

PRIX LITTERAIRES CREEES PAR LES MEDIAS

Pour une nouvelle voie d'accès à la consécration littéraire ?

Sylvie Ducas-Spaës

Dans un champ littéraire désormais soumis aux réalités marchandes de l'industrie culturelle, l'irruption des médias et de biens culturels de masse a engendré des formes nouvelles de consécration littéraire, concurrençant de façon inédite les instances traditionnelles de légitimation. Face aux grands prix littéraires d'automne, ont ainsi émergé des prix lancés par des journaux et des stations radiophoniques : en s'attachant à deux d'entre eux, le Prix du Livre Inter et le Grand Prix des lectrices de *Elle*, il s'agit d'étudier les stratégies déployées pour imposer un nouveau pouvoir de consécration littéraire et participer aux luttes pour la définition légitime de la littérature et de la lecture. L'enquête de terrain menée auprès des différents acteurs de ces récompenses médiatiques (écrivains, éditeurs, lecteurs jurés, instances organisatrices...), en tenant compte de leur genèse et de leur histoire, cherche donc à évaluer les retombées économiques et symboliques de ces prix, et à mettre au jour les enjeux pluriels qu'elles recouvrent selon que l'on est consacrant ou consacré.

LITERATURE AWARDS CREATED BY THE MEDIA

For a new approach to literary consecration

Sylvie Ducas-Spaës

New forms of literary consecration have resulted from the upsurge of the media and mass-produced cultural goods in the literary field, an area already subjected to the commercial realities of the culture industry. Prizes launched by newspapers, magazines and radio stations now compete with France's existing institutions of legitimization: the traditional great literary awards. This article focuses on two of these new prizes, the "Prix du Livre Inter" and the "Grand Prix des lectrices de *Elle*". It analyses the strategies employed to impose a new authority in literary consecration and to compete in the struggle for a legitimate definition of literature and reading. From an historical perspective, a survey on the various actors involved (writers, publishers, readers on the jury, organizing bodies, etc.) aims to assess both the financial and symbolic spin-off of these awards, and different implications for consecrators, on the one hand, and consecrated, on the other.

LE MONOPOLE DU POUVOIR DE CONSECRATION EN QUESTION

« Tous écrivains avec France Loisirs »

Claude F. Poliak

L'étude d'un concours de nouvelles organisé à l'intention de « non professionnels » de l'écriture par l'entreprise de vente de livres par correspondance France Loisirs, est un exemple, parmi d'autres, de l'essor de nouveaux processus de consécration littéraire. On a ainsi tenté de décrire et d'analyser une offre d'écriture littéraire destinée à des profanes, la mise en scène et en œuvre du pouvoir de découverte et de consécration de « nouveaux talents » que s'arrogue une entreprise extérieure au champ littéraire, mais aussi les effets sur les prétendants au statut d'écrivain de ces « titres littéraires ». Il s'agit, à partir d'une enquête de terrain, de rappeler que la question de la définition de l'écrivain, loin d'être universelle, est toujours un enjeu de luttes, liée à la délimitation de ceux qui sont en position de participer à ces luttes de définition. L'enquête tend à suggérer qu'il ne s'agit, le plus souvent, pour les élus, que d'une « simili-consécration » qui ne permet qu'exceptionnellement l'accès au champ littéraire et voue à l'obscurité la plupart des aspirants au titre d'écrivains démunis des ressources nécessaires (scolaires, culturelles, sociales).

MONOPOLY ON THE POWER OF CONSECRATION IN QUESTION

“All writers with France Loisirs”

Claude F. Poliak

A short-story contest organized by France Loisirs (a mail-order bookseller) for "non-professional" writers is just one example of the upsurge of new processes of literary consecration. This case study describes and analyses a literary offering intended for laypersons, as well as the exhibition and implementation of the right to discover and consecrate "new talent" that a firm outside the literary field has assumed. It furthermore considers the effects that these "literary awards" have on candidates for the status of author. The article draws on a field survey to show that, far from being universal, the question of defining an author is always a stake in power struggles, related to the delimitation of those who are in a position to participate. Findings suggest that for the winners of this award it is usually no more than an "artificial" consecration that only exceptionally affords access to the literary field. Most of those who aspire to the status of author but lack the required resources (academic, cultural and/or social) are destined to obscurity.

« CANAL PLUS » DE LEGITIMITE ?

Les processus médiatico-publicitaires de consécration culturelle à l'émission
Nulle Part Ailleurs

Philippe Le Guern et Philippe Teillet

Cet article étudie la possibilité pour la télévision d'être un outil de consécration culturelle. Il s'appuie principalement sur l'exemple d'une œuvre littéraire (*Truismes* de Marie Darrieussecq) et d'une émission (*Nulle Part Ailleurs* sur Canal Plus) – réputée avoir grandement contribué à la reconnaissance de cet auteur et de son premier livre. Cette œuvre présentaient différentes propriétés caractéristiques de cette partie du champ culturel dite de production restreinte. Il s'agit donc de comprendre comment ce livre et son auteur ont pu bénéficier du soutien de l'émission vitrine d'une chaîne de télévision payante. Au-delà de l'ajustement des premiers aux exigences de la seconde, cette étude montre surtout ce qu'apporte un « produit » culturel de ce type à l'émission censée le promouvoir, soit la consécration du consacreur par le consacré.

CANAL PLUS – MORE LEGITIMACY?

Processes of cultural consecration through the media and advertising

Philippe Le Guern and Philippe Teillet

This article, which examines television as an instrument of cultural consecration, draws essentially on the example of a literary work, *Truismes* by Marie Darrieussecq, and a television programme, *Nulle Part Ailleurs* on Canal Plus. The latter programme is known to have contributed substantially to the recognition of Darrieussecq and her first work, a book which has some of the characteristics of an area in the cultural field known as limited production. The authors of the article explore how this book and its author have benefited from the support of the showcase programme of a pay-TV channel. Apart from the adjustments of the former to the requirements of the latter, this study shows above all how a cultural "product" of this type contributes to the programme that is supposed to promote it, in other words, the consecration of the consecrator by the consecrated.

« VUES A LA TELE » COSETTE, NANA, JULIETTE ET LES AUTRES

Christine Detrez

En quelques années se sont multipliés les feuilletons et les comédies musicales puisant dans le corpus des classiques de la littérature, comme *Notre Dame de Paris*, *Roméo et Juliette*, *Les Misérables*, *Le Comte de Monte-Cristo* ou encore *Nana* ou *Les illusions perdues*. Ces adaptations ont la particularité d'être à la croisée de deux univers de références, à la fois littéraires et scolaires, mais également musicales et télévisuelles, et remportent un très grand succès auprès des adolescents. Une enquête par entretiens menée auprès d'une vingtaine d'adolescents sur la réception de ces adaptations permet ainsi de réfléchir sur la complexité des liens entre écrit et écran : ces produits hybrides se trouvent insérés dans des réseaux de références variées et suscitent des pratiques – lectures, écritures, collages et bricolages – souvent élaborées. Enfin les appréciations et jugements de valeurs portés par les adolescents permettent également d'approcher l'articulation entre les modes de réception ordinaire et les modes de réception savant.

“SEEN ON TV” COSETTE, NANA, JULIETTE AND THE OTHERS

Christine Detrez

In the past few years, serials and musicals based on literary classics such as *Notre Dame de Paris*, *Romeo and Juliet*, *Les Misérables*, *The Count of Monte-Cristo*, *Nana* and *Les illusions perdues*, have proliferated. These adaptations, particularly popular among teenagers, have the characteristic of being at the intersection of two types of reference: literary and academic but also musical and televisual. An interview survey on teenagers' reception of these adaptations was used to analyse the complexity of relations between the printed word and the screen. These hybrid products are often incorporated into networks of varied references and give rise to elaborate practices: readings, writings, collages and bricolages. Finally, teenagers' assessments and judgements also enable us to grasp the articulation between ordinary and highbrow modes of reception.

CRITIQUE D'ART ET/OU PROMOTION CULTURELLE ?

Matthieu Béra

Cet article s'interroge sur la place réservée à la critique d'art dans un espace médiatique qui est soumis aux logiques économiques de l'industrie culturelle. Comment interpréter la survivance de cette forme archaïque de consécration ? Après avoir présenté ce qui constitue la théorie de Bourdieu qui oppose deux pôles idéal typiques, celui de la consécration par un tiers indépendant (le critique) et celui de la consécration commerciale (la publicité), il s'interroge sur sa pertinence dans la mesure où la forme critique se généralise à tous les biens culturels, industriels ou non, ce qui interdit de considérer la critique comme un indicateur de différenciation des types de biens. En outre, la théorie du déclin irrémédiable et de la disparition de la critique (de l'école de Francfort et de Bourdieu) ne se confirme pas, étant donnée la persistance d'une critique négative. L'article propose donc d'admettre l'idée que l'association critique-promotion est nécessaire à l'efficacité d'une consécration culturelle qui ne veut ni ne peut être strictement commerciale.

ART CRITIQUE AND/OR CULTURAL PROMOTION?

Matthieu Béra

This article considers the role of art critique in a media sphere subjected to the economic rationale of the culture industry. How can the survival of this archaic form of consecration be interpreted? After presenting Bourdieu's theory which contrasts two ideal types – consecration by an independent outsider (the critic) and commercial consecration (advertising) – the author questions the relevance of critique. In so far as it is spreading to all cultural goods, both industrial and other, it cannot be considered as an indicator of differentiation of types of goods. Moreover, in view of the persistence of negative critique, Bourdieu's and the Frankfurt School's theory of the irremediable decline and disappearance of critique is not confirmed. The author therefore concludes that the association of critique with promotion is necessary for cultural consecration that neither wants to nor can be strictly commercial.

EXPRESS YOURSELF ! LES PAGES PERSO

Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive *peer to peer*

Laurence Allard et Frédéric Vandenberghe

Les pages personnelles, ces sites élaborés par de simples particuliers usagers ordinaires d'Internet autour de leurs centres d'intérêt, hobbies, passions, constituent l'une des ressources mêmes du réseau. Nous les abordons ici en tant que « bricolages esthético-identitaires » délimitant ce que nous nommerons une self culture ou culture sur mesure et que nous relierons à un individualisme expressif contemporain. Parmi les nombreux questionnements que suscitent ces formes culturelles autocentrées, nous nous interrogeons sur les modalités de la validation et de reconnaissance de ces formes singulières d'expressions de soi par autrui voire de leur valorisation comme pièces originales d'une culture digitale en devenir. Ces interrogations s'appuieront sur la présentation des théories de l'identité moderne et l'espace public développées dans la recherche allemande ou anglo-saxonne, depuis les théories de l'identité réflexive (Beck, Giddens, Ferrara...) jusqu'aux hypothèses post-modernistes (Kellner...).

EXPRESS YOURSELF! PERSONAL WEBPAGES

Between technopolitical legitimization of expressive individualism and peer-to-peer reflexive authenticity

Laurence Allard and Frédéric Vandenberghe

The personal webpages of ordinary users who seek to express their interests, passions and hobbies on the Internet will be treated in this article as so many instances of an experimental culture of the self that is made to measure and is linked to the expressive individualism characterizing late modernity. Looking more closely at the inter-subjective modes of validation and recognition of these singular forms of self-expression, the authors draw on the work of Ulrich Beck, Anthony Giddens and Alessandro Ferrara to develop an expressivist interpretation of digital culture that is critical of both post-modernist theories of identity and neoconservative theories of the public sphere. Contrasting the attempts of the cultural industry to publicize and commercialize personal webpages with the inter-subjective validation that the makers of webpages seek, they show that the intersubjective validation of webpages can be analysed as a form of peer-to-peer recognition and interpreted in terms of research on reflexive authenticity.

FACTEURS DE VISCOSITE DANS LA CIRCULATION DES CONNAISSANCES

Daniel Memmi

L'économie moderne se caractérise par une utilisation intensive de connaissances. Etant donné que les connaissances ont en théorie de coûts d'usage très faibles, on devrait constater des rendements particulièrement élevés. Or ce ne semble pas être le cas, probablement à cause de coûts d'usage réels que nous essayons d'identifier et d'explicitier. Les coûts d'accès, d'acquisition et d'utilisation des connaissances ralentissent en fait la circulation de l'information, et les nouvelles technologies n'apportent qu'une aide limitée. Nous décrivons les coûts les plus importants et les divers moyens pour y remédier. On peut cependant prévoir une rationalisation croissante de l'emploi des connaissances, notamment dans le domaine encore peu exploité des connaissances tacites.

FACTORS OF VISCOSITY IN THE CIRCULATION OF KNOWLEDGE

Daniel Memmi

The modern economy is characterized by intensive use of knowledge. Considering the fact that knowledge theoretically has very low use costs, returns should be particularly high. Yet this does not seem to be the case, probably because of real use costs, which the author attempts to identify and explain. Costs of access, acquisition and use of knowledge slow down the circulation of information, and new technologies are only of limited help. This article describes the highest costs and various ways of getting round them. It foresees increasing rationalization in the use of knowledge, especially in the as yet untapped area of tacit knowledge.

L'OPINION PUBLIQUE : OXYMORON OU PLEONASME ?

Laurence Kaufmann

L'opinion est un jugement d'évaluation qui détermine, d'une manière qui va de la plus instinctive à la plus réfléchie, la valeur que revêt un état du monde pour un individu particulier. En tant que telle, elle se prête aisément à la lecture psychologisante que lui réservent la philosophie analytique, l'individualisme méthodologique et le sens commun. Pourtant, si l'opinion entretient bien un lien privilégié avec la subjectivité individuelle, elle ne renvoie aucunement à l'expression sincère et inconditionnelle d'un état mental. L'opinion est une relation intentionnelle qui répond, comme ses semblables, à des conditions d'ajustement qui permettent de la juger publiquement comme étant correcte ou incorrecte, appropriée ou inappropriée. Malheureusement, les conceptualisations dualistes de l'opinion publique tendent à remplacer la dynamique d'ajustement entre les jugements individuels et la raison publique par une incompatibilité de principe. La tension relationnelle qu'engendre la mise en commun du pôle apparemment subjectif et privé de « l'opinion » et du pôle objectif et commun de « publique » dans un seul concept tend ainsi à être occultée. Cette tension, inhérente au concept d'opinion publique, est remplacée par la consécration univoque d'une seule de ses composantes, ce qui la met dans la position inconfortable d'un pléonasm ou alors d'un oxymoron.

PUBLIC OPINION: OXYMORON OU PLEONASM?

Laurence Kaufmann

Opinion is a judgement of evaluation, ranging from the most instinctive to the most rational, that determines the value of a state of the world for a particular individual. As such, it lends itself to the psychologizing reading of analytical philosophy, methodological individualism and common sense. Yet, even though opinion is strongly linked to individual subjectivity, it is unrelated to the sincere and unconditional expression of a mental state. Opinion is an intentional relation that, like other similar relations, meets the conditions of adjustment making it possible to judge publicly whether it is correct or incorrect, appropriate or inappropriate. Unfortunately, dual conceptualizations of public opinion tend to replace the dynamic of adjustment between individual judgements and public reason by automatic incompatibility. Relational tension generated by the combination in a single concept of subjective and private "opinion" with objective and common "public", also tends to be masked. This tension, inherent in the concept of public opinion, is replaced by the univocal consecration of one of its components, which puts it in the uncomfortable position of a pleonasm or an oxymoron.