès à la consécration littéraire ? » in *Réseaux*, n°117, 2003, pp. 47-83.

DUCAS, Sylvie, *La littérature à quel(s) prix ? Histoire des prix littéraires*, Paris, La Découverte, 2013.

DUCAS, Sylvie, POURCHET Maria, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur » in *Communication et langages*, n°179, 2014, pp. 21-31.

LSD, la série documentaire, Les prix littéraires (2/4) : « Lecteurs, le nouveau jury », série réalisée par Stéphane Bonnefoi et Guillaume Baldy, présentée par Perrine Kervran, diffusée le 07/11/17 (1^e diffusion le 01/11/16) in France Culture, <https://www.franceculture.fr/emissions/lsd-la-serie-documentaire/les-prix-litteraires-24-lecteurs-le-nouveau-jury>.

PINTO, Louis, « CHAMP, sociologie », in *Encyclopædia Universalis* [en ligne], <http://www.universalis-edu.com/encyclopedia/champ-sociologie/> (consulté le 22/03/18).

Site de l'Académie Goncourt, <https://academie-goncourt.fr/> (consulté le 07/05/18).

Site du Prix de Flore, « L'histoire du Prix de Flore », in <http://prixflore.fr/prixdeflore/> (consulté le 14/05/18).

Site du Prix Femina, <https://www.prixfemina.org/> (consulté le 07/05/18).

SPINOY, Erik, « Les prix littéraires : construire la littérature, soulager le public » in *Culture, le magazine culturel en ligne de l'Université de Liège*, 2009, http://culture.uliege.be/jcms/prod_132166/fr/les-prix-litteraires-construire-la-litterature-soulager-le-public (consulté le 23/03/17).

Wikipédia, « Prix de la Page 111 » in https://fr.wikipedia.org/wiki/Prix_de_la_Page_111 (consulté le 07/05/18).

Wikipédia, « Prix Virilo », in https://fr.wikipedia.org/wiki/Prix_Virilo (consulté le 07/05/18)

Bibliographie – Sur l'ère numérique

CARDON, Dominique, *À quoi rêvent les algorithmes. Nos vies à l'heure des big data*, Paris, Seuil, 2015, coll. « La République des Idées ».

CARDON, Dominique, *La démocratie Internet. Promesses et limites*, Paris, Seuil/La République des Idées, 2010.

FLICHY, Patrice, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Seuil/La République des Idées, 2010.

RIEFFEL, Rémy, *Révolution numérique, révolution culturelle ?*, Paris, Gallimard, 2014, coll. « Folio Actuel ».

Table des matières

Introduction.....	1
Chapitre I Éléments de contexte : les prix littéraires	3
1. Une histoire des prix littéraires	3
1.1 La naissance des prix littéraires : le Goncourt et le Femina	3
1.2 Presse et prix littéraires : de la reconnaissance par les pairs au jugement par les amateurs ..	5
2. Autour des institutions littéraires : les éléments perturbateurs.....	7
2.1 Une autorité en crise : la critique critiquée.....	7
2.2 Polémiques et scandales autour des prix traditionnels	8
2.3 Des tentatives de contrer les prix traditionnels	9
2.4 La surproduction éditoriale : faire le tri	11
Chapitre II Éléments théoriques : la notion de parodie	15
1. Bref historique de la notion.....	15
2. La conception de Mikhaïl Bakhtine	16
3. La conception de Linda Hutcheon	17
4. Genette et la catégorie de l'hypertextualité	17
5. Les travaux de Daniel Sangsue	19
Chapitre III Méthodologie de travail	21
1. Problématique et hypothèses de recherche	21
2. Présentation du corpus et des critères d'analyse	22
2.1 Présentation du corpus	22
2.2 Présentation et justification des critères d'analyse	22
Chapitre IV Analyse comparative : une approche décalée ?.....	25
1. Le mode d'expression parodique	25
1.1 Le(s) objectif(s)	25
1.2 Le positionnement par rapport aux prix traditionnels	27
1.3 Le mode de fonctionnement	29
2. Le média numérique.....	32
2.1 La médiatisation : quelle visibilité ?	34
2.2 Sur les sites Web et les réseaux sociaux : quelle légitimité ?.....	36
Conclusion	39
Bibliographie	43
Table des matières	47
Annexes	49

Annexes

Les parodies de prix littéraires à l'ère numérique

Analyse des Prix de Chlore, Prix de la Page 111, Prix Virilo

Résumé :

L'objectif de ce mémoire est de comprendre en quoi les parodies de prix littéraires à l'ère numérique constituent une approche décalée. Notre analyse s'est centrée sur deux éléments : le mode d'expression parodique et la médiatisation numérique. Notre corpus se constitue de trois prix : le Prix de Chlore (2017), le Prix de la Page 111 (2012) et le Prix Virilo (2008).

Après avoir restitué l'historique des prix littéraires en France ainsi que les problématiques liées, nous avons repris la notion de parodie chez plusieurs auteurs (Bakhtine, Hutcheon, Genette et Sanguet).

Nous avons ensuite analysé comment ces diverses notions de la parodie s'intégraient dans les cas étudiés selon trois critères : le(s) objectif(s), le positionnement par rapport aux prix étudiés et le mode de fonctionnement (sélection, jury, système de vote).

Nous avons ensuite analysé la médiatisation numérique à travers deux critères : la visibilité et la légitimité. En ce qui concerne le premier critère, nous avons étudié la manière dont ces parodies sont rendues visibles sur le Web, et notamment à travers les réseaux sociaux. Pour le second critère, nous nous sommes intéressés à la question de la légitimité (amateurs vs. professionnels), mais également à l'autorité et à la réputation numérique afin de comprendre ce qu'il en était des cas étudiés.

Mots-clés : prix littéraires, parodies, numérique, Prix de Chlore, Prix de la Page 111, Prix Virilo