

« *La jeune écrivaine franco-marocaine Leïla
Slimani, prix Goncourt 2016... »*

La représentation de Leïla Slimani dans les médias écrits en
France de la période 2016-2018

Mémoire de Master

Étudiante : Remske Ruysschaert
Université : Université Radboud, Nimègue
Formation : MA Littérature européenne
Directrice : Dr. M.N. Koffeman
Deuxième lectrice : Dr. E.M.A.F.M Radar
Date : 16.08.2018



Radboud Universiteit Nijmegen

Abstract

Résumé

Dans ce mémoire de master nous analysons la réception de Leïla Slimani dans les médias en France de la période 2016-(début de)2018. À l'aide d'un nouveau modèle d'analyse, créé par nous et inspiré par les théories de Meizoz et Maingueneau en ce qui concerne les différentes positions de l'auteur dans le champ littéraire et la méthode de Linders et Op de Beek qui porte sur les recensions littéraires, nous présentons une analyse quantitative et qualitative des articles journalistiques et des recensions littéraires qui portent sur Slimani de cette période-là.

Selon la position de l'auteur, dépendante des forces internes, une théorie créée par Pierre Bourdieu, dans le champ littéraire il y a plusieurs capitaux ; le capital social, culturel, politique, journalistique, économique et symbolique. Le rapport de forces se concrétisant dans la lutte interne dans le champ pour ses capitaux. C'est une lutte par les acteurs dans le champ, par exemple dans le champ littéraire il y a les écrivains, les éditeurs, les marchands des livres etc.

S'appuyant sur entre autres le capital symbolique acquis avec le Prix Goncourt qu'elle a remporté en 2016, Slimani s'engage dans les médias pour ses convictions en ce qui concerne la position de la femme dans la société islamique et la francophonie dans le monde. Elle utilise son capital culturel, social, politique et symbolique pour cet engagement dans la vie publique. Cependant dans les médias français il paraît qu'on s'intéresse plus pour le « produit » Slimani, au lieu de ce qu'elle essaye de représenter dans le champ en tant qu'écrivaine engagée. Simultanément nous voyons aussi une commercialisation des médias, ce qui implique un déplacement de l'intérêt vers la vie de l'auteur au lieu de son œuvre littéraire et un plus grand intérêt pour les qualités moins littéraires.

Samenvatting

In deze masterscriptie analyseren wij de manier waarop Leïla Slimani is gepresenteerd in de Franse media in de periode 2016-(begin)2018. Wij hebben een nieuw analysemodel gemaakt die geïnspireerd is op de theorie van Meizoz en Maingueneau die gaat over de positie van de auteur in het literaire veld. Daarnaast is ons model gebaseerd op de methode van het analysemodel gecreëerd door Linders en Op de Beek, die een onderzoek deden naar de manier waarop critici zich in Nederland zijn gaan gedragen in de loop van de tijd. Aan de hand van ons nieuwe analysemodel doen wij een kwantitatief en beschrijvend onderzoek naar hoe precies de Franse media Leïla Slimani presenteren in kranten en tijdschriften.

De positie van de auteur in het literaire veld is afhankelijk van de wisselwerking tussen verschillende kapitalen en handelende figuren binnen dat veld volgens de theorie die is ontwikkeld door Bourdieu. Binnen het literaire veld vind je kapitalen zoals het journalistiek, sociaal, cultureel, politiek, economisch en symbolisch kapitaal. Daarnaast zijn de handelende figuren binnen dat veld personen als schrijvers, en boekhandelaren maar ook grotere instanties zoals uitgeverijen.

Slimani gebruikt de kapitalen die zij heeft verworven, zoals het symbolisch kapitaal dat gepaard ging met de Prix Goncourt die in 2016 aan haar is uitgereikt, om zo haar mening in Frankrijk te verspreiden. Dit doet zij met behulp van de Franse media, zoals kranten en tijdschriften. Zij maakt zich namelijk hard voor de positie van de vrouw in de moderne islamitische maatschappij in Marokko en ook voor de positie van de Franse taal in de wereld. Het lijkt er echter op dat de media zich meer interesseren voor haar als persoon zelf in plaats van haar positie als schrijfster in het publieke leven. Dit zou verklaard kunnen worden door een commercialisering van de media, waarin er meer aandacht uit gaat naar de fysieke persoon dan naar zijn geschreven werk en een mindere mate van interesse in de media naar de literaire kwaliteiten van de schrijver in het algemeen.

Table de matières

Introduction	p. 5
- Question centrale	p. 7
Chapitre 1 : Cadre théorique	p. 9
- Le champ littéraire, les capitaux et l'habitus	p. 10
- Gallimard et les maisons d'édition	p. 14
- Le Prix Goncourt	p. 17
- Recensions littéraires	p. 21
- Orchestration de la critique	p. 23
- Posture et image	p. 24
- Auteurs féminins et la femme francophone exotisée	p. 26
- Conclusion du premier chapitre : hypothèses	p. 28
Chapitre 2 : Méthode de l'analyse	p. 31
- Modèle d'analyse de Linders et Op de Beek (2004)	p. 31
- Adaptation du modèle d'analyse : Meizoz et Maingueneau	p. 34
Chapitre 3 : Résultats de l'analyse	p. 39
- L'effet Slimani à travers le temps	p. 40
- Les <i>aspects</i> représentés	p. 44
- Aspect A. <i>la personne</i> : les <i>caractéristiques</i>	p. 45
- Aspect B. <i>l'écrivain</i> : les <i>caractéristiques</i>	p. 48
- Aspect C. <i>L'inscripteur</i> : les <i>caractéristiques</i>	p. 49
- Aspect D. <i>statut de l'œuvre</i> : les <i>caractéristiques</i>	p. 50
- Conclusion provisoire : résultats de l'analyse	p. 50
Chapitre 4 : L'inscripteur, les caractéristiques et les qualités	p. 53
- Les caractéristiques en relation avec les qualités	p. 53
- Conclusion provisoire : résultats de l'analyse et orchestration	p. 55
Conclusion	p. 57
- Conclusion	p. 57
- Discussion et recommandations	p. 60

Bibliographie

p. 63

- Sources théoriques

p. 63

- Articles dans le corpus

p. 64

Annexe numérique

Introduction

En 2017 nous avons lu pour la première fois le roman *Chanson douce* de Leïla Slimani pour un cours au Master de littérature européenne. Slimani a obtenu le Prix Goncourt pour ce roman. Ce livre n'est que son deuxième roman publié. D'un coup Leïla Slimani est devenue une star en France ; elle s'est offerte à la couverture d'Elle (voir *Figure 1*), elle a donné de nombreuses interviews et entretiens de plus, elle a rédigé, ensemble avec Brigitte Macron, un texte pour la dictée d'ELA... Bref, elle paraît partout dans les médias et la vie publique. C'est pour cela que nous nous sommes intéressées à l'histoire de cette écrivaine et à la raison pour laquelle un auteur inconnu dans le champ littéraire a

pu remporter un prix littéraire. Ainsi, c'est pourquoi nous nous intéressons à l'opinion des autres : sommes-nous les seules qui trouvent Slimani une écrivaine intéressante à cause de son apparition et appréciation soudaines dans le champ public et le champ littéraire ? C'est la raison pour laquelle le sujet de notre mémoire de master va porter sur les médias en France : les articles journalistiques et les recensions littéraires.

Après le Goncourt, Slimani est devenue une star en France, ce que l'on peut également remarquer si nous présentons un graphique indiquant le nombre de fois on la nomme dans un article (voir *Figure 2*). Dans le graphique nous voyons un pic en 2016,



Figure 1: Leïla Slimani sur la couverture d'Elle France.
Date : janvier 2017

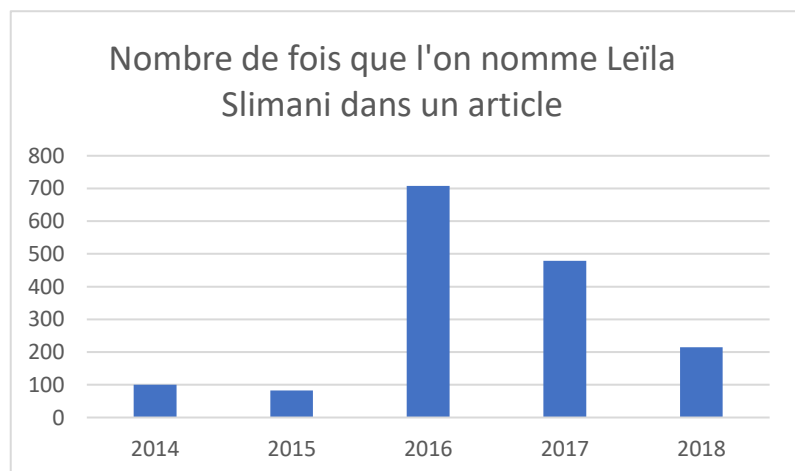


Figure 2 : le nombre de fois que l'on nomme Slimani dans un article
Source : LexisNexis

l'année du Prix Goncourt et après nous voyons que dans les médias continuent à publier des articles qui portent sur cette écrivaine. Puisque nous avons consulté LexisNexis pour la dernière fois en mai 2018, les données de cette année dans le graphique ne sont pas complètes. On peut cependant voir que même en 2018 elle est plus présente dans les médias qu'avant le moment où on lui a attribué le Goncourt, ce qui est « l'effet Goncourt ».

Alors, qui est Leïla Slimani ? Elle est née en 1981 à Rabat dans une famille où l'on privilégie le français, d'une mère médecin et d'un père banquier. Elle est venue en France pour faire ses études à l'âge de dix-sept ans. Elle a fait une classe préparatoire littéraire, puis Sciences-Politiques à Paris. Elle a travaillé comme journaliste à *Jeune Afrique* avant de devenir écrivaine. Nous l'avons déjà dit, elle a décroché le Prix Goncourt en 2016 pour son deuxième roman *Chanson douce*. Son premier roman est intitulé *Dans le jardin de l'ogre* (2014) et en 2018 elle a publié encore deux livres ; l'essai littéraire *Sexe et mensonges* et l'album de bandes dessinées *Paroles d'honneur*. Après le Prix Goncourt, le Président Macron lui a demandé de devenir ministre de la Culture, une position qu'elle a pourtant refusée. Cela étant, elle est devenue la représentante personnelle du Président pour la francophonie. Elle l'accompagne par exemple pour les visites officielles aux pays francophones. Elle s'engage aussi pour les droits des femmes au Maroc et également pour l'émancipation de la femme dans le monde occidental.

En ce qui concerne les médias, Slimani trouve qu'ils montrent une objectification de la femme. Selon elle, même dans le monde occidental, il existe une telle objectification. Par exemple elle dit qu'à cause de ce qu'on dit dans les journaux et revues, et également sur internet et à la télévision, elle a toujours eu l'impression qu'il fallait être belle¹, mais maintenant cela a changé. Au lieu de se battre contre ces articles de temps en temps superficiels, elle les utilise pour présenter son opinion, ce qu'elle fait également dans ses livres. Après son premier roman, *Dans le jardin de l'ogre*, paru en 2014, elle a eu un ardent désir de devenir la porte-parole des femmes qui ne peuvent pas parler, de leur donner une voix.

C'est la raison pour laquelle nous voulons analyser si ce désir de Slimani se traduit également dans la manière dont on parle d'elle dans les médias, c'est-à-dire les presses écrites comme les journaux et hebdomadaires, en France. Nous nous intéressons à la représentation

¹ SLIMANI, LATERVEER, « Leïla Slimani : 'We hebben een vrouwenrevolutie nodig én een mannenrevolutie' », *De Volkskrant*.

de Slimani par ces médias : quelle est l'image qu'on donne d'elle ? De ce fait, la question centrale de ce mémoire de master est la suivante :

Comment Leïla Slimani a-t-elle été reçue par la presse française ?

Ici nous placerons notre mémoire dans le cadre scientifique des études de la réception, en particulier l'image donnée d'un auteur littéraire. Slimani dit qu'il y a une objectification de la femme dans les médias. Nous voulons savoir si cela est le cas. Autrement dit, nous voulons analyser de quelle manière on parle de cet auteur dans les médias français : est-ce qu'on s'intéresse à ses qualités littéraires ou à ses qualités non-littéraires, par exemple son apparence physique ? C'est pour cela que nous posons les sous-questions suivantes :

1. Quel intérêt lui a-t-on donné en premier lieu, et cela a-t-il changé au fil du temps ?
2. De quel type d'auteur, c'est-à-dire *la personne, l'écrivain* ou *l'inscripteur*, est-ce qu'on parle dans les médias ?
3. Si l'on parle de *l'inscripteur* Slimani, de quoi s'agit-il exactement ?

Les deux dernières sous-questions sont basées sur les théories et études que nous allons aborder dans ce mémoire. C'est pour cela qu'en ce qui concerne les conceptions la deuxième sous-question nous y reviendrons et les expliquerons dans le premier chapitre. La troisième sous-question sera profondément expliquée dans le troisième et quatrième chapitre.

Pour répondre à cette question centrale et ces sous-questions, nous avons besoin de deux choses. Premièrement nous avons besoin d'une méthode qualitative, c'est-à-dire une base de théories scientifiques qui portent sur : le champ littéraire (français), les prix littéraires, l'image de l'auteur, le genre et finalement les recensions littéraires. Le premier chapitre sera consacré à notre cadre théorique. Nous allons analyser des théories qui portent sur ces choses-là. À la fin de ce chapitre nous allons formuler notre hypothèse.

Deuxièmement nous avons besoin d'un corpus et en plus nous devons avoir les moyens pour l'analyser. Bref : une méthode d'analyse (quantitative). Nous basons notre méthode d'analyse sur les recherches faites par Linders et Op de Beek. Elles ont créé un modèle d'analyse pour les recensions littéraires. Dans le deuxième chapitre nous allons la présenter et l'adapter en créant un nouveau modèle pour analyser l'image de l'auteur représentée dans les recensions littéraires et les articles journalistiques.

Pour notre analyse nous avons donc aussi besoin d'un corpus. La source principale de nos articles sera LexisNexis parce que ce site donne accès à beaucoup d'articles du monde entier. Cependant il faut aussi limiter le nombre d'articles. C'est pour cela que nous avons

composé notre corpus selon les exigences suivantes ; l'article doit donc être présent sur LexisNexis, venant de la période 2016 (période du Goncourt) - (avril) 2018, venant d'un journal ou revue français, ayant un minimum de 200 mots et dans l'article on doit notamment parler de Leïla Slimani. Nous avons choisi cette exigence qui porte sur la période 2016-2018 parce que nous nous intéressons à représentation Slimani dans les médias français pendant la publication de *Chanson douce* et après l'attribution du Goncourt : est-ce que cela a influencé la manière dont on parle d'elle ? Nous avons choisi l'exigence qui porte sur la longueur du texte parce que nous voulons baser nos recherches sur des textes qui ont plus de contenu sur cette écrivaine. Le résultat : un corpus de quatre-vingt-dix-neuf recensions et articles journalistiques.

Dans le troisième et quatrième chapitre nous allons analyser les résultats de notre modèle d'analyse et les lier aux théories abordées dans le premier chapitre. À la fin de ce mémoire nous allons reprendre l'hypothèse pour répondre à la question centrale.

Chapitre 1 : Cadre théorique

Avant de nous immerger dans les critiques littéraires qui portent sur l'auteur Leïla Slimani et analyser comment elle est représentée dans les médias en France, il faut esquisser un cadre théorique qui porte sur tous les articles scientifiques qui seront importants pour nos recherches. Tout d'abord nous dépeindrons le champ littéraire à nos jours, en présentant la théorie de Pierre Bourdieu (1991) en ce qui concerne le champ littéraire, les luttes internes de ce champ et les capitaux comme le capital économique, le capital symbolique et le capital journalistique. La tension entre ces capitaux sera également un aspect important dans notre analyse. Ensuite nous nous concentrons sur les maisons d'édition, dans le cas de Leïla Slimani c'est la maison d'édition Gallimard, et en particulier leurs capitaux symboliques et économiques par rapport à notre cas.

Faisant suite à Bourdieu, nous présenterons brièvement la théorie diffusée par Meizoz qui cite Maingueneau (2009). Cette théorie porte sur la posture, c'est-à-dire l'image publique présentée par l'auteur. D'abord nous précisons les différentes positions de l'auteur dans le champ littéraire ; la personne, l'écrivain et l'inscripteur. Nous expliquerons aussi la relation de ces positions avec la célébrité littéraire, un concept théorisé par Ohlsson, Forslid et Steiner (2014).

Dans l'introduction nous avons précisé que Slimani a remporté le prestigieux Prix Goncourt en 2016 pour son deuxième roman *Chanson douce*, c'est pour cela que nous allons aborder également les études qui portent sur les prix littéraires écrites par Ducas (2010), Genova (2014) et Heinich (1996). Les prix littéraires sont devenus de plus en plus importants dans la société contemporaine et cela a également laissé son empreinte sur la manière dont on y accorde de la croyance symbolique. Nous consultons également une autre étude de Ducas (2001) qui porte sur la place des écrivains francophones dans le palmarès des prix littéraires en France.

Après avoir traité les prix littéraires, et donc plus précisément le Prix Goncourt, nous traiterons des études sur la critique littéraire et l'évolution du champ littéraire et également comment cette évolution se présente dans les critiques littéraires, les révisions et les articles journalistiques. Autrement dit, il paraît que dans les articles contemporains on voit une « orchestration », c'est-à-dire qu'on perçoit une forme d'écriture qui ressemble beaucoup aux autres articles, tout comme s'ils sont écrits en consensus. Nous allons l'analyser par rapport aux théories déjà abordées, notamment celle de Bourdieu en ce qui concerne le capital symbolique.

Finalement, nous aborderons certaines études qui portent sur le genre dans le champ littéraire, par exemple celle de Verboord (2011). Pour finir nous présenterons la francophonie. Le dernier sujet étant très large, nous avons choisi d'illustrer brièvement le concept de l'exotisme analysé par Moura (2003), car nous pensons que cela pourrait être utile dans le cas de Slimani. Nous y reviendrons à la fin de ce chapitre, lors de la présentation de notre hypothèse.

Le champ littéraire, les capitaux et l'habitus

Pierre Bourdieu note dans l'article « Le champ littéraire » (1991) que la société est composée de champs. Les champs sont des espaces sociaux dans lesquels se trouvent situés les agents, ceux qui contribuent à produire quelque chose dans un champ². La société est une imbrication de champs différents. Il y a par exemple le champ économique, politique, culturel, journalistique, artistique, scientifique etc. La production dans un champ est une action collective, c'est-à-dire qu'il y a divers agents engagés à produire une œuvre. La coopération de tous les agents est nécessaire pour que l'œuvre soit ce qu'elle est³.

Le champ littéraire fait partie du champ culturel. On y trouve des écrivains, des éditeurs, des librairies, des maisons d'édition et des critiques.

Le champ littéraire (etc.) est un champ de forces agissant sur tous ceux qui y entrent, et de manière différentielle selon la position qu'ils y occupent, [...] en même temps qu'un champ de luttes de concurrence qui tendent à conserver ou à transformer ce champ de forces⁴.

Cela indique que les agents dans le champ ont des intérêts différents, mais on a pourtant besoin les uns les autres pour l'acquisition des capitaux. Les agents ont en commun de posséder le capital nécessaire pour occuper une position dominante dans un champ. Le capital est important pour la production d'une œuvre dans le champ. Dans le champ littéraire il y a deux capitaux majeurs : le capital économique et le capital symbolique. Thompson (2010) explique ces deux concepts comme le suivant :

Economic capital is the accumulated financial resources, including stock and plant as well as capital reserves, to which [the agent] has access, either directly (in their own accounts) or indirectly (through the resources of a patent company or raise finance from banks or other institutions). [...] Symbolic capital is the accumulated prestige and status [of an agent]⁵.

² BOURDIEU, « Le champ littéraire », p. 4.

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*, pp. 4-5.

⁵ THOMPSON, *Merchants of culture*, pp. 5-6.

Bien que le capital économique semble être le plus important, c'est en fait la relation entre ces deux capitaux qui détermine la position d'un agent dans le champ. Par exemple si une maison d'édition est dans la possession de beaucoup de capital économique elle a les biens pour contracter des écrivains célèbres, qui demandent souvent plus de commission, ce qui augmente son capital symbolique parce qu'elle obtient du prestige, ce qui est bon pour les ventes, ce qui augmente le capital économique et vice versa. Autrement dit, la production culturelle, donc les œuvres littéraires etc., est dépendante de l'interaction de ces deux capitaux.

Dans le champ littéraire il faut pourtant savoir qu'on ne valorise pas, ouvertement, le capital économique. Dans le champ littéraire en général on confère plus de valeur au capital symbolique : en produisant des œuvres culturelles, l'aspiration au capital économique ne doit pas être le but affiché de la production. Bref, on ne parle pas de l'argent. Cela se reflète également dans les agents dans les champs. Par exemple si un écrivain parle souvent de son capital économique, il est possible que son capital symbolique va diminuer (en exception de la célébrité littéraire, une notion sur laquelle nous reviendrons dans ce chapitre).

Il y a également une hiérarchisation dans le champ littéraire par rapport aux genres, qui influence aussi l'offre et la demande. Dans ce champ on voit une importance de consécration du genre littéraire. C'est-à-dire que dans le champ littéraire il y a deux pôles : le champ de production restreinte et la littérature industrielle. Bourdieu, qui a analysé le champ littéraire du XIXe siècle, montre que le champ de production restreinte publie plutôt des livres écrits en de l' « art pour art », cela implique que le but de ces livres n'est pas de se vendre mais ils sont en fait plus une œuvre d'art par rapport au style, langue etc. L'autre pôle est celui de la littérature industrielle ce qui indique une littérature écrite pour la masse populaire. Ce pôle est donc caractérisé par une grande production littéraire. Parmi ces genres littéraires, l'un est considéré plus prestigieux que l'autre : « A familiar and powerful ritual classification is the distinction between high and popular art. [...] The high arts have become important status markers [...] »⁶. Selon nous, cela correspond également au fait que dans le champ littéraire on ne valorise pas le capital économique. Une grande production littéraire écrite pour la masse vise beaucoup de revenus économiques. Les œuvres littéraires de la production restreinte sont écrites pour un public limité, notamment l'élite.

Cependant, DiMaggio note dans son article « Classification of Art » (1987), que les bornes entre ces deux pôles sont en train de diminuer. Le processus de commercialisation

⁶ DIMAGGIO, « Classification in Art », p. 443-445.

estompe les classifications des genres littéraires, parce que le champ de production cherche un grand marché pour vendre ses livres⁷. C'est-à-dire que la hiérarchisation des genres littéraires limite certains groupes dans la société d'acheter une telle œuvre. Cela se reflète aussi sur la valeur culturelle et par cela également sur son capital symbolique :

On voit que la rareté relative, donc la valeur, des produits culturels, tendent à décroître à mesure qu'avance un processus de consécration qui s'accompagne presque inévitablement d'une banalisation propre à favoriser la divulgation, celle-ci déterminant en retour la dévaluation entraînée par l'accroissement du nombre des consommateurs, et par l'affaiblissement corrélatif de la rareté distinctive des biens et du fait de les consommer⁸.

C'est-à-dire que si une œuvre devient populaire, donc il y a beaucoup de demande pour une certaine œuvre, on imprime aussi beaucoup d'exemplaires de cette œuvre, ce qui implique que le livre est accessible à tout le monde. C'est pour cela que son statut culturel est diminué. Il est pourtant important de remarquer que par rapport au statut d'un écrivain, on voit aussi le principe du changement dans le champ, de l'œuvre ou de l'auteur, comme une trajectoire construite ce qui est en relation avec le capital symbolique et économique qui lui est attribué. En citant Bourdieu : « les sanctions positives ou négatives, succès ou échecs, encouragements ou mises en garde, consécration ou exclusion etc. provoquent une évolution qui peut souvent, à l'aide de des capitaux, renforcer et libérer les ambitions initiales de cet écrivain⁹. »

Un autre terme créé par Bourdieu est le concept de l' « habitus ». Là où les différents capitaux représentent la structure externe du champ littéraire, l'habitus traduit la structure externe de ce champ qui est accordé aux agents dans le champ, donc par exemple les auteurs et leurs valeurs internalisées. L'habitus reflète le statut social de l'écrivain et le droit aux possibles qui vont avec :

Toutes les formes de consécration sociale et d'assignation statutaire, celles que confèrent une origine sociale élevée, une forte réussite scolaire ou, pour les producteurs de biens culturels, la reconnaissance des pairs, ont pour effet d'élever le droit au possible socialement reconnu et, à travers cette assurance, la capacité subjective de réaliser pratiquement ces possibles¹⁰.

Naturellement cette condition d'existence est associée aux possibilités d'acquérir des capitaux. Par exemple s'il y a une nécessité économique, à cause d'un certain habitus, cela influence la manière dont l'écrivain se présente dans le champ littéraire. Autrement dit :

[...] les plus riches en capital économique, en capital culturel et en capital social sont les premiers à se porter vers les positions nouvelles [...] À l'inverse, c'est un mauvais sens du

⁷ *Ibid*, p. 450.

⁸ BOURDIEU, op. cit., p. 34.

⁹ *Ibid*, pp. 39-40.

¹⁰ *Ibid*, p. 40.

placement, lié à la distance sociale et géographique qui incite les écrivains issus des classes populaires [...] ou les étrangers à se porter vers les positions dominantes à un moment où les profits qu'elles assurent tendent à diminuer du fait même de l'attraction qu'elles exercent [...]»¹¹.

Cela implique qu'un auteur avec un certain statut social est poussé par son habitus à écrire dans un certain style ou genre littéraire. Les plus fortunés ont les réserves, c'est-à-dire les capitaux, pour découvrir des nouvelles positions dans le champ, par exemple en essayant un nouveau genre littéraire. Les moins fortunés, donc par exemple les auteurs étrangers, sont attirés par le succès des premiers et par cela ils tentent d'essayer la même chose. Le résultat c'est que le public n'est plus intéressé par ce que les moins fortunés ont fait, à cause d'un surplus d'offre, ce qui n'est pas novateur.

Nous nous intéressons si cela est également le cas pour Slimani, parce qu'elle vient d'une haute classe sociale, fortunée et bien adaptée à la culture de l'Hexagone, mais pourtant elle est une écrivaine étrangère. Est-ce que Slimani est une écrivaine « [...] issue d'une classe populaire [...] »¹² ? Nous avons montré que Slimani vient d'une haute classe sociale : son père est un banquier et sa mère est un médecin et elle a fait ses études à Paris. Donc bien qu'elle soit une étrangère, son habitus, c'est-à-dire le fait qu'elle est une personne fortunée et cultivée, elle a tous les moyens pour être reconnue dans le champ littéraire. En plus, elle est en possession de beaucoup de capital social : elle a des liens avec de la politique et également dans le champ littéraire elle a un statut important.

Slimani est également dans la possession du capital culturel, un capital qui existe aux côtés du capital économique et du capital social. En fait son capital culturel, donc « les biens culturels qui sont transmis par les différentes actions pédagogiques familiales¹³ », revenons sur la présentation de Slimani dans l'introduction, nous pouvons constater que son origine francophone fait partie de son capital culturel. Ses parents ont fait le choix de l'élever dans une famille où l'on privilège le français. Également le fait qu'elle a fait ses études à Paris (Sciences Politiques). Notamment ses titres scolaires s'évaluent sur sa « valeur », c'est-à-dire que la valeur d'un titre permet de se présenter relativement facile sur le marché du travail. Par cela elle a obtenu sa poste chez *Jeune Afrique* comme journaliste. Autrement dit pour Slimani son capital culturel a ouvert les portes pour la conversion inconsciente des capitaux. Un exemple de ce mélange des capitaux est le suivant : elle a rédigé, ensemble avec Brigitte

¹¹ *Ibid*, pp. 40-41.

¹² BOURDIEU, op. cit., pp. 40-41.

¹³ HUGUET, « Capital culturel et inégalités sociales de réussite scolaire : les effets des pratiques musicales », p. 45.

Macron, un texte pour la dictée d'ELA. Ici nous voyons donc l'ensemble du capital culturel (la dictée), le capital social (le réseau de Slimani donc son lien avec Brigitte Macron), le capital politique (Brigitte Macron est la femme du Président de la République) et dernièrement, parce qu'elle a fait tout cela ce qui donne du prestige, la conversion de capital symbolique.

Dans tous les champs, l'enjeu de la lutte, c'est le monopole de l'autorité spécifique. Les agents se battent pour conserver ou améliorer leur position. Or, le meilleur moyen d'y arriver, c'est de maîtriser le principe de hiérarchisation : dominer le champ c'est fixer les règles du jeu, les capitaux pertinents etc. Nous pouvons conclure que par rapport aux différents champs, et en particulier le champ littéraire, il y a beaucoup de différentes positions et éléments qui agissent dans un champ mais également dans les champs en pluriel. Ils sont donc tous en relation : ils ont besoin les uns des autres, mais il y a aussi une lutte parmi eux parce qu'ils défendent tous leurs droits et intérêts particuliers, tous effectués par les capitaux. À l'intérieur et à l'extérieur du champ nous voyons une concurrence des capitaux.

Gallimard et les maisons d'édition

Comme nous avons déjà remarqué, dans un champ on trouve plusieurs agents. La position des agents dans le champ est dépendante de la quantité des capitaux qu'ils possèdent. Dans le champ littéraire on trouve bien sûr des écrivains, mais il y a également un rôle pour les maisons d'édition. En fait ils ont une place particulière dans le champ, à cause de leur position concernant les types de capital. Une maison d'édition a besoin de cinq types de capital, comme noté par John B. Thompson dans son livre *Merchants of Culture* (2010). Elle a besoin de capital économique, de capital symbolique, de capital humain, de capital social et de capital intellectuel¹⁴. Nous avons déjà abordé nous-mêmes les deux premiers capitaux, donc il nous reste à expliquer brièvement les trois autres.

Le capital humain concerne les employés à la maison d'édition et leurs qualités, c'est-à-dire leur connaissance du métier et du champ, et dernièrement leur compétence. Le capital social est le réseau de relations qu'une organisation comme une maison d'édition a accumulé à travers le temps. Le capital intellectuel est lié aux droits de publication, expliqué par Thompson comme un capital qui : « consists in the rights that a publisher owns or controls in intellectual content, rights that are attested to by their stock of contracts with authors and other bodies and that they are able to exploit through their publications and through the selling

¹⁴ THOMPSON, op. cit., p. 5.

of subsidiary rights¹⁵. » Il est évident que les capitaux différents sont toujours plus liés. Par exemple si on n'a pas assez de ressources économiques, il sera difficile de trouver de bons employés et à l'inverse un expert dans le domaine d'édition va accumuler plus facilement du capital économique etc. La position d'une maison d'édition est donc dépendante des quantités relatives des capitaux : plus on a des ressources de capitaux différents, le plus on peut avoir une position dominante dans le champ.

Thompson remarque cependant que le capital symbolique joue un rôle majeur pour les maisons d'édition. Selon lui, le capital symbolique peut presque garantir du capital économique. Leur prestige est important parce qu'ils ne veulent pas passer pour une maison qui produit des œuvres d'une mauvaise qualité littéraire. Autrement dit, la hiérarchisation des œuvres littéraires est importante pour la production et ainsi elle agit directement sur les différents capitaux d'une maison d'édition :

[Symbolic capital is important because] it strengthens their hand in the struggle to acquire new content because it makes their organisation more attractive in the eyes of authors and agents [...] It strengthens their position in the network of cultural intermediaries – including booksellers, reviewers and media gatekeepers – whose decisions and actions can have a big impact on the success or otherwise of particular books. A publisher who has established a reputation for quality and reliability is a publisher that agents, retailers and even readers will be more inclined to trust. And it also translates directly into financial success: a book that wins a major literary prize will very commonly experience a sharp upturn in sales, and may even lift the sales of other books by the same author¹⁶.

Ce qui est noté dans la citation de Thompson, c'est que le capital symbolique paraît s'accorder avec le capital économique. Notamment la donnée concernant les prix littéraires sera quelque chose d'où nous reviendrons prochainement, parce que dans le cas de Leïla Slimani il est important d'analyser comment l'attribution du Prix Goncourt a agi sur sa réception dans les médias français.

Nous avons montré qu'il paraît que le capital symbolique et le capital économique vont ensemble. Thompson note que cela n'est pourtant pas toujours le cas. Il donne cet exemple : « a firm with a small stocks of economic capital can succeed in building up substantial stocks of symbolic capital in the domains where it is active, gaining a reputation for itself that far exceeds its strength in sheer economic terms¹⁷. » Toutefois pour la plupart des maisons d'édition il n'y a que deux possibilités de donner de la valeur à une œuvre

¹⁵ *Ibid*, p. 6.

¹⁶ *Ibid*, pp. 8-9.

¹⁷ *Ibid*, p. 9.

littéraire : les ventes effectives et les ventes potentielles¹⁸. Autrement dit, la possibilité d'acquérir du capital économique et la qualité de l'œuvre qui est matérialisée par son capital symbolique (par exemple un prix littéraire) :

In large publishing corporations, it is not uncommon for certain imprints are thought of as 'commercial' in character, that is, oriented primarily towards sales and the accumulation of economic capital, while other imprints are thought of as 'literary' in character, where sales are not unimportant but where the winning of literary prizes and the accumulation of symbolic value are legitimate goals in themselves¹⁹.

Cette stratégie combinatoire des maisons d'édition permet la publication des livres avant-gardes ou des écrivains inconnus par les revenus de bestsellers. Évidemment cette hiérarchisation d'une œuvre comme étant « commerciale » ou « littéraire », déjà remarquée par Bourdieu, représente les différentes stratégies d'une maison d'édition d'accumuler des capitaux nécessaires pour continuer dans le champ littéraire. De plus, bien qu'il y ait des cas particuliers nommés par Thompson en ce qui concerne la relation non-équilibrée entre le capital symbolique et le capital économique, nous trouvons que pour notre recherche cela n'est cependant pas le cas, à cause de la réputation excellente, aussi dans les termes économiques, de la maison d'édition de Slimani : Gallimard.

En France les trois maisons d'édition les plus importantes, une constatation basée entre autres sur le nombre de prix littéraires attribués, sont Gallimard, Grasset et Seuil, ensemble drôlement renommé « Galligrasseuil »²⁰. La maison d'édition Gallimard a été fondée en 1911 par Gaston Gallimard. Elle est considérée comme l'une des plus influentes maisons d'édition en France, qui est spécialisée notamment la littérature du XXe et XXIe siècles²¹. Le Prix Goncourt, dont nous parlerons prochainement, a récompensé depuis sa création trente-sept romans parus à l'enseigne de la maison d'édition : NRF²², le dernier de ces romans est celui de Leïla Slimani intitulé *Chanson douce* qui a gagné le prix en 2016. Le Prix Nobel a également été attribué à cette maison d'édition pour quarante ouvrages dans la période 1913-2014.

« Si la couverture blanche de la NRF avec son liseré rouge reste emblématique de la maison pour les auteurs comme pour les lecteurs, Gallimard a su développer à ses côtés des collections qui valorisent son fonds éditorial²³. » La maison d'édition s'adresse à un public

¹⁸ *Ibid*, p. 10.

¹⁹ *Ibid*.

²⁰ GENOVA, « Rewarding the Production of Culture: *Le Prix Goncourt* », p. 152.

²¹ SILBERT, « Gallimard, une histoire si française », *Les Echos*.

²² <http://www.gallimard.fr/Selections/Prix-Goncourt>

²³ SILBERT, op. cit.

contemporain très large. D'un côté la collection blanche, puis la collection Folio qui porte les grands noms de la littérature française à bas prix, de l'autre côté il y a le secteur de la jeunesse qui avait publié par exemple le saga d'*Harry Potter* ou des romans policiers. C'est un signe de de-consécration que la maison publie les grandes œuvres littéraires à bas prix, parce que cela indique que les grands noms sont accessibles à tout le monde et ces œuvres ne restent pas réservées à un public restreint. En outre ici nous voyons qu'également Gallimard a une stratégie combinatoire des genres littéraires. Pourtant : « Perpétuant la tradition, la maison reste également un grand éditeur de sciences humaines, de théâtre, de poésie. En revanche, elle n'a pas cédé à la tentation de se lancer dans le livre politique ou people, pourtant à la mode, mais qui aurait dévoyé l'esprit de la maison²⁴. » Cet esprit de la maison c'est la production des œuvres d'une grande qualité littéraire. Le fait qu'une maison d'édition est capable de publier tout un éventail d'œuvres montre qu'elle est dans la possession des capitaux nécessaires. Elle est respectée par le monde, ce qui prouve son capital symbolique. Grace à cette réputation excellente, elle se permet le luxe d'établir une grande diversité des œuvres qui ne sont pas toujours considérées comme très « littéraires », sans menacer son prestige.

Malgré la remarque de Thompson concernant le fait que le capital symbolique et le capital économique ne vont pas toujours ensemble, il est évident de conclure que par rapport à la maison d'édition Gallimard, les deux capitaux jouent un rôle important pour garantir sa position dominante dans le champ littéraire en France. Avant le Prix Goncourt de 2016, Slimani n'était pas encore un auteur très connu et célèbre. Elle avait seulement publié un roman chez Gallimard. Bien qu'elle fût une jeune écrivaine peu connue, Gallimard avait les moyens pour prendre un risque de la contracter. Nous pouvons même défendre le point de vue que Slimani est contractée chez une maison d'édition aussi importante que Gallimard, cela bénéficié à la réputation de l'auteur même, et donc à son capital symbolique.

Le Prix Goncourt

Remettre un prix, une médaille, un trophée ou un titre à quelqu'un pour ses qualités culturelles, par exemple le fait qu'il ait écrit un excellent roman, est une pratique très ancienne qui remonte à l'Antiquité grecque. Durant cette période il y avait déjà des compétitions de théâtre ou d'art. À l'époque du Moyen Age il y avait des concours d'architecture et pendant la Renaissance on remettait des prix pour les meilleures compositions musicales ou les

²⁴ *Ibid.*

rédactions universitaires²⁵. Il n'est donc pas surprenant que ce « cirque des prix » (expression néerlandaise) soit ancré dans notre culture. En Europe seulement, il y a plus de six cents prix littéraires. Ces prix sont très divers avec de nombreuses catégories : il y a des prix pour les livres pour les enfants, les livres écrits par les femmes... Mais il y a aussi des prix pour la plus belle couverture²⁶. Ensuite, la nature du prix même varie beaucoup. Les participants peuvent gagner une somme d'argent exorbitante, par exemple 100.000 euros pour l'International IMPAC Dublin Literary Award²⁷, ou un montant négligeable : 10 euros pour le Prix Goncourt.

Ce prix créé par Edmond de Goncourt pour commémorer la mémoire de son frère Jules a été officiellement fondé en 1902 et il est

l'un des plus prestigieux et les plus anciens prix littéraires en France. Bien que ce montant de 10 euros, du fait de l'inflation, ne représente qu'un prix symbolique, ce prix littéraire peut garantir beaucoup de ventes, comme on peut le voir dans la *Figure 3* (en ce qui concerne le Goncourt) et la *Figure 4* à la prochaine page (en ce qui concerne les prix littéraires en général). On voit qu'il arrive souvent qu'un lauréat d'un prix littéraire se trouve sur la liste des 30 livres les plus vendus, par exemple en 2016 on trouve le lauréat du Prix Goncourt *Chanson douce* de Leïla Slimani au 6^e rang et le lauréat du Prix Goncourt des lycéens et le Prix du premier roman *Petit Pays* de Gaël Faye au 16^e rang. On voit la même chose pour le roman *L'Ordre du jour* d'Éric Vuillard (Prix Goncourt 2017, 13^e rang) et *La disparition de Josef Mengele* d'Olivier Guez (Prix Renaudot 2017, 26^e rang)²⁸.

C'est d'ailleurs ce que constatait Squires (2004) : « literary prizes acquire remarkable visibility in the media, as well as being given display space in bookshops, both of which make

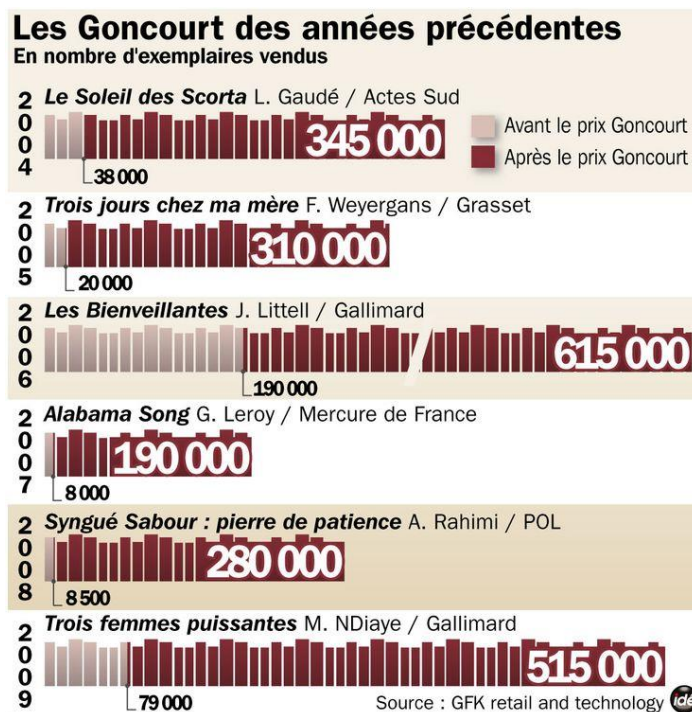


Figure 3 : Les ventes des Goncourts de la période 2004-2009
Source : LASALLE, Isabelle, « Les chiffres des ventes des derniers prix Goncourt », France culture, le 22 janvier 2016.

²⁵ ENGLISH, « Introduction : Prizes and the Study of Culture », pp. 1-2.

²⁶ SQUIRES, « A Common Ground ? Book Prize Culture in Europe », p. 38.

²⁷ *Ibid.*

²⁸ Ministère de la Culture et de la Communication, « Le secteur du livre : chiffres-clés 2015-2016 » et « 2016-2017 ».

Les prix littéraires dopent les ventes

Moyenne de ventes en exemplaires (2012/2016)

Goncourt Lycéens



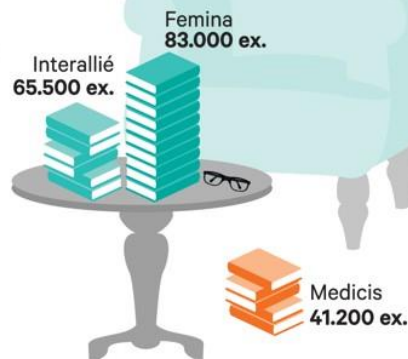
Goncourt



Académie Française



Renaudot



Une forte saisonnalité

En % des ventes annuelles

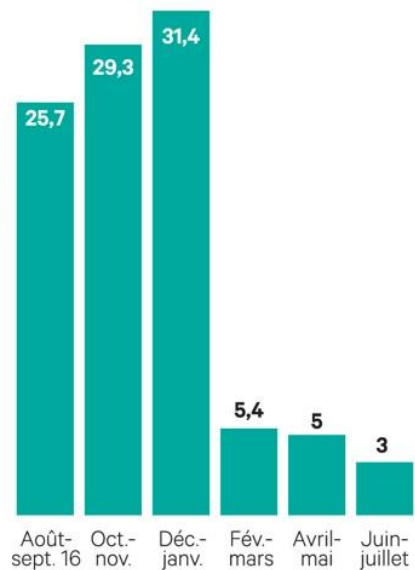


Figure 4 : Les ventes des prix littéraires période 2012-2016

Source : RICHEBOIS, Véronique, « Le Goncourt et le Renaudot, une manne pour les maisons d'édition », Les Echos, le 7 novembre 2017.

a substantial contribution to the promotion and sales of the prize-winning books²⁹. » English (2008) confirme cette constatation, selon lui les prix littéraires sont les moyens par excellence de convertir un capital, par exemple le capital symbolique, en un autre, par exemple le capital économique. C'est un processus qu'il a nommé « capital intraconversion »³⁰. On voit ce processus aussi dans les autres champs comme par exemple le champ journalistique. Pourtant dans ce champ l'intraconversion des capitaux se passe inconsciemment.

Cependant, le Goncourt est associé à bien plus que les ventes. Ce prix est profondément controversé, fortement débattable, entouré de rumeurs et très fortement attendu en automne (ce prix est décerné au début du mois de novembre). « [The Goncourt] has become associated with complex issues of the commercialization of art, the economic power of publishing houses, and the ambivalent relationship of the reading public to the critical press³¹. » Par exemple, le prix a été attribué pendant la période 1970-2002 pour quatre-vingts pourcents, à trois maisons d'édition : Gallimard, Grasset et Seuil et il y a eu des scandales comme « l'Affaire Houellebecq »³². D'ailleurs, le public aime un bon scandale : les scandales sont bons pour les marchands.

Le but premier de ce prestigieux prix littéraire est la promotion du livre, d'appuyer,

²⁹ SQUIRES, op. cit., p. 41.

³⁰ ENGLISH, op. cit., pp. 9-10.

³¹ GENOVA, « Rewarding the Production of Culture: *Le Prix Goncourt* », p. 151.

³² *Ibid*, p. 152.

comme dans l'Antiquité ou le Moyen Age, les arts et la culture. Mais le Goncourt touche aussi trois autres acteurs dans le champ littéraire, ce que dit Genova (2014) :

For the writers, receiving the le Prix Goncourt changes everything, gracing an author with nationwide, and even international, legitimacy. For the editors, the Goncourt is important, because the bottom line is basically that these books do sell. For the public, finally, the Goncourt continues to serve as a guide, particularly in France, a cultural sphere flooded with creative publications every year³³.

Mentionné au-dessus, un prix littéraire, ici le Goncourt, agit également sur l'auteur. Son rôle a changé et il a eu un statut double et contradictoire, celui de la lutte entre le capital symbolique et le capital économique. Il est à la fois un écrivain, un auteur, mais également une personne publique qui doit prendre part à l'échange social et économique : lire à haute voix dans les librairies, signer des exemplaires de son livre et donner des interviews. « Avec la création des prix littéraires, l'écrivain moderne découvre à la fois les conditions nouvelles d'une littérature désormais soumise aux impératifs de la communication publique du livre qui ont remplacé le système du mécénat, et placée entre les mains des professionnels du livre et de la presse³⁴ ». L'écrivain doit être présent, il fait partie de cette « société de spectacle³⁵ ». À ce moment-là, l'écrivain sort de son bureau et entre dans la vie publique et médiatisée, à un moment mal choisi, ce qui pourrait considérablement changer le statut et la fonction de l'auteur : il pourrait être objectivé et risquer de se perdre dans un monde commercial, décrit un peu dramatiquement par Heinich (1996) : « la sensation de dépersonnalisation, provoquée par l'accumulation répétitive des situations où l'on est exposé passivement à des masses anonymes, et non pour ce qu'on est en personne mais pour sa seule qualité —éphémère— de [d'être] lauréat du Goncourt [...]»³⁶ Selon elle, l'écrivain est devenu un objet du discours des médias et des gens, il paraît donc qu'on s'intéresse beaucoup plus à l'auteur physique, qu'à son œuvre qui a remporté ce prix littéraire.

Un prix littéraire peut donc certifier un succès commercial dans le champ littéraire, notamment s'il s'agit d'un prix prestigieux. Cependant il y a le risque de se perdre dans les commerces qui vont avec. Il y a donc à l'intérieur du champ littéraire l'enjeu d'une lutte, c'est le désir d'acquérir une autorité dans le champ, parmi les différents agents qui cherchent à garantir leur propre intérêt. C'est intérêt est lié aux capitaux majeurs dans ce champ, c'est-à-dire notamment le capital économique et le capital symbolique.

³³ *Ibid*, p. 156.

³⁴ DUCAS, « Prix littéraires en France : consécration ou désacralisation de l'auteur ? », p. 9.

³⁵ *Ibid*, p. 10.

³⁶ HEINICH, « Prix littéraires et crises identitaires : l'écrivain à l'épreuve de la gloire », p. 69.

Finalement, Squires remarque dans *Literature and Marketing* (2009), qu'un prix littéraire peut être lié à la théorie de Bourdieu en ce qui concerne un capital créé par English (2002) : le capital journalistique. Le capital journalistique est : « [...] the mediating – and transforming – force between economic and cultural capital in the late twentieth century. This is a world of marketing and promotion [...] »³⁷. C'est-à-dire que tout ce qui va avec la promotion d'une /d'art comme par exemple les prix littéraires mais aussi des spectacles littéraires, est très présente dans les médias en par cela elle représente un capital journalistique. Nous trouvons qu'il va encore plus loin que cela. Selon nous un prix littéraire est dans la possession du prestige, donc du capital symbolique. Par cela, implicitement les journalistes convertissent le capital symbolique au capital journalistique, qui se trouve donc lié au capital économique, parce qu'un article qui porte sur un spectacle prestigieux est bon pour les ventes.

Recensions littéraires

En général, une recension littéraire moderne est basée sur la description des textes littéraires. Facilement dit, mais sa nature exacte est pourtant difficile à décrire. En fait, elle consiste à faire la relation entre le concret : ce qui a été écrit, c'est-à-dire le texte, et l'abstrait, c'est-à-dire la manière dont il a été décrit³⁸. Mais quelle est la fonction d'une recension ? Selon Linders et Op de Beek, qui ont étudié les recensions aux Pays-Bas de la période 1955-2005 (2004), une recension est le lien entre le lecteur et l'écrivain. Les recensions aident le lecteur à choisir le livre désiré par ce dernier, et ils l'aident à comprendre l'œuvre littéraire³⁹. Il y a également d'autres opinions en ce qui concerne le rôle d'une recension. Les critiques pourront défendre leur statut dans le champ littéraire, par leur recension. Nous aborderons ce mécanisme ensuite dans ce chapitre. Il est également possible de considérer une recension littéraire comme le gardien qui décide ce qu'est la littérature⁴⁰. Linders et Op de Beek adhèrent à la position de Van Rees, Janssen et Verboord dans *Classificatie in het culturele en literaire veld 1975-2000* (2006). Van Rees explique que la recension littéraire est l'instance la plus importante pour attribuer de la croyance à une œuvre littéraire⁴¹. Autrement dit, une recension donne du prestige à une œuvre, ce qui contribue à l'acquisition du capital symbolique de son auteur, ce qui se reflète aussi dans le prestige d'un auteur. Il est donc

³⁷ SQUIRES, *Marketing Literature: The Making of Contemporary Writing in Britain*, p. 58.

³⁸ BERNDSEN, *Met alle respect, Over literatuurkritiek*, p. 131.

³⁹ LINDERS, *Met waardering gelezen*, p. 15.

⁴⁰ *Ibid*, p. 16.

⁴¹ VAN REES, JANSSEN, VERBOORD, *Classificatie in het culturele et literaire veld 1975-2000*, p. 268.

important pour un auteur, et par cela aussi pour une maison d'édition et les autres agents dans le champ littéraire, d'avoir des bonnes critiques, parce que l'obtention du capital peut garantir une position dominante dans le champ littéraire.

Selon Linders et Op de Beek, un critique se charge de quatre tâches. La première est celle de signaler les nouvelles œuvres, ensuite il faut les décrire, les interpréter et pour finir, les évaluer. Elle y ajoute, à l'aide d'autres théoriciens de la critique, que le lecteur joue aussi un rôle important dans la définition d'un critique. Car celui-ci est responsable d'écrire une recension qui doit être compréhensible pour les différents lecteurs. C'est pour cela qu'il est important de bien noter ses critères de jugement⁴². En fait, faire de la critique implique qu'il faut réagir et argumenter et des citations, qui donnent par cela de la crédibilité, le capital symbolique, à cette recension⁴³.

Mais la fonction du critique littéraire est en train de changer de nouveau. On ne lit pas seulement une critique littéraire dans une revue qui porte sur la littérature. À cause de l'élargissement des médias, par exemple l'internet et la télévision, on peut trouver et accéder plus facilement différentes recensions. Au fil du temps, l'espace donné aux recensions dans les journaux et les suppléments culturels, s'est élargi⁴⁴ ⁴⁵. On peut expliquer cette constatation par un intérêt accru pour la culture et en particulier pour la littérature chez le grand public, à cause du fait que l'on ne considère plus la culture comme un « article de luxe » réservé seulement aux élites. Elle est accessible à tout le monde⁴⁶. Ici nous trouvons donc aussi un déplacement de la hiérarchie interne des différents genres littéraires. Comparée à la période décrite par Bourdieu, le XIXe siècle, le roman a obtenu un statut largement accepté populaire, ce qui va avec la popularisation de la littérature en général, ce qui a été constaté par DiMaggio. Il y a également des raisons économiques qui sont liées à cette constatation⁴⁷ et également un changement dans la nature de la critique littéraire. Le plus important n'est plus d'analyser comment un livre a été écrit mais, au contraire, de donner plus d'espace à les actualités dans des recensions⁴⁸. Par exemple le fait qu'on a attribué un prix littéraire à une œuvre ou que dans l'œuvre on parle d'événements récents. Cette commercialisation de la recension littéraire indique que le journaliste ou critique n'est plus celui qui donne son

⁴² LINDERS, op. cit., p. 16.

⁴³ *Ibid*, p. 17.

⁴⁴ VAN REES, JANSSEN, VERBOORD, op. cit., p. 269.

⁴⁵ LINDERS, op. cit., p. 243.

⁴⁶ VAN DIJK, JANSSEN, « De reuzen voorbij, De metamorfose van de literaire kritiek in de pers sedert 1965 », p. 211.

⁴⁷ LINDERS, op. cit., p. 244.

⁴⁸ *Ibid*, p. 243

opinion ferme et argumentée, mais il est devenu plutôt un « infotainer », quelqu'un qui écrit un texte ayant pour but d'amuser le lecteur au lieu de l'informer⁴⁹. L'intérêt porté à l'auteur a également changé. En général, les gens sont plus intéressés par la personne en tant que telle, ce que Ducas avait également constaté en ce qui concerne les prix littéraires. Il ne s'agit plus notamment de l'histoire dans l'œuvre racontée par l'auteur, mais plutôt de l'histoire personnelle de l'écrivain lui-même et ce qu'il dit dans les médias⁵⁰. L'auteur a également l'intérêt à cette commercialisation. La croissance de la culture dans les médias permet à plusieurs auteurs de se mettre en avant plus facilement : le nombre de livres mis en valeur dans les médias a augmenté⁵¹. Évidemment, la publication d'une recension dans un journal ou une revue implique une croissance dans du capital symbolique, à cause de l'attention publique donnée à l'auteur critiqué. Par cela, l'écrivain est plus ou moins obligé de se manifester encore et encore pour garder l'attention des médias et du public. Donc de nouveau nous constatons un changement dans le champ littéraire ou l'auteur doit être vu de nombreuses fois dans la vie publique pour l'acquisition du capital.

Les critiques et les recensions jouent donc un rôle important dans la diffusion et la propagation d'une œuvre littéraire. Par cela ils agissent aussi sur la position des agents, donc les auteurs, les maisons d'édition etc., dans le champ littéraire. Pourtant ou l'auteur se focalise, ou bien ce qu'il faut penser, notamment sur l'acquisition du capital symbolique, il y a bien des raisons économiques qui se mêlent dans cette relation. De plus, la lutte entre le champ politique et le champ littéraire et les capitaux qui vont avec est bien visible dans la manière dont les recensions sont écrites. Nous avons déjà montré que la nature des recensions a changé, on parle de plus en plus sur les affaires actuelles, mais même la manière dont elles sont décrites se change à travers le temps.

Une dernière remarque importante porte sur la différence entre la production et l'acquisition du capital symbolique en ce qui concerne le rôle des critiques et des recensions. D'un côté, le critique peut aider l'auteur à produire du capital symbolique. De l'autre côté, à travers une recension d'une œuvre littéraire (renommé), le critique lui-même peut acquérir aussi du capital symbolique.

Orchestration de la critique

Bien qu'ils fassent parti du même groupe, celui des journalistes littéraires, il y a une lutte concurrentielle parmi les critiques. Ce terme de la « lutte » semble chargé mais, comme le dit

⁴⁹ VAN DIJK, JANSSEN, op. cit., p. 209.

⁵⁰ *Ibid.*

⁵¹ *Ibid.*, p. 217.

Van Rees dans « Consensusvorming in de literatuurkritiek » (1985), les critiques essaient d'obtenir plus de capital symbolique pour augmenter leur propre valeur⁵². Par cela il paraît que si un journaliste n'est pas d'accord avec un autre critique renommé, donc quelqu'un qui est déjà en possession du capital symbolique, il n'ira pas le critiquer, parce que le premier risque de nuire à son propre prestige. Par conséquent, les recensions littéraires ont l'air d'être écrites de la « même » manière : elles ont établi un consensus pour éviter d'endommager la réputation du critique.

Par ailleurs, si un journaliste renommé critique violemment un auteur ou un livre qui est déjà en possession d'un haut capital symbolique, et si cet auteur a remporté un prix littéraire, notamment s'il s'agit d'un prix prestigieux, ce même critique risque également de perdre sa bonne réputation. Autrement dit, si un critique attaque littérairement un auteur réputé ou une œuvre renommée, le critique prend le risque de nuire à son capital symbolique. Il est donc pour lui plus logique de rester positif par rapport à cet auteur ou cette œuvre littéraire. En outre, si un collègue critique donne un avis similaire par rapport à une recension, cette dernière augmente de nouveau le capital symbolique du critique⁵³.

En résumé, les recensions, notamment celles qui portent sur des auteurs connus, qui possèdent un grand capital symbolique, montrent un avis relativement consensuel à tous. Van Rees montre finalement dans son article que cette concordance des critiques est le résultat d'une sorte d'orchestration, un terme qui vient de Bourdieu. L'orchestration implique dans les recensions il n'y a pas de références directes à la recension de la main d'un autre critique, mais on présente souvent, étant un collectif, un comportement homologue⁵⁴.

Nous pouvons conclure qu'en ce qui concerne les recensions littéraires, il est possible que, en évitant le risque de nuire au capital symbolique du critique, ce qui est évidemment en relation avec les autres capitaux, les recensions pourront avoir l'air d'être écrites de la même manière. Les critiques utilisent par exemple les mêmes mots pour décrire un phénomène. Cela implique qu'en analysant les articles dans le troisième et quatrième chapitre, il y a la possibilité de trouver aussi ce consensus formé sur Slimani.

Posture et image

La tension entre le capital symbolique et le capital économique est liée à la théorie qui porte sur la posture et l'image de l'auteur de Meizoz qui à son tour réfère à Maingueneau. Si on

⁵² VAN REES, « Consensusvorming in de literatuurkritiek », p. 9.

⁵³ *Ibid*, p. 8.

⁵⁴ *Ibid*, p. 14.

parle de la position de l'auteur dans champ littéraire, on entre presque immédiatement dans le domaine des théories qui portent sur la posture. Dans son article « Ce que l'on fait dire au silence : posture, ethos, image d'auteur... » (2009), le théoricien Meizoz donne la définition de ce qu'est la posture :

J'ai défini la posture comme la présentation de soi d'un écrivain, tant dans sa gestion du discours que dans ses conduites littéraires publiques. [...] Elle relève d'un processus *interactif* : elle est coconstruite, à la fois dans le texte et hors de lui, par l'écrivain, les divers médiateurs qui la donnent à lire (journalistes, critiques, biographes, etc.) et les publics. Image collective, elle commence chez l'éditeur avant même la publication, cette première mise en forme du discours. On la suivra dans toute la périphérie du texte, du péri-texte (présentation du livre, notice biographique, photo) à l'épi-texte (entretien avec l'auteur, lettres à d'autres écrivains, journal littéraire). La posture se forge ainsi dans l'interaction de l'auteur avec les médiateurs et les publics, anticipant ou réagissant à leurs jugements⁵⁵.

Autrement dit, la posture est tout ce qui est lié à la création d'une image collective de l'auteur, c'est-à-dire comment il est présenté en public. Dans la suite de l'article, Meizoz se focalise notamment sur la différence entre « la posture » et « l'ethos ». L'ethos désignerait l'image de l'inscripteur dans un texte singulier et la posture référerait à l'image de l'écrivain formée dans une série d'œuvres signées de son nom⁵⁶. Pour notre analyse, nous sommes pourtant intéressées par l'image de l'auteur, ici Leïla Slimani, en général. Cela implique que nous ne voulons pas nous perdre dans tout l'ensemble de définitions, mais que nous nous concentrons sur l'image complète donnée par des journalistes, c'est-à-dire ceux qui regardent Slimani étant l'objet de leur discours et non pas l'image qu'elle (souhaite) donner d'elle-même dans les médias français.

Meizoz cherche ensuite dans l'article à préciser les définitions pour mieux analyser les différentes positions de l'auteur. Ici il suit la position de Maingueneau, qui avait analysé la confusion inhérente à la notion d'auteur et à ses usages courants. Maingueneau distingue un auteur en trois instances : « la personne (l'être civil), l'écrivain (la fonction-auteur dans le champ littéraire) et l'inscripteur (l'énonciateur textuel)⁵⁷ ». Pour Meizoz, analyser une posture c'est « aborder ensemble (et croiser ces données, avec la prudence requise) les conduites de l'écrivain, l'ethos de l'inscripteur et les actes de la personne⁵⁸ ». Tout cela est lié, comme un anneau de Moebius. Ces instances présentent la posture d'un auteur, donc la présentation de soi d'un écrivain. Une posture représente donc trois instances, dans le cas de Slimani :

⁵⁵ MEIZOZ, « Ce que l'on fait dire au silence : posture, ethos, image d'auteur... », p. 2.

⁵⁶ *Ibid*, p. 4.

⁵⁷ *Ibid*, p. 2.

⁵⁸ *Ibid*.

1. La personne : par exemple sur son apparence, sa nationalité et sa formation.
2. L'écrivain : ce qu'il fait et dit en tant qu'écrivain, par exemple si c'est une personne engagée.
3. L'inscripteur : la manière dont l'auteur écrit ses livres, la qualité (littéraire) de l'œuvre.

En fait, une posture réussie est reprise par l'image de l'auteur. Une image de tel auteur est formée par ce qu'on voit de cet auteur en général, donc son apparence, ses actes et son œuvre. Nous nous réalisons que ces instances vont avec *la posture* de l'auteur, ce que n'est *l'image* de l'auteur, mais elles pourront nous guider dans notre analyse de la présentation de Slimani dans la presse française. Ces trois instances sont la base pour notre deuxième sous-question. Nous voulons savoir l'image de Slimani donnée par la presse. C'est pour cela que nous prendrons les instances présentées par Meizoz. Dans le chapitre suivant nous reviendrons à ces instances, pour les appliquer dans la méthode pour l'analyse quantitative de notre recherche.

Auteurs féminins et la femme francophone exotisée

Pour mieux comprendre et analyser l'image représentée de Leïla Slimani dans les médias en France, il est également important de présenter son genre féminin et son origine francophone. En fait dans les médias en général, on ne donne pas la même quantité d'attention à un auteur féminin qu'à un auteur masculin, ce que remarque Verboord (2011) aussi dans son article : « Within the literary field, female authors are less likely to receive long-term attention (Showalter, 2010) as well as contemporary media publicity (Vos, 2008 ; Women in Publishing, 1987)⁵⁹. » Verboord montre qu'il n'est pas surprenant qu'on ne voie pas souvent la littérature féminine dans les médias. Il constate qu'aux États-Unis, seulement un tiers des livres critiqués dans les journaux (américains) sont écrits par des femmes. On pourrait expliquer cela par le fait qu'il y a une hiérarchisation entre les genres littéraires commentés : dans les journaux on donne plus d'espace aux genres les plus lus comme la fiction policière et la science-fiction, qui sont écrits pour la plupart par des hommes. On ne donne pas beaucoup d'attention aux fictions romantiques, qui sont écrites en grand nombre par des femmes. Cela est cependant étrange, car ce dernier genre est très populaire chez les lecteurs et en général la majorité de ceux-ci sont en fait des femmes⁶⁰.

En outre les auteurs féminins sont fréquemment stéréotypés : elles sont souvent

⁵⁹ VERBOORD, « Cultural products go online : Comparing the internet and print media on distributions of gender, genre and commercial success », p. 446.

⁶⁰ *Ibid.*

comparées aux auteurs masculins et on considère souvent que leur écriture est plutôt faite « pour les femmes » et aussi plus « sensible » (la fiction romantique). C'est également la raison pour laquelle les maisons d'édition tentent de faire de la publicité pour ces écrivaines dans les magazines féminins⁶¹.

En plus, Leïla Slimani a remporté le Prix Goncourt en 2016 mais ce n'est que la cinquième femme à recevoir ce prix en vingt ans. La première femme à recevoir ce prix, décerné pour la première fois en 1903, est Elsa Triolet en 1944.

Également la place donnée aux écrivains francophones reste assez marginale, car avant 2001 il n'y a eu que onze francophones à qui l'on a décerné le Prix Goncourt⁶². Selon Ducas (2001), on peut expliquer cela par le fait que pour un écrivain francophone il est difficile de trouver sa place dans le champ littéraire français. Cette difficulté se reflète par exemple dans l'adaptation du style de la littérature française du monde occidental. Ducas montre que l'écriture des auteurs francophones pourrait se retrouver dans deux catégories :

La diversité et la complexité des littératures francophones sont donc extrêmes et les aspirations des écrivains francophones contradictoires : tantôt, il s'agit avant tout de se faire adopter par la littérature française de l'hexagone, dans ce cas, la reconnaissance littéraire prend la forme d'une intégration à ce qui fait figure de culture dominante [...] Tantôt, il s'agit au contraire de s'affirmer porte-parole de sa communauté et de fonder une littérature nationale de langue française, en écrivant d'ailleurs parfois simultanément dans telle ou telle langue pratiquée chez soi. Ces aspirations contradictoires suffisent à montrer les difficultés pour une littérature francophone d'acquiescer son indépendance, toujours fragile et relative, tant est forte la pression du champ littéraire français [...] ⁶³.

Il est donc difficile pour un écrivain francophone de se manifester dans le champ littéraire français. Il doit ou bien s'adapter au canon occidental, ou il garde son style personnel mais par cela il risque d'être la porte-parole de son pays. Cela pourrait également se refléter sur la posture de l'auteur, par exemple s'il prend le rôle de porte-parole pour se manifester pour son pays natal dans la société.

Pourtant, parce qu'un auteur francophone vient de l'étranger, est-il possible donc que l'écrivain francophone a du succès en France, il sera aussi exotisé ?

Un certain exotisme peut vider le monde étranger de sa résistance objective pour l'assimiler à un théâtre bariolé. Des *Orientales* de Victor Hugo au clinquant barbare de *Salammô*, ce

⁶¹ *Ibid.*

⁶² DUCAS, « La place marginale des écrivains francophones dans le palmarès des grands prix d'automne », pp. 386-388.

⁶³ *Ibid.*, p. 350.

processus de réduction est visible. Voilà en outre longtemps que dans le monde des médias et de la publicité, l'exotisme passe pour un bon argument de vente⁶⁴.

Au fond, l'exotisme est un nom moderne pour la nostalgie. Il y a une admiration pour ce qui vient de l'étranger. Cela pourrait être une source d'inspiration pour les arts, un exemple probant est la peinture *Les Femmes d'Alger* d'Eugène Delacroix qui ouvre la porte à « un univers d'une extrême richesse visuelle (splendeur des costumes, furia des fantasias, fastes d'une cour royale [...])⁶⁵. » Mais l'exotisme pourrait également se voir détourner par la société de consommation⁶⁶. Le théoricien Segalen identifie l'exotisme à une « esthétique du Divers » : c'est le concept de parler de tout ce qui est différent et qu'on peut apprécier à part de soi-même. Elle est aussi un moyen de vendre de la culture étrangère : on apprécie une chose ou une personne exotique pour sa nature étrangère, tantôt adaptée au monde occidental et tantôt comme porte-parole de ce qui se passe à l'étranger pour un marché occidental, ici français.

Conclusion du premier chapitre : hypothèses

Toutes ces théories et études présentées dans ce chapitre vont donner le cadre de notre analyse qui porte sur la réception de Leïla Slimani dans les médias en France. Nous avons montré que le champ littéraire est un champ de forces agissant sur toute la population dans ce même champ : les agents. La manière dont ce champ fonctionne dépend de plusieurs facteurs.

Premièrement il y a une interaction entre les agents. Ils ont un besoin mutuel pour faciliter la production dans le champ. Les relations sont objectives, elles donnent sa structure au champ, c'est à dire que dans un champ il y a toujours des luttes entre les différents agents. Ils veulent conserver ou transformer la structure interne d'un champ.

Deuxièmement il y a les différents capitaux qui sont liés à ce champ et en particulier le capital économique et le capital symbolique sont des capitaux importants. Pour tous les agents dans le champ il est important d'acquérir ou de produire du capital. Il y a plusieurs moyens de faire cela, par exemple l'attribution d'un prix littéraire. En ce qui concerne les critiques et les recensions, il est aussi remarquable qu'en évitant le risque de perdre du capital symbolique ils forment souvent un consensus par rapport à une œuvre ou auteur renommé, ce qu'on appelle aussi l'orchestration dans la critique littéraire. Bien que tous les capitaux soient importants pour la production dans le champ littéraire, il est remarquable qu'on ne parle pas souvent des moyens économiques (le capital économique). On attache plus de poids au prestige (le capital

⁶⁴ MOURA, « L'exotisme fin-de-(XXe)-siècle », p. 17.

⁶⁵ DJEBAR, « Regard interdit, son coupé », p. 237.

⁶⁶ MOURA, op. cit., p. 18

symbolique), de l'œuvre et de l'auteur. Il y a un déplacement de l'attention pour l'œuvre littéraire aux actualités liées à cette œuvre. Autrement dit, de plus en plus souvent on donne de l'attention à par exemple la vie de l'auteur ou ses ventes, au lieu de ses qualités littéraires. c'est-à-dire que le champ se commercialise. Il y a une contradiction moins forte entre le capital symbolique et le capital économique. Nous avons dit que dans le champ littéraire on ne parle pas vraiment du capital économique, mais actuellement l'argent devient moins tabou.

Nous voyons aussi à ce moment que les bornes entre les genres littéraires sont en train de s'estomper. Également à cause des prix littéraires qui sont attribués aux romans plus populaires et à cause des nouveaux médias, il y a une popularisation du roman en général. La hiérarchisation entre les genres est donc devenue moins forte.

Pour faciliter l'analyse des recensions et des articles journalistiques écrits sur Slimani, il est également important de savoir comment une image d'un auteur est construite. Bien que la posture et l'image de l'auteur soient des concepts différents, les instances présentées par Meizoz pourront être utiles pour la représentation de Slimani dans la presse (donc son image dans les médias). C'est pour cela que nous avons également présenté les théories qui portent sur les auteurs francophones et la place des femmes dans le champ littéraire, parce que sa nationalité et son sexe font partie de sa personnalité.

Pourtant, en liant cette constatation avec la commercialisation des médias en générale, du fait que Slimani a une position différente que celle des autres auteurs français dans le champ, et puisqu'elle est une écrivaine renommée, nous pouvons formuler quelques hypothèses :

1. Il y a un intérêt pour le « produit Slimani », c'est-à-dire son capital culturel, son capital social et son capital journalistique. Le capital culturel de Slimani, donc son habitus, est exotisé par les médias, parce qu'elle représente une « esthétique du Divers », également à cause du fait qu'elle est une femme.
2. Inconsciemment, dans les médias il y a une conversion de capital : les capitaux de Slimani sont convertis en capital économique et politique.
3. Pour éviter le risque de perdre du capital symbolique, et par cela aussi des autres capitaux, ce qu'on dit dans les articles journalistiques et les recensions littéraires est orchestré.

Nous pouvons tester ces hypothèses à l'aide de nos trois sous-questions. Ce chapitre est donc la base pour notre analyse qualitative de notre corpus déjà présenté dans l'introduction de ce mémoire. Dans le prochain chapitre nous allons construire une méthode pour l'analyse

quantitative de ce même corpus.

Chapitre 2 : Méthode de l'analyse

Dans le dernier chapitre nous avons présenté les théories les plus importantes en ce qui concerne les différents axes qui pourront nous aider pour notre analyse qualitative de la réception de l'écrivaine Leïla Slimani. Dans ce chapitre nous nous concentrons sur la méthode nécessaire pour la partie de l'analyse quantitative de notre mémoire. Nous allons décrire ce que nous allons analyser dans notre corpus et expliquer quels sont les moyens nécessaires pour atteindre l'objectif de nos recherches.

Dans l'introduction nous avons déjà présenté les critères de sélection des articles analysés dans notre corpus. Pour une analyse quantitative de ces articles, nous aurons besoin d'un modèle qui sera utile pour l'analyse des recensions et articles journalistiques qui portent sur Slimani. Nous avons donc choisi quatre-vingt-neuf articles, soit des recensions soit des articles journalistiques, qui répondent aux exigences présentées dans l'introduction. Nous voulons savoir quels sujets sont abordés quand on parle de cet auteur : Est-ce qu'il s'agit souvent de son œuvre, c'est-à-dire les qualités littéraires, ou de son apparence, son origine etc., ou de sa présence dans la société ? Autrement dit : parle-t-on de ses qualités littéraires, de ses caractéristiques personnelles ou de ses qualités hétérogènes ?

Nous avons choisi de présenter le modèle d'analyse créé par Linders et Op de Beek (2004). Cependant, à cause des raisons qui seront abordées dans ce chapitre, nous avons choisi d'adapter ce modèle à notre objectif, ce qui est trouver la réponse de notre deuxième sous-question. C'est pour cette raison que nous allons reprendre des termes abordés dans le premier chapitre. À la fin de ce chapitre nous allons proposer notre nouveau modèle d'analyse pour les recensions et articles journalistiques qui portent sur l'auteur Slimani de la période 2016-2018.

Modèle d'analyse de Linders et Op de Beek (2004)

Dans sa thèse de doctorat, *Met waardering gelezen, een nieuw analyse-instrument en een kwantitatieve analyse van evaluaties in Nederlandse literaire dagbladenkritiek 1955-2005*, Yvette Linders propose un nouveau modèle d'analyse pour les critiques littéraires. Bien que Linders et Op de Beek aient collaboré pour la création d'un modèle d'analyse, elles ont toutes les deux conduit leur propre recherche. Nous avons choisi de présenter la thèse de doctorat de Linders, mais le modèle d'analyse proposée par elle est créé en collaboration avec Esther op de Beek. Leur but de la recherche est d'analyser si les recensions littéraires ont changé à travers le temps par rapport à la manière dont on critique une œuvre littéraire. Linders

commence sa thèse par la présentation et la discussion des modèles d'analyse qui ont été publiés auparavant. Ce qui est intéressant pour nous, pour la création de notre nouveau modèle d'analyse, c'est que Linders et Op de Beek ont trouvé que toutes ces méthodes-là ont des points en commun.

Linders présente quatre aspects qui doivent être présents dans un modèle d'analyse. Premièrement, il est important qu'un modèle d'analyse soit composé de catégories maniables et clairement représentées⁶⁷. Deuxièmement, les catégories doivent être aussi complets que possible, pour que rien ne soit impossible de classer. Le risque c'est qu'avec un grand nombre de recensions, il y aura beaucoup de possibilités de présenter une certaine constatation d'un critique littéraire d'une manière divergente, c'est-à-dire que les critiques peuvent parler de la même chose, par exemple le style de l'auteur, mais ils le font tous d'une autre manière. Si le modèle est composé de catégories qui couvrent tous les domaines d'évaluation, on n'aura aucun problème pour faire une catégorisation des exigences des critiques. Le troisième aspect c'est qu'il y aura une délimitation claire entre les différentes catégories. Cela va permettre qu'elles s'excluent mutuellement. Le dernier aspect porte sur le fait que le modèle sera utile pour l'analyse des recensions qui viennent de différentes périodes, ce qui indiquera qu'il faut garder une certaine distance de conceptions littéraires de l'époque⁶⁸. Linders et Op de Beek ont aussi constaté qu'en ce qui concerne le contenu des modèles d'analyse déjà connus, il y a certaines catégories qui, bien qu'elles soient de temps en temps appelées différemment, sont les mêmes pour la majorité des modèles. On trouve par exemple souvent les catégories qui portent sur le style du texte, l'originalité, la réalité et l'émotion.

Pour nous, les trois premiers aspects sont clairs et incontestables pour l'analyse d'un grand nombre de critiques littéraires. Nous trouvons pourtant que le dernier point présenté ne sera pas pertinent pour nous, parce que notre cas ne comprend que des critiques de la même époque (la période 2016-2018). C'est pour cela que nous ne prévoyons pas de problème avec des conceptions littéraires divergentes.

Finalement, Linders et Op de Beek relient toutes ces points en commun des recensions, dans un nouveau modèle d'analyse. Ce modèle consiste de trois colonnes, voir *Figure 5*, en néerlandais, à la page suivante, intitulées à l'ordre chronologique : *aspect*, *caractéristique* et *cadre*. Pour codifier un jugement de valeur d'un critique, il faut faire une

⁶⁷ LINDERS, OP DE BEEK, « Evaluatiedomeinen in de Nederlandse literatuurkritiek », p. 248.

⁶⁸ LINDERS, op. cit., p. 32.

combinaison entre les colonnes. Nous allons présenter brièvement le contenu de chaque colonne.

<i>Aspect</i>	<i>Eigenschap</i>	<i>Kader</i>
A) Stijl (taal/ toon)	1) Efficiëntie	I) Teksten van andere auteurs
B) Structuur	2) Samenhang/ stabiliteit	
C) Setting	3) Grootte/ kracht	II) Lezer
D) Plot	4) Vitaliteit	III) Auteur
E) Dialogen	5) Intellect	
F) Personages	6) Humor	
G) Thema (idee)	7) Helderheid	
H) Symboliek	8) Realiteit	
I) Uiterlijk	9) Identificatie	
J) Titel	10) Emotionaliteit	
K) Auteur (incl. intentie)	11) Didactisch vermogen	
L) Overig (geheel)	12) Religieus gehalte	
	13) Politiek gehalte	
	14) Moraliteit overig	
	15) Originaliteit	
	16) Overig	

Figure 1 Analyse...

Figure 5 : Modèle d'analyse de Linders et Op de Beek (2004)

Dans première colonne il s'agit des *aspects* présentés dans la recension littéraire. Ce sont des aspects trouvés par Linders et Op de Beek qui sont fréquemment abordés dans les comptes rendus, comme par exemple le style de l'œuvre, la structure, les dialogues etc.

Dans deuxième colonne il s'agit des *caractéristiques* d'un certain *aspect*, autrement dit : elle montre comment un *aspect* est caractérisé. Ce sont des caractéristiques comme par exemple l'efficacité de l'œuvre, l'originalité, la qualité politique etc.

Dans la troisième colonne il s'agit du *cadre*. On utilise cette dernière colonne pour placer le jugement du critique dans un certain cadre : il ne donne pas un jugement absolu mais un plutôt un jugement relatif. Le critique peut donc référer aux textes écrits d'un autre auteur, au lecteur ou à l'auteur de l'œuvre.

Pour illustrer comment ce modèle d'analyse fonctionne, nous allons donner quelques exemples. Si un critique dit dans une recension : « Le passage sur le petit chien est très drôle », il parle de l'intrigue de l'histoire (donc le passage sur le petit chien) et le fait que cette intrigue soit écrite d'une manière humoristique (parce que ce passage est très drôle). Si nous prenons le modèle d'analyse, nous cherchons donc l'*aspect* qui porte sur l'*intrigue* et la *caractéristique* qui porte sur l'*humour*. On voit que devant ces points il y a des lettres majuscules ou des chiffres : *D) Intrigue* et *6) Humour*. Nous pouvons donc attribuer le code *D6* à cette citation présentée. Un autre exemple est le suivant : si un critique dit dans une recension : « En général le lecteur trouve que les personnages dans l'œuvre de cet auteur sont

faciles à s'identifier avec », il parle de l'*aspect* des *personnages* dans l'œuvre, de la *caractéristique* de l'*identification* et il place le jugement du *lecteur* dans un certain *cadre*. Si nous cherchons de nouveau le code qui va avec cette citation, nous pouvons donc y attribuer le code *F9I*.

L'utilisation des codes, et de cette manière la liaison de l'*aspect*, de la *caractéristique* et du *cadre* est une des premières exigences de Linders et Op de Beek, c'est-à-dire la maniabilité. Dans le modèle d'analyse il est également possible de lier différents *aspects* et *caractéristiques* dans le même code, pour créer des codes comme *AEI* etc. Ce procédé permet la création d'un nombre de codes presque infini, qui était également une de ses exigences : des catégories complètes⁶⁹. Pour leur recherche il était sans doute important d'avoir la possibilité de combiner plusieurs caractéristiques ce qui est la deuxième exigence : l'exhaustivité du modèle.

Pourtant, il y a un problème avec le modèle d'analyse de Linders et op de Beek si nous voulons l'utiliser pour nos recherches. Puisqu'avec leur modèle, elles voulaient analyser le changement des jugements de valeur dans les recensions littéraires, mais elles concernent notamment les œuvres littéraires. Dans notre cas, nous voulons analyser les articles journalistiques et les recensions littéraires (donc non pas seulement les critiques littéraires) et comment-ils reflètent l'image de l'auteur Slimani par rapport à des qualités littéraires, des caractéristiques personnelles et des qualités hétérogènes. L'accent de nos recherches est donc mis sur l'auteur en relation avec son œuvre. Le modèle de Linders et Op de Beek ne suffira pas complètement, parce qu'elles ont mis l'accent sur l'œuvre littéraire en général. C'est pour cela que nous sommes inspirées par la structure de leur modèle d'analyse en étant la base du nôtre, mais nous allons l'adapter pour montrer la position de l'auteur dans le champ littéraire.

Adaptation du modèle d'analyse : Meizoz et Maingueneau

Pour répondre à notre problématique, c'est-à-dire analyser la réception de l'auteur Slimani (aussi par rapport à son œuvre), nous avons donc besoin d'un modèle d'analyse pour codifier les recensions et les articles journalistiques pour mettre en valeur les caractéristiques qui y sont abordées. Revenons donc à la deuxième sous-question : de quel type d'auteur, c'est-à-dire *la personne*, *l'écrivain* ou *l'inscripteur*, est-ce qu'on parle dans les médias ? Dans le premier chapitre nous avons déjà présenté la théorie de Meizoz et Maingueneau en ce qui concerne la fonction d'auteur. Autrement dit : « la personne (l'être civil), l'écrivain (la

⁶⁹ *Ibid*, p. 248.

fonction-auteur dans le champ littéraire) et l'inscripteur (l'énonciateur textuel)⁷⁰ ». Nous avons déjà remarqué que ces instances-là pourront présenter la position de l'auteur et ses conduites dans le champ littéraire. Ces instances peuvent donc nous aider à trouver une réponse à notre question centrale.

C'est pour cela que nous avons choisi de lier le modèle de Linders et Op de Beek avec la théorie de Meizoz/Maingueau et également la théorie de Bourdieu en ce qui concerne les différents capitaux, pour la création de notre modèle d'analyse, qui est présentée dans *Figure 5*. En détail, nous allons présenter notre modèle.

Aspect			
A. La personne			
B. L'écrivaine			
C. L'inscripteur			
D. Statut de l'œuvre			

Caractéristique	B. L'écrivaine	C. L'inscripteur	D. Statut de l'œuvre
1. Sexe	1. Francophonie	1. Style	1. Prix littéraires
2. Âge	2. Engagement	2. Thématique et intrigue	2. Ventes
3. Origine	3. Fonction politique	3. Langue	
4. Formation			
5. Travail			
6. Enfants			
7. Apparence			

Qualité (seulement pour C. L'inscripteur)
a. Originalité
b. Réalité
c. Politique (morale/idéologie/engagement)
d. Émotion
e. Efficacité

Figure 5 : Modèle d'analyse de Ruyschaert pour la position de l'auteur dans les recensions et articles journalistiques

Comme le modèle d'analyse de Linders et Op de Beek, le nôtre est composé de trois colonnes, mais les nôtres sont horizontales au lieu de verticales. Nous avons choisi d'également reprendre quelques termes utilisés par Linders et Op de Beek, à savoir les *aspects* et *caractéristiques*. La dernière colonne est dédiée à la *qualité*, nous y reviendrons après l'explication des deux premières.

⁷⁰ MEIZOZ, op. cit., p. 2.

En ce qui concerne les *aspects*, pour nos recherches nous sommes notamment intéressées à analyser de quelle manière l'écrivaine Slimani est présentée dans les médias français. C'est pour cela que nous avons pris la théorie de Maingueneau concernant la position de l'auteur, comme point de départ de notre modèle. De plus, toutes ces positions sont liées à un ou plusieurs capitaux. Dans une recension ou un article journalistique, on peut parler de Slimani par rapport aux quatre différents aspects, à savoir ; *la personne*, *l'écrivaine*, *l'inscripteur* ou le *statut de l'œuvre*. Nous avons déjà à plusieurs reprises abordé les trois premiers aspects, mais nous avons créé le dernier aspect nous-mêmes. Cependant nous avons lié tous les aspects à un capital. L'aspect de *la personne* est lié au capital culturel et au capital social. L'aspect de *l'écrivaine* est lié au capital social, capital politique et au capital journalistique. L'aspect de *l'inscripteur* est lié au capital symbolique. En ce qui concerne le dernier aspect, dans notre modèle le statut de l'œuvre symbolise deux capitaux différents qui sont liés à l'œuvre de Slimani. Ce sont le capital économique et le capital journalistique. Autrement dit, le *statut de l'œuvre* est un aspect qui ne présente rien en particulier sur l'être civil, la fonction-auteur ou l'énonciateur textuel de Slimani, mais il concerne plutôt les faits liés à l'œuvre en relation avec les moyens économiques.

Tout comme dans le modèle d'analyse de Linders et Op de Beek, nous avons aussi une colonne dédiée aux *caractéristiques*. La plus grande différence entre notre modèle et celui de Linders et Op de Beek, c'est que les caractéristiques sont dépendantes de l'aspect. C'est-à-dire que les différents aspects vont avec leur caractéristique particulière. Nous avons identifié ces caractéristiques à l'aide de quelques articles journalistiques et recensions que nous avons lus et par rapport à eux nous avons constaté que ces caractéristiques étaient les plus présentes dans notre corpus.

Dans le cas de *la personne* Slimani, ce sont par exemples des caractéristiques en ce qui concerne l'être civil, à savoir ; son *sexe*, son *âge*, son *origine*, sa *formation*, son (ancien) *travail*, ses *enfants* et finalement son *apparence*.

En ce qui concerne *l'écrivaine* Slimani, donc sa fonction-auteur dans la vie publique, ce sont des caractéristiques qui portent sur : ce qu'elle représente pour la *francophonie*, son *engagement* notamment pour les droits des femmes dans la société (marocaine) contemporaine, et finalement sa *fonction politique*, étant la représentante personnelle de la Francophonie pour Président Macron.

Les caractéristiques liées au troisième aspect, c'est-à-dire l'aspect de *l'inscripteur* qui porte sur l'énonciateur textuel de Slimani, donc ce qu'elle écrit dans son œuvre, sont les suivantes ; son *style* d'écriture, la *thématique* et l'*intrigue* de l'œuvre et dernièrement l'usage

de la *langue* (littéraire).

Le dernier aspect est celui du *statut de l'œuvre*. Nous avons déjà expliqué que cet aspect porte sur les faits liés à l'œuvre notamment en relation avec les différents capitaux. Il n'y a que deux caractéristiques. La première est celle qui concerne les *prix littéraires*, donc l'œuvre en relation avec le capital journalistique, le capital symbolique et le capital économique. La deuxième est celle qui porte sur les *ventes* de ses livres, donc l'œuvre en relation avec le capital économique et le capital journalistique.

La dernière colonne porte sur les *qualités*. Dans le modèle de Linders et Op de Beek en ce qui concerne le *cadre*, dans notre modèle cette dernière colonne n'est pas toujours applicable à une recension ou article journalistique. En fait, nous avons seulement besoin de cette dernière colonne pour spécifier les *caractéristiques* qui vont avec l'*aspect* concernant *l'inscripteur*. Autrement dit, pour illustrer la nature d'une caractéristique qui a trait à *l'inscripteur*, nous avons besoin des qualités qui sont spécifiques pour la mise en valeur d'où bien le *style*, la *thématique/l'intrigue* ou la *langue*. Ce sont des qualités suivantes ; l'*originalité*, la *réalité*, la qualité *politique* (donc en ce qui concerne la morale, l'idéologie ou l'engagement représenté par une caractéristique), l'*émotion*, et finalement l'*efficacité*. Nous avons choisis ces qualités-là parce qu'elles sont, selon Linders et Op de Beek, les plus présentes dans une recension littéraire. Il est remarquable que quelques-unes des qualités sont liées plutôt au lecteur et quelques autres plutôt à l'auteur, par exemple la qualité de *l'émotion* représente le sentiment du lecteur par rapport à une *caractéristique* et la qualité de *l'efficacité* représente la maîtrise de l'auteur en ce qui concerne une *caractéristique*. Nous allons donner différents exemples pour illustrer comment notre modèle d'analyse fonctionne.

Par exemple prenons une citation comme : « La jeune écrivaine franco-marocaine a été attribuée le Prix Goncourt en 2016 ». Dans cette citation on reconnaît plusieurs *aspects* et *caractéristiques*. En ce qui concerne le premier aspect, *la personne*, on peut y attribuer les caractéristiques suivantes : « jeune » « écrivaine » et « franco-marocaine ». En ce qui concerne la première il s'agit de l'*âge* de Slimani. Pour la deuxième il s'agit de son *sexe*, parce que le mot « écrivaine » est dans la forme féminine. Nous avons choisi de ne pas y attribuer la caractéristique de son *travail*, parce qu'il est plutôt évident qu'elle est un auteur. Nous attribuons seulement cette *caractéristique* si on parle de son ancien emploi. En ce qui concerne la dernière caractéristique (« franco-marocaine »), il est évident qu'on parle de son *origine*. Tout comme dans le modèle d'analyse de Linders et Op de Beek, nous avons aussi codifié ces données. Cela indique que l'*aspect* concernant *la personne* est codifié avec un *A* et les caractéristiques sont respectivement *2*, pour son *âge*, *1*, pour son *sexe*, et *3*, pour son

origine. Autrement dit, les deux premiers codes sont A2, A1 et A3. Dans cette citation il y a un troisième *aspect*, celui qui porte sur le *statut de l'œuvre*, à savoir le fait qu'on a attribué le Prix Goncourt à Slimani. Cette donnée représente donc la *caractéristique* qui porte sur les *prix littéraires*. Si nous mettons cette donnée en code cela donne : D1.

Prenons une autre citation plus longue : « L'écrivaine Leïla Slimani, mère de deux enfants, écrit avec une précision miraculeuse la vie des femmes marocaines et par cela elle entre dans la discussion de leur place dans la société islamique contemporaine. Il n'est donc pas surprenant que ses livres se vendent bien aussi au Maroc, son pays natal. » Aussi dans cette citation-ci on voit plusieurs *aspects* et *caractéristiques* et même quelques *qualités*. Dans l'ordre chronologique, le premier aspect représenté est celui qui porte sur son *sexe* (A1), un exemple que nous avons déjà expliqué. Ensuite on parle du fait qu'elle a deux enfants, donc la *caractéristique* : *enfants* (A6). La prochaine est un peu plus compliquée : « écrit avec une précision miraculeuse de la vie des femmes marocaines ». Ici on parle de l'aspect de *l'inscripteur*. Mais cela n'est pas tout. En fait dans cette partie de la citation il y a deux autres parties : « écrit avec une précision miraculeuse » et « de la vie des femmes marocaines ». Dans la première partie il s'agit du *style* de l'auteur et plus précisément la maîtrise de Slimani d'écrire quelque chose, donc sur son *efficacité* (C1e). Ensuite on continue à parler de sa position de *l'inscripteur*, mais il s'agit plutôt de la *thématique*/de *l'intrigue* (celle de la vie des femmes marocaines) et la manière dont elle écrit cela, donc de nouveau son *efficacité*. Ensuite on parle de la discussion de la place des femmes dans la société islamique, donc de nouveau on parle de ; l'*aspect* de *l'inscripteur*, la *caractéristique* de la *thématique* et finalement de la *qualité politique* (l'engagement de la femme) ce qui donne le code C2c. Finalement on parle de ses ventes donc du *statut de l'œuvre* : *ventes* (D2) et de *la personne* : *origine* (A3).

Avec ce modèle d'analyse nous répondons à tous les aspects importants pour nous de Linders et Op de Beek pour la création et application d'un modèle d'analyse. Ce sont des catégories maniables pour répondre à notre question de la recherche, ce sont des catégories aussi complètes que possible pour codifier les données de plusieurs recensions et articles journalistiques et finalement il y a une délimitation claire entre les différentes catégories. Également avec ce modèle, nous pouvons répondre à la deuxième sous-question de notre mémoire. Pour répondre à la première sous-question, nous avons cependant besoin de plus d'information en ce qui concerne le nombre de fois que l'on parle de Slimani dans un article. Nous l'avons déjà fait globalement dans l'introduction (voir *Figure 2*), mais dans le chapitre suivant nous allons préciser cela par rapport à notre période analysée. Dans ce même chapitre nous allons présenter notre analyse quantitative de ce mémoire.

Chapitre 3 : Résultats de l'analyse

Dans l'introduction nous avons présenté notre corpus qui est composé selon les exigences suivantes ; l'article doit être présent dans LexisNexis, venant de la période 2016- (avril) 2018, venant d'un journal ou revue français, ayant un minimum de 200 mots et le sujet principal de l'article doit être notamment Leïla Slimani. Par ces exigences, nous avons composé notre corpus de quatre-vingt-dix-neuf recensions et articles journalistiques. Dans le corpus il y a aussi des articles journalistiques que des recensions ; entre ces deux catégories d'articles, il n'y a pas un rapport proportionnel, comme on peut voir dans la *Figure 6*. En fait dans notre corpus il y a soixante-deux articles journalistiques et vingt-sept recensions.

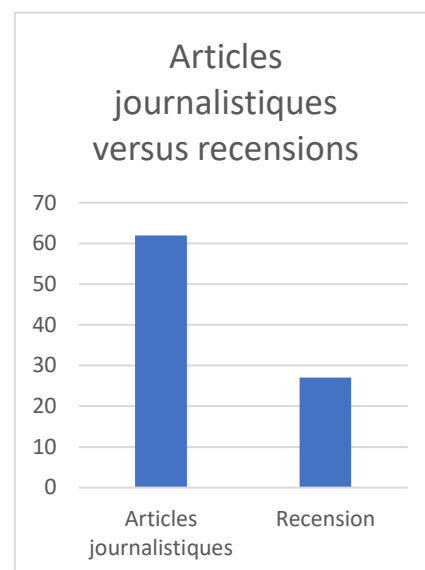


Figure 6 : Composition de notre corpus, les articles journalistiques versus les recensions

Nous avons appliqué notre modèle d'analyse, qui est présenté dans le chapitre précédent, à notre corpus. Nous avons lu tous les articles et indiqué dans une table si un des aspects qui fait partie de notre modèle d'analyse est présent. Autrement dit, nous avons codifié tous les aspects présents dans notre corpus par rapport aux textes écrits dans les recensions et articles journalistiques. Pourtant, si un aspect se trouve plusieurs fois dans le texte, sa valeur dans la table reste encore 1, car nous ne sommes pas intéressées par le nombre de fois où il est écrit que, par exemple, « Slimani a deux enfants » dans le même texte, mais si on parle en général dans l'article de ce fait là. De plus, ainsi nous ne risquons pas de distordre les données si par exemple dans un texte on parle plusieurs fois du fait qu'elle est une mère et dans un autre texte cela n'est nommé qu'une fois. Cela nous permet d'illustrer ce qu'on écrit sur elle dans les médias français en général, et nous ne risquons pas de donner une image incorrecte à cause de valeurs déformées.

Nous commençons notre présentation et analyse des résultats avec le graphique indiquant « l'effet Slimani », c'est-à-dire le nombre de fois chaque mois dans la période 2016-2018 que l'on parle de Slimani dans un article et ce que cela peut indiquer. Ensuite nous présenterons et analyserons les chiffres totaux de chaque *aspect* présenté dans notre modèle d'analyse. Ensuite nous analyserons individuellement les diagrammes de chaque *aspect*, c'est-à-dire les différentes *caractéristiques*, pour finalement commenter et interpréter les résultats de notre analyse en ce qui concerne la réception de Leïla Slimani dans les médias français.

Pourtant, parce que l'*aspect* qui porte sur *l'inscripteur* Slimani est assez large, nous n'allons pas le discuter dans ce chapitre. Dans le prochain chapitre nous allons analyser en détail chaque caractéristique et qualité. Nous avons fait ce choix parce que nous avons supposé que *l'inscripteur* Slimani soit l'instance la moins nommée globalement dans les articles du corpus mais, comme on peut voir dans la *Figure 8*, cela n'est cependant pas le cas. C'est également la raison pour laquelle nous nous posons la dernière sous-question : si l'on parle de *l'inscripteur* Slimani, de quoi s'agit-il exactement ?

L'effet Slimani à travers le temps

Pour répondre à notre première sous-question nous voulons savoir quel intérêt on a donné à Slimani en premier lieu et si cela a changé au fil du temps. Dans la *Figure 2* présentée dans l'introduction nous avons montré qu'après le Goncourt Slimani s'est beaucoup montrée dans les médias. Nous voulons préciser si dans cette période après le Goncourt on lui donne seulement de l'attention au moment du prix littéraire ou si cela se poursuit au fil du temps. En total nous avons attribué 525 fois une valeur à un *aspect, caractéristique* ou, dans le cas de *l'inscripteur* Slimani, une *qualité*. Evidemment ce chiffre ne dit rien en particulier sur la position de Slimani, pourtant ce chiffre pourrait donner une image globale de la présence de Slimani dans les médias français, si nous divisons cette donnée en mois. Avec cela nous pouvons présenter « l'effet Slimani », qu'on peut voir dans la *Figure 7* ci-dessus.

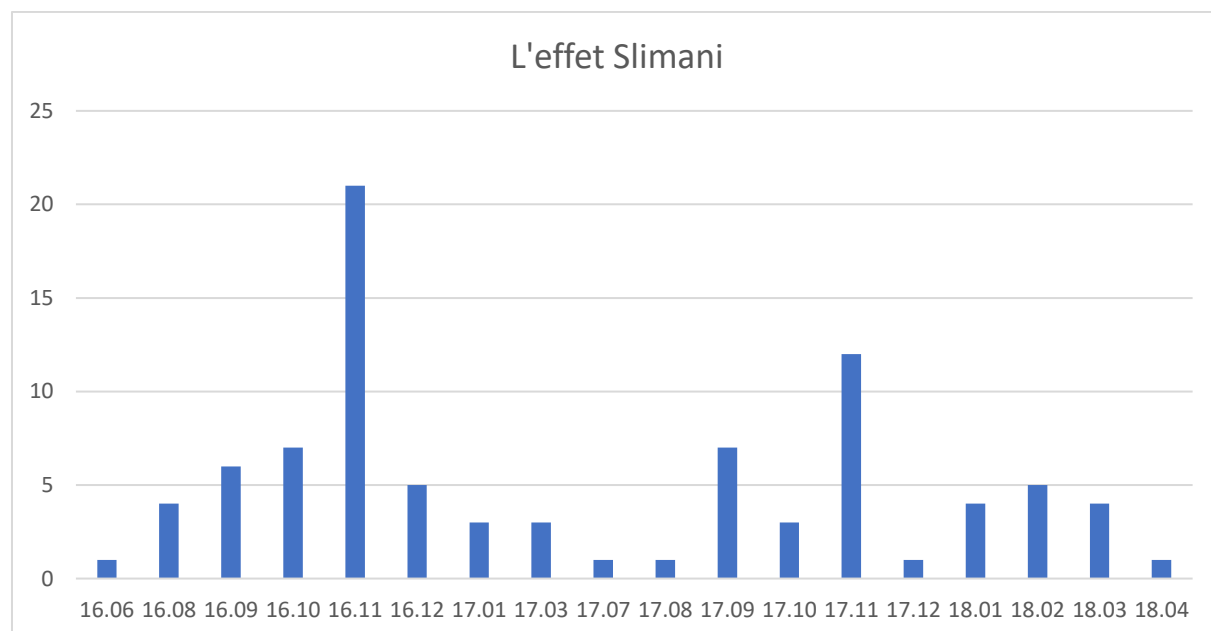


Figure 7 : « L'effet Slimani », le nombre de fois un ou plusieurs des aspects est nommé dans notre corpus de la période 2016-2018

En ce qui concerne les mois de juillet 2016, février, avril, mai, juin et septembre 2017 nous n'avons pas d'articles dans notre corpus. C'est la raison pour laquelle ces mois ne sont pas indiqués dans ce graphique. Dans ce graphique nous voyons clairement un pic au mois de novembre 2016, ce qui n'est pas étonnant car en novembre 2016 on lui a attribué le Prix Goncourt pour son roman *Chanson douce*. Dans le premier chapitre nous avons déjà montré que ce prix est toujours très fortement attendu en automne. De plus, en reprenant Squires : « literary prizes acquire remarkable visibility in the media [...] »⁷¹. Nous voyons aussi clairement un intérêt progressif à Slimani les mois avant la distribution du Goncourt, parce qu'à ce temps les nominés pour le ce prix littéraire sont déjà devinés ou connus. De plus il n'est pas étonnant qu'avant août 2016 Slimani n'est pas très présente dans les médias, parce que la publication de son roman *Chanson douce* a eu lieu le 16 août de cette année.

En ce qui concerne cette période du Goncourt, ce qui est pourtant étonnant c'est qu'avant ce prix littéraire il n'y a pas beaucoup de recensions parues dans les journaux et revues qui portent sur l'œuvre de Slimani ou en particulier le roman *Chanson douce*. En fait, nous avons constaté qu'un grand nombre de recensions de ce roman, sont aussi des annonces du fait qu'elle a remporté le Goncourt pour *Chanson douce*. Bien que le roman ne soit paru que quelques mois avant le Goncourt, donc on n'avait pas beaucoup de temps de le critiquer, cela est pourtant étrange. Il y a par exemple cet article paru dans *Le Monde* le 5 novembre 2016, justement une semaine avant la distribution de ce prix :

Le lendemain, le Goncourt et le Renaudot tentaient aussi une sorte de " rafraîchissement ", sinon esthétique, du moins statistique. Exit le cliché du mâle blanc âgé de 45 ans, que dessinent les données récoltées depuis dix ans sur l'ensemble des prix : Leïla Slimani, 35 ans, journaliste franco-marocaine passée par la khâgne et Sciences Po, remarquée en 2015 pour *Dans le jardin de l'ogre* (Gallimard), a remporté le Goncourt avec *Chanson douce* (Gallimard) [...]

Le roman de Slimani, très bien accueilli par la critique et le public, met en scène les angoisses d'un couple petit-bourgeois et d'une nounou face à laquelle ils expérimentent les difficultés de la domination. La " bonne " (elle en a tous les attributs) finit par assassiner les enfants du couple, au terme d'une dégradation de son amour-propre, dont le roman cherche la cause dans sa position subalterne. On peut penser aux *Bonnes* (1947), de Jean Genet ou à *La Cérémonie* (1995), de Claude Chabrol, mais dont l'impact politique serait amoindri par une analyse psychologique de la meurtrière⁷².

Nous reviendrons encore sur ce qu'on dit exactement de Slimani dans ce chapitre. Pourtant ce qui est intéressant c'est donc qu'on n'avait pas beaucoup parlé de Slimani avant le Goncourt.

⁷¹ SQUIRES, op. cit., p. 38.

⁷² LORET, SÉRY, « Les prix littéraires donnent voix aux sans-voix », *Le Monde*.

Dans l'article cité on parle du fait que son roman *Dans le jardin de l'ogre* a été remarqué, mais si nous comparaisons ce fait avec le graphique, présenté dans l'introduction, qui porte sur le nombre de fois Slimani est nommé dans un article en général, il nous semble pourtant le contraire, car dans ce graphique on peut voir qu'en 2014 (l'année de la publication de *Dans le jardin de l'ogre*) on n'avait pas beaucoup nommé Slimani dans un article, notamment si nous comparaisons cette donnée avec l'année 2016.

Revenons sur le graphique de la *Figure 7*. De la période justement après le Goncourt à septembre-novembre 2017, Slimani n'est pas tellement présente dans les médias. Il y a même quelques mois qui ne sont pas du tout présents dans le graphique. En septembre 2017 nous voyons de nouveau un pic : le moment où elle a publié le livre *Sexe et mensonges : la vie sexuelle au Maroc* et l'album de bandes dessinées *Paroles d'honneur*, qu'elle a publié en collaboration avec l'artiste Laetitia Coryn. Dans la presse on a également noté la publication de ces recueils, voilà le petit pic dans le graphique. Ce qui est pourtant intéressant à remarquer, c'est la nature des articles de cette période. Dans les mois après la publication de ces deux recueils, il n'y a pas beaucoup de recensions là-dessus. En fait, plus que la moitié des articles sont en fait des articles journalistiques qui portent la publication et la raison pour laquelle Slimani a choisi de les publier. Par exemple cet article paru dans *La Voix du Nord*, paru le 10 septembre 2017 :

Pourquoi parle-t-on d'elle ? Elle publie cette semaine son nouvel ouvrage « Sexe et mensonges - La vie sexuelle au Maroc », un livre de témoignages de femmes qui montre notamment que la sexualité libre est encore un combat pour les Marocaines. La sortie du livre a provoqué la réaction sur Facebook de Houria Bouteldja, porte-parole du parti antiraciste d'extrême gauche Les Indigènes de la République.

[...]

Que penser d'elle ? Qu'elle a du courage. Il est toujours compliqué et risqué d'aborder les problèmes des femmes d'un pays musulman. On est vite accusé de servir la soupe aux « blancs » et de faire le jeu de l'islamophobie. Comme si la guerre contre le racisme impliquait de mettre des œillères à ceux qui la mènent et devait imposer le silence à tous les autres. On peut aussi penser qu'elle manquait d'idée pour un nouveau roman. Des victimes, du sexe et le spectre de l'islam en toile de fond, voilà qui n'allait pas manquer d'intéresser un éditeur en 2017⁷³.

Ce qui est intéressant dans cet article journalistique, c'est qu'on n'aborde donc pas vraiment le contenu du livre, c'est-à-dire les qualités littéraires comme par exemple le style etc., mais plutôt on parle de l'auteur Slimani et le fait qu'elle se manifeste pour l'engagement de la femme dans la société musulmane.

⁷³ FREY, « Leïla Slimani arme sa plume », *La Voix du Nord*.

Cela pourrait être expliqué par le déplacement inconscient du capital symbolique au capital journalistique et économique dans la presse. Nous avons dans le premier chapitre constaté qu'un prix littéraire attribue du prestige, autrement dit du capital symbolique, à une œuvre littéraire et à l'auteur. Le prestige va ensemble avec le capital journalistique et par cela aussi le capital économique, parce que parler des auteurs renommés est un bon moyen d'augmenter les ventes d'un journal dans lequel cet auteur est nommé. De plus, si on parle d'un auteur dans la presse cela augmente aussi surtout les ventes de l'œuvre de cet écrivain. Nous reviendrons encore sur les différents capitaux dans l'analyse en détail du corpus.

Au mois de novembre 2017 nous voyons un autre pic. Cette fois-ci il ne s'agit pas de la publication d'un livre de Slimani, mais il s'agit du fait que Slimani a été nommée « représentante personnelle » de Président Macron pour la Francophonie. Le moment où le Président avait choisi de la nommer sa représentante personnelle est pourtant remarquable : le chef de l'État a choisi le jour de l'attribution du Prix Goncourt 2017 pour cette annonce. Nous voyons ici un déplacement du capital symbolique au capital politique, parce qu'avec ce date le Président souligne encore le prestige de Slimani dans le champ littéraire. Ici nous pouvons même parler de l'intraconversion, c'est-à-dire le fait de convertir un capital en un autre. Le capital social et symbolique de Slimani a été converti par le Président en un capital politique et social. Nous avons vu ce même convertissement chez Brigitte Macron, qui a rédigé ensemble avec Slimani la dictée d'ELA. Nous voyons ce même processus d'intraconversion dans la presse, mais chez elle cela est un processus plus inconscient que dans ce cas-ci. En outre cela souligne l'importance du champ littéraire dans le champ politique en France.

Un dernier pic dans le graphique que nous allons aborder brièvement est celle en février 2018. Ici, tout comme le dernier cas, il ne s'agit pas d'une publication d'un livre de la main de Slimani, mais il s'agit du mouvement #MeToo. Pour ce mouvement Slimani s'est fortement manifestée, une chose qui est aussi (modérément) remarquée par les médias français.

Nous pouvons donc conclure qu'en général on parlait le plus de Slimani dans les médias au moment où on lui a attribué le Prix Goncourt. Pendant cette période on parle souvent aussi de son œuvre. Après cette période on parle encore d'elle, mais moins fréquemment et aussi il paraît que les médias s'intéressent plus à ce qu'elle dit et à sa fonction politique qu'à son œuvre littéraire. Cela peut être une indication de la commercialisation des médias, qui correspond à une croissance de l'intérêt pour la vie de l'auteur, ce que nous avons aussi constaté dans le premier chapitre : « Il ne s'agit plus notamment d'histoire dans l'œuvre

racontée par l'auteur, mais plutôt de l'histoire personnelle de l'écrivain lui-même et ce qu'il dit dans les médias⁷⁴. »

Les aspects représentés

Dans notre modèle d'analyse nous avons divisé l'auteur Slimani en trois instances, selon la théorie de Meizoz et Maingueneau, et nous avons ajouté l'aspect qui porte sur le statut de l'œuvre en général. Les données de cette division se trouvent dans la Figure 8 ci-dessus.

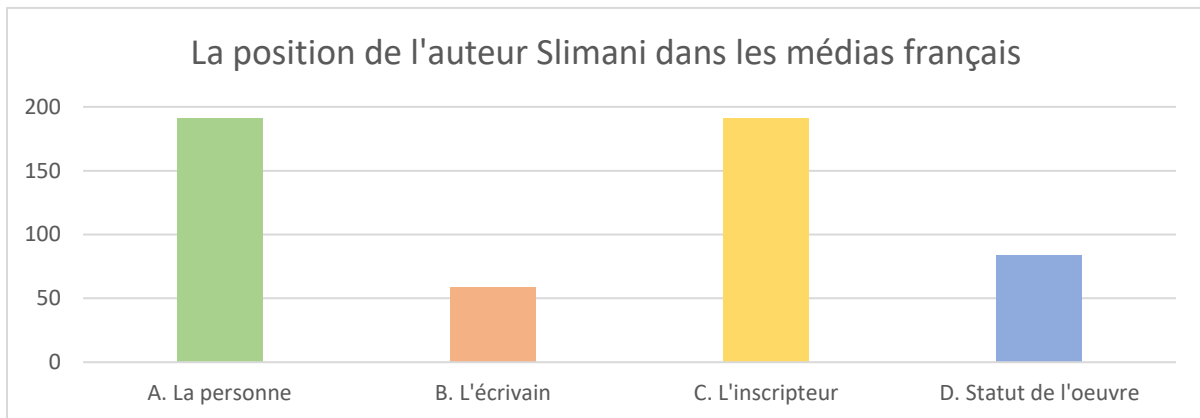


Figure 8 : La position de l'auteur Slimani dans les médias français en ce qui concerne les quatre aspects du modèle d'analyse

En total dans les recensions et articles journalistiques on a parlé de Slimani en tant que *personne* de 191 fois. En ce qui concerne *l'écrivain* 59 fois, *l'inscripteur* a une totalité de 191 fois et finalement le *statut de l'œuvre* est nommé en total 84 fois. Dans les articles il s'agit donc autant de fois de *la personne* que de *L'inscripteur* Slimani. L'aspect qui porte sur *l'écrivain* est le moins nommé.

Avant d'analyser ce que ce graphique indique, il faut que nous fassions quelques remarques qui pourront déformer les données. Par rapport à *la personne*, il n'est pas très remarquable que si les journaux écrivent sur elle, ils la présentent aussi, parce qu'elle est une écrivaine relativement nouvelle dans le champ littéraire (son premier livre a été publié en 2014). Par cela il est possible que pour le grand public elle n'est pas encore très connue. Cependant, si nous lisons les articles publiés après le Goncourt, et par cela il est évident qu'elle a obtenu un statut plus célèbre, nous voyons pourtant qu'on continue à l'introduire dans les articles. Nous reviendrons à cela dans l'analyse des *caractéristiques* de cet aspect-là. Une autre remarque par rapport au *statut de l'œuvre*, c'est par rapport à la limitation de notre corpus. Notre corpus couvre la période 2016-avril 2018 et le Prix Goncourt a été attribué à Slimani en novembre 2016. Dans la Figure 6 nous avons vu un pic en ce qui concerne les

⁷⁴ VAN DIJK, JANSSEN, op. cit., p. 209.

articles publiés qui portent sur Slimani et le fait qu'elle a remporté ce prix littéraire. Il n'est donc pas très surprenant que nous voyons aussi un grand nombre de fois que cela est nommé.

Selon nous ces montants se conforment plus ou moins aux constatations faites dans le premier chapitre. Nous voyons bien un grand intérêt des médias pour l'être civil de Slimani et aussi pour son *statut de l'œuvre*. Notamment ce dernier fait est remarquable, parce que nous avons constaté que dans le champ littéraire on n'aime pas parler de capital économique, ce que représente ce *statut de l'œuvre*. Nous reviendrons sur ce point dans l'analyse des *caractéristiques* de ce dernier *aspect*. Pourtant, bien qu'on donne beaucoup d'attention à *la personne Slimani*, *l'inscripteur* semble être aussi très important. Cette donnée est contradictoire à la constatation d'entre autres Linders et Op de Beek, c'est-à-dire une commercialisation des médias dans laquelle l'écrivain est devenu plus important que son œuvre. À cause du fait que cette donnée est contradictoire à ce que nous avons attendu, nous avons choisi d'analyser cette *caractéristique* en détail dans le chapitre suivant pour répondre à notre dernière sous-question : si l'on parle de *l'inscripteur Slimani*, de quoi s'agit-il exactement ?

Maintenant nous allons présenter et analyser les *caractéristiques* de chaque aspect en détail dans l'ordre de notre modèle. Premièrement nous allons parler de *la personne*, deuxièmement de *l'écrivain*, ensuite de *l'inscripteur* et dernièrement du *statut de l'œuvre*.

Aspect A. *la personne* : les *caractéristiques*

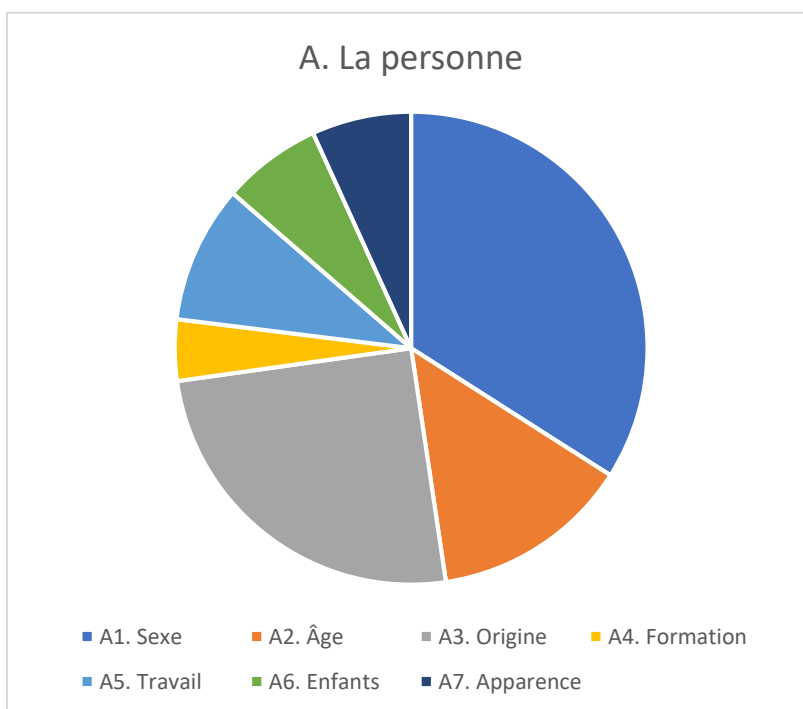


Figure 9 : Résultats de la division en caractéristiques de l'aspect A. la personne

La division en *caractéristiques* de l'aspect A. *la personne*, donne le graphique présenté dans la Figure 9. En ce qui concerne *la personne Slimani*, nous voyons quelques particularités. Nous voyons que dans les recensions et articles journalistiques on parle le plus souvent du fait qu'elle est une femme, ce qui est la caractéristique A1. Selon nous, cette donnée

n'est pas très remarquable pour différentes raisons. Premièrement dans le champ littéraire on ne parle pas très souvent des femmes, un fait remarqué entre autres par Verboord. Il montre qu'aux Etats-Unis seulement un tiers de la totalité d'écrivains critiqués sont des écrivaines, parce que le genre littéraire souvent écrit par les femmes sont souvent des genres littéraires inférieurs, comme par exemple le roman sentimental, un genre littéraire qui vient souvent de la main d'une écrivaine, est considérée moins « littéraire » que par exemple un roman psychologique. Bien que les bornes entre la hiérarchie de ces genres soient en train de diminuer (DiMaggio), une telle distinction entre ces genres reste encore présente dans le champ littéraire. Une autre raison c'est qu'il n'arrive pas très souvent qu'un auteur féminin a remporté un prix aussi prestigieux que le Goncourt, ce que nous avons nous mêmes constaté en regardant à la liste des lauréats du Goncourt. Le fait que c'est un événement si rare se reflète aussi dans le titre d'un article paru dans *L'Est Républicain* : « Le Goncourt et le Renaudot font le choix des femmes. Goncourt et Renaudot au féminin⁷⁵ » Nous pensons que la raison pour laquelle les médias s'intéressent beaucoup au sexe de Slimani, c'est que les écrivaines réussies sont en fait assez rares dans le champ littéraire. Dans les médias on aime parler des événements moins fréquents, ce que les lecteurs du journaux et revues aiment aussi lire. C'est bon pour le capital journalistique et indirectement donc également pour les ventes, ce qui indique également un moyen pour acquérir plus de capital économique. De nouveau nous voyons donc ce même processus d'intraconversion, mais dans ce cas-là c'est fait plus consciemment.

Au deuxième rang des *caractéristiques* nommées dans notre modèle d'analyse en ce qui concerne *la personne* Slimani se trouve son origine franco-marocaine, ce qui est représenté par la caractéristique A3. Ducas a remarqué que pour un écrivain francophone il est difficile de se manifester dans le champ littéraire français. Pour réussir dans le champ on voit souvent qu'un écrivain francophone s'a adopté les normes de l'Hexagone et du canon occidental. Dans le cas de Slimani en ce qui concerne le roman *Chanson douce* cela pourrait être le cas, notamment par rapport au décor du roman (le quartier des bobos de Paris) et le fait qu'un personnage principal est une blanche. De présenter une histoire dans un décor plus connu aux lecteurs occidentaux pourrait être une raison pour laquelle Slimani a du succès en France. Cependant, revenons sur l'habitus de Slimani, il est également possible qu'elle n'ait pas vraiment eu la nécessité de s'adopter aux normes de France, parce qu'elle a été élevée dans une famille où l'on privilège le français, elle a fait ses études dans une prestigieuse

⁷⁵ Auteur inconnu, « Le Goncourt et le Renaudot font le choix des femmes Goncourt et Renaudot au féminin », *L'Est Républicain*.

grande école à Paris et elle a travaillé en France comme journaliste. Elle était donc déjà intégrée à la tradition française bien qu'elle ait gardé les liens avec son pays natal. En outre, Ducas a également noté qu'il n'y a pas beaucoup d'auteurs francophones qui ont remporté le Goncourt. Ici nous reviendrons donc à la situation déjà remarquée par nous : les médias aiment écrire sur les auteurs singuliers. Nous pensons qu'une écrivaine qui ne répond pas à la norme d'une lauréate du Goncourt, pourrait aussi symboliser une « esthétique du Divers », un concept identifié par Segalen s'il parle de l'exotisme. Autrement dit : on aime de parler de tout ce qui est différent et qu'on peut apprécier à part de soi-même, ce qui est aussi un moyen de vendre, c'est-à-dire on apprécie une chose ou une personne exotique par sa nature étrangère.

Au dernier rang se trouve la caractéristique qui porte sur *l'âge* de Slimani. Dans les médias il est souvent noté qu'elle est une jeune écrivaine. Comme le cas des auteurs féminins et francophones, on ne voit pas souvent des jeunes auteurs. En fait, nous avons même trouvé qu'en général dans les articles on montre ces trois caractéristiques dans la même phrase, par exemple cet article-ci paru dans le journal *Aujourd'hui en France* : Leïla, 35 ans, romancière franco-marocaine originaire de Rabat, a été hier la 12^e femme à décrocher le plus convoité des prix littéraires dont c'était la 113^e édition⁷⁶. »

Une dernière donnée remarquable, c'est que dans le graphique nous voyons également qu'on parle assez souvent de son apparence physique : elle est une belle femme, ce qui est attrayant et intéressant pour tant les journalistes que les lecteurs. Par exemple dans cet article paru dans *Le Figaro* :

Comme d'habitude, elle était souriante, lumineuse sous les feux des caméras et des micros. Comme l'a écrit notre ami Patrick Grainville, en saluant son dernier roman, *Chanson douce* (Le Figaro littéraire du 6 octobre) : « Quand la romancière apparaît à la télévision, il y a de l'envoûtement sous les spots. » Il ne faudrait pas se tromper pour autant. Leïla Slimani, 35 ans, n'est pas qu'une belle plante [...]⁷⁷.

Selon nous, cet intérêt pour l'apparence de Slimani (en fait dans les médias ils s'intéressent plus à son apparence qu'à sa formation), pourrait être expliqué par la croissance de l'intérêt pour l'auteur-même et ses qualités hétérogènes, c'est-à-dire tous les choses qui vont avec l'apparence de quelqu'un comme par exemple aussi son âge.

⁷⁶ VAVASSEUR, « Le grand public va adorer ces prix Le conte de fée de Leïla Slimani », *Aujourd'hui en France*.

⁷⁷ CORTY, « L'irrésistible ascension de Leïla Slimani », *Le Figaro*.

Aspect B. l'écrivain : les caractéristiques

La division en *caractéristiques* de l'aspect B. l'écrivain, donne le graphique présenté dans la Figure 10. En général on écrit surtout sur elle que c'est une femme « engagée », notamment pour les droits des femmes au Maroc. Par exemple dans cet article paru dans *Le Figaro* :

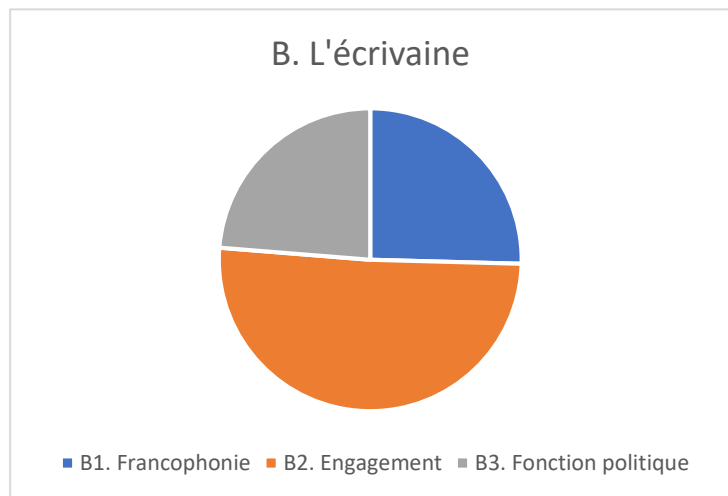


Figure 10 : Résultats de la division en caractéristiques de l'aspect B. l'écrivaine

Féministe jusque dans ses œuvres, l'auteure engagée lutte pour les droits sexuels des femmes avec son dernier essai, *Sexe et mensonges : la vie sexuelle au Maroc*. Elle expliquait récemment dans un entretien à *Madame Figaro* : au Maroc, "les femmes grandissent dans la honte, sentiment douloureux dont il est très difficile de se défaire. Ce n'est pas pour rien que j'écris sur des personnages qui ont honte"⁷⁸.

On donne donc pas mal d'attention au fait que Slimani s'engage vraiment pour les femmes. Cependant si nous comparaisons ce fait là avec les autres aspects, il est pourtant remarquable que ce que Slimani essaye de faire, c'est-à-dire manifester son opinion dans les médias français, en réalité n'est pas tellement visible. Cela pourrait être expliqué par la lutte interne dans le champ littéraire. Slimani elle-même s'intéresse par son capital politique, donc son engagement et sa fonction politique en ce qui concerne la francophonie, mais les journaux s'intéressent plus à son capital journalistique. C'est pour cela qu'on préfère de parler des choses qui se vendent bien, comme des qualités hétérogènes. De l'autre côté, Slimani cherche un médium dans lequel elle peut défendre son opinion, donc elle accepte une position minoritaire dans les articles par rapport à ce qu'elle dit puisqu'elle a quand même un podium, c'est-à-dire une place dans un journal ou revue, pour s'exprimer. Cela est possiblement lié au fait qu'elle est une écrivaine francophone. Dans son étude sur les auteurs francophones, Ducas dit qu'un tel auteur s'affirme souvent comme « porte-parole de sa communauté⁷⁹ ».

Autrement dit, il est possible que Slimani se sent obligée d'être la porte-parole des femmes qui ne peuvent pas s'engager dans la société marocaine où elles vivent.

⁷⁸ PILORGET, « Leïla Slimani, plume engagée de la francophonie », *Le Figaro*.

⁷⁹ DUCAS, op. cit., p. 350.

Dans le graphique nous voyons également qu'on parle presque aussi souvent de sa *fonction politique* que de son rapport avec la *francophonie*, ce qui n'est pas très remarquable parce que les deux vont très souvent ensemble. Ici c'est un croisement du capital symbolique, du capital social et du capital politique. Elle utilise son réseau, acquis entre autres par son capital symbolique, pour se présenter dans le champ politique. Pour Slimani, cette fonction politique est un nouveau moyen pour se manifester en ce qui concerne la francophonie mais certainement aussi pour les droits des femmes, ce que les médias également ont noté, par exemple cet article paru dans *L'Express* :

Elle représentera une politique francophone ouverte, en action, centrée sur des projets concrets liés aux priorités du président de la République telles que l'éducation, la culture, l'égalité femmes-hommes, l'insertion professionnelle et la mobilité des jeunes, la lutte contre le dérèglement climatique et le développement du numérique", détaille aussi le communiqué⁸⁰.

Aspect C. *L'inscripteur* : les caractéristiques

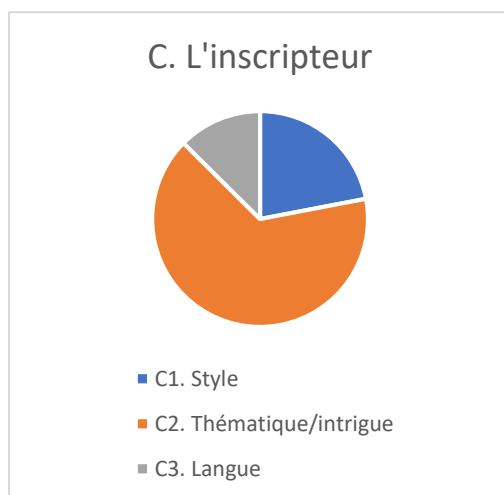


Figure 11 : Résultats de la division en caractéristiques de l'aspect C. L'inscripteur.

Le graphique de la division en *caractéristiques* de l'aspect qui porte sur *l'inscripteur* est présenté dans la *Figure 11*. Dans le graphique nous voyons que dans les recensions il s'agit notamment de la *thématique* et *l'intrigue* de l'œuvre de Slimani. On parle le moins de la langue, bien que le style des œuvres ne soit pas souvent abordé non plus. Nous trouvons que cela semble pourtant étrange parce que, dans le cas du roman *Chanson douce*, ce livre est publié par une maison d'édition qui est connue pour une qualité excellente en ce qui concerne les œuvres

littéraires. Dans ce cas-là nous nous attendons des médias qu'ils discutent de cela également.

Si on pense des aspects proprement littéraires, on pense souvent au style ou à la langue. Cependant nous voyons dans le graphique que dans les recensions on parle le plus souvent du déroulement de l'histoire d'un roman, et non pas de son caractère littéraire, c'est-à-dire un style ou une langue par exemple très soignée. C'est donc un point de vue de la presse qui n'est pas très littéraire. Cette constatation correspond aussi à la celle de Linders et Op de Beek. À savoir que la qualité littéraire d'une recension est en train de diminuer⁸¹. À présent les recensions et articles journalistiques sont très présents dans les médias et à cause

⁸⁰ AFP, « L'écrivaine Leïla Slimani nommée représentante de Macron pour la Francophonie », *L'Express*.

⁸¹ LINDERS, op. cit., p. 241.

d'élargissement des médias le grand public peut accéder plus facilement aux différentes recensions. C'est pour cela que la nature des recensions a changé : elles sont devenues plus générales, c'est-à-dire plus facile à lire pour un grand public. On voit qu'en ce qui concerne la critique, elle est devenue plus axée donc sur une description générale de l'intrigue de l'œuvre.

Aspect D. statut de l'œuvre : les caractéristiques

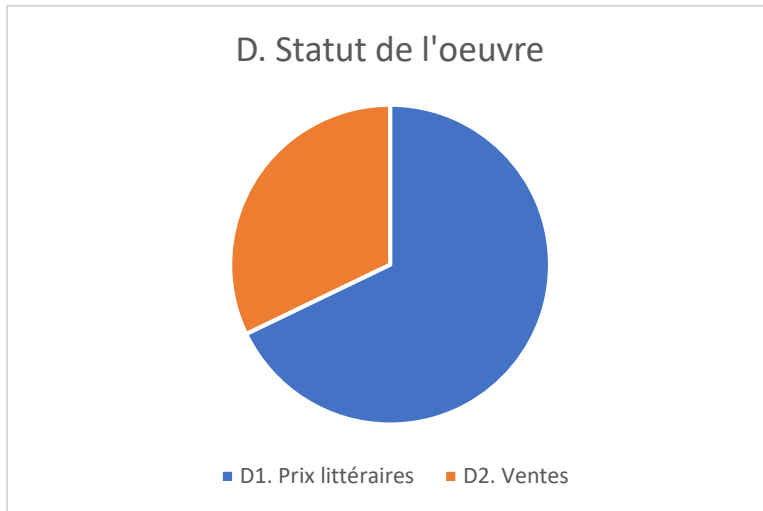


Figure 12 : Résultats de la division en caractéristiques de l'aspect D. statut de l'œuvre

Dans la *Figure 12* on trouve le dernier *aspect* duquel nous allons analyser ses *caractéristiques*. Nous avons déjà abordé la possibilité de déformation de ce graphique-ci, à cause du Prix Goncourt qui a été décerné à Slimani en 2016. Cependant ce qui est intéressant, c'est la présence de la notion du Goncourt dans les

articles après la période de ce prix littéraire. En fait nous avons constaté que dans la majorité des articles journalistiques et les recensions qui portent sur ses nouveaux livres, donc après *Chanson douce*, on continue à indiquer qu'elle a remporté ce prix prestigieux. Par exemple dans cet article publié par *Agence France Presse* en 2018, l'article le plus récent dans notre corpus : « Le livre qui lui a valu le prix Goncourt, traduit en 38 langues, est en partie inspiré du meurtre de Lucia et Leo Krim en 2012 à New York par leur nounou Yoselyn Ortega, un crime qui a horrifié l'Amérique et au-delà, et dont le procès touche à sa fin⁸². » Cette constatation nous dit deux choses. Premièrement elle souligne le statut important du Goncourt, ce qui est en fait le capital symbolique de ce prix littéraire. En plus cela montre que Slimani est une écrivaine renommée, donc de nouveau qu'elle est en possession du capital symbolique. Cela montre que dans les articles journalistiques on s'intéresse pour le prestige d'un prix littéraire ou un auteur renommé. Nous pensons que la raison pour laquelle les journaux et les revues s'intéressent au capital symbolique de leurs sujets, c'est la corrélation de ce dernier avec le capital journalistique et par cela aussi le capital économique. Dans un champ il y a des intérêts différents, mais il y a pourtant un besoin mutuel d'acquisition des

⁸² AFP, « Leila Slimani : "les Américains ont un rapport plus moral à la littérature" », *Agence France Presse*.

capitiaux. Autrement dit, en parlant d'une personne qui a obtenu du prestige, un journal ou revue peut augmenter sa position dans le champ littéraire en acquérant aussi du capital symbolique. Par cela il obtient une position plus dominante, ce qui augmente possiblement sa valeur commerciale et par cela aussi son capital économique.

Ce qui est pourtant étrange, c'est que dans les articles journalistiques on parle également souvent des *ventes* de l'œuvre de Slimani. Dans le champ littéraire les écrivains et les maisons d'édition ne parlent pas forcément de leur capital économique, mais il paraît que pour un journal ou revue cela n'est pas nécessairement le cas. En fait nous avons trouvé même quelques articles qui portent seulement sur les ventes des livres, par exemple cet article paru dans *Les Echos*, dans lequel on parle de la relation des prix littéraires et les ventes :

Ces prix représentent aussi une véritable manne. Certes, le Goncourt n'est doté que d'un modeste chèque de 10 euros. Mais sitôt enlacé d'un bandeau rouge, ce Graal littéraire enflamme les ventes... Couronné en 2016, « Une Chanson douce » de Leïla Slimani a réalisé un carton avec 499.000 exemplaires. Alors qu'entre 2012 et 2016, le Goncourt s'était soldé par des ventes avoisinant 398.000 exemplaires... contre 443.100 ventes au Goncourt des Lycéens, la plus importante des récompenses en termes de vente.

Quant aux autres prix littéraires, ils continuent d'être l'assurance de ventes confortables. Qu'il s'agisse du prix de l'Académie française (avec 246.700 exemplaires vendus en moyenne), du Femina (83.000), de l'Interallié (65.500) ou encore du Médicis (41.200)⁸³.

Le fait que dans les médias on parle de ces choses-là montre qu'ils sont intéressés aussi par le capital économique.

Conclusion provisoire : résultats de l'analyse

Dans le premier chapitre nous avons constaté que l'habitus d'un écrivain influence aussi son statut dans le champ littéraire. Dans le cas de Slimani, c'est-à-dire le fait qu'elle est une femme et une étrangère, cela pourrait impliquer qu'il est difficile pour elle de trouver une place dominante dans le champ littéraire. Nous trouvons pourtant que cela n'est pas le cas. En fait dans le troisième chapitre nous avons constaté que son habitus même souligne son statut dominant, parce qu'il n'arrive pas très souvent qu'un auteur francophone est consacré dans le champ littéraire français.

Revenons sur la deuxième sous-question. Nous voulions savoir de quelle instance on parle dans la presse s'il s'agit de l'auteur Slimani. Nous avons montré qu'en fait on parle très souvent de *la personne* Slimani. Il s'agit notamment de son habitus, mais également par rapport à cela on parle plus de son origine que de sa formation. On parle également souvent

⁸³ RICHEBOIS, Véronique, « Le Goncourt et le Renaudot, une manne pour les maisons d'édition », *Les Echos*.

de ses qualités hétérogènes : son sexe, son apparence et ses enfants. Pourtant, puisque la majorité de notre corpus est composé d'articles journalistiques, il n'est pas très remarquable qu'on présente Slimani en tant que personne pour introduire cette écrivaine. Ce qui pourtant étonnant, c'est que l'on nomme que rarement *l'écrivain* Slimani et tout ce qu'elle essaye de faire dans le champ politique, c'est-à-dire son engagement en ce qui concerne la position de la femme (marocaine) et la position de la francophonie dans le monde. Nous voyons également que dans les articles journalistiques et les recensions littéraires on parle aussi souvent du *statut de l'œuvre*, c'est-à-dire le capital journalistique, économique et symbolique de Slimani. Notamment ce dernier nous semble étonnant parce que dans le champ littéraire c'est un peu tabou de parler des revenus économiques. De l'autre côté, dans le premier chapitre nous avons montré qu'à cause de la commercialisation du champ, parler de l'argent est devenu moins tabou, ce qu'on voit donc dans les articles. En outre, en remarquant le fait qu'elle a remporté le Prix Goncourt en 2016, les médias soulignent le prestige de l'écrivaine.

Nous pouvons donc conclure provisoirement qu'il y a plusieurs éléments qui sont importants dans les médias, tous ces éléments représentent des différents capitaux. Dans les médias ils s'intéressent aux nouveautés, aux choses qui sont rares et intéressantes, comme par exemple un auteur qui ne correspond pas à la norme d'un auteur célèbre et renommé, autrement dit le capital social et culturel d'un auteur

Dernièrement dans les médias ils aiment parler du capital économique, une chose qu'on ne voit pas souvent dans le champ littéraire. En général tout cela est lié au capital symbolique de l'auteur, du prix littéraire et par cela aussi au journal ou revue.

Cependant, ce que nous n'avons pas attendu de voir dans les graphiques, c'est qu'on s'intéresse quand même par *l'inscripteur* Slimani. C'est pour cela que dans le chapitre suivant nous allons analyser cette donnée plus en détail.

Chapitre 4 : L'inscripteur, les caractéristiques et les qualités

Dans le dernier chapitre nous avons analysé les données résultant de notre analyse par rapport à trois aspects : *la personne*, *l'écrivain* et le *statut de l'œuvre*. Nous avons remarqué qu'en ce qui concerne Leïla Slimani, les médias tentent à s'intéresser plus aux qualités hétérogènes, donc son apparence, sa nationalité, son sexe etc. et ils s'intéressent un peu moins par *l'écrivain*, donc ce qu'elle dit dans la vie publique. Autrement dit, dans les journaux et revues on parle le plus souvent de son capital culturel au lieu de son capital politique.

Pourtant nous avons constaté l'attention donnée à *la personne* présente dans le graphique la même quantité que l'attention donnée à *l'inscripteur*. Dans ce chapitre nous allons analyser en détail cette dernière position, en répondant à notre troisième sous-question, en regardant plus en détail desquels *qualités* on parle en ce qui concerne son œuvre littéraire. Nous sommes intéressées à savoir comment les médias présentent Slimani en tant qu'auteur littéraire.

Les graphiques qui portent sur *l'inscripteur* sont un peu compliqués, à cause de la division en trois *caractéristiques* et ensuite le fait que chaque caractéristique est encore divisée en cinq *qualités*. Dans le dernier chapitre nous avons déjà présenté et analysé les caractéristiques de *l'inscripteur* Slimani. Dans ce chapitre nous allons présenter chaque *caractéristique* en tant que telle en ce qui concerne les *qualités* nommées dans les recensions. À la fin de ce chapitre nous allons analyser ce que cela représente en tant qu'image globale de Slimani donnée par la presse. Nous allons dernièrement présenter quelques constatations intéressantes par rapport à ce qui est écrit dans les articles.

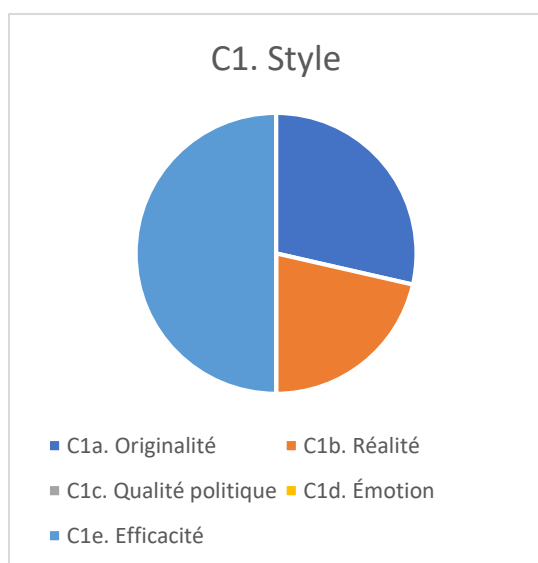


Figure 13 : Résultats de la division en qualités de l'aspect C. l'inscripteur en ce qui concerne la caractéristique 1. style

Les caractéristiques en relation avec les qualités

Dans notre modèle d'analyse nous avons divisé les *caractéristiques* qui portent sur l'inscripteur en cinq *qualités*. Nous commençons par présenter et analyser la première caractéristique concernant le style. Dans le graphique, qui est présenté dans la *Figure 13*, nous voyons que dans les articles il s'agit pour la moitié de l'efficacité de Slimani, autrement dit la manière dont elle utilise son style pour atteindre à son but. En ce qui concerne le roman *Chanson douce*, on parle par exemple

souvent de son style qui se caractérise par « [...] une précision chirurgicale, perforante comme un scalpel [...] »⁸⁴. Dans cette citation nous voyons que le style de Slimani est caractérisé par une maîtrise « chirurgicale », ce qui correspond bien à l'intrigue de l'histoire.

Nous avons noté qu'en ce qui concerne son style, dans les articles on ne parle pas de sa qualité politique ou de l'émotion. Cependant, nous trouvons qu'il sera probablement difficile de d'attribuer une qualité politique etc. à un style d'écriture.

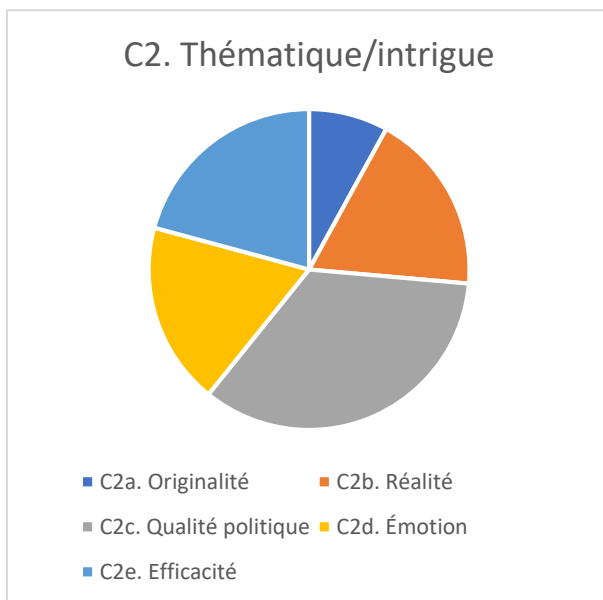


Figure 14 : Résultats de la division en qualités de l'aspect C. L'inscripteur en ce qui concerne la caractéristique 2. thématique/intrigue

Le graphique qui porte sur la *thématique* et l'*intrigue* de l'inscripteur Slimani est présenté dans la *Figure 14*. Nous voyons également qu'elles sont toutes approximativement autant de fois nommées dans les recensions. La qualité la plus nommée est celle qui porte sur la qualité politique de l'œuvre, c'est-à-dire tout ce qui concerne la morale, l'idéologie ou l'engagement de l'histoire du roman. Par exemple dans la recension des livres *Sexe et mensonges* et *Paroles d'honneur*, parue dans *Le Républicain* : « Au nom surtout d'un

ordre moral fondé sur la violence et la domination, niant aux femmes toute liberté et toute jouissance, et confinant les hommes dans une misère sexuelle et affective bien utile⁸⁵. » Selon nous, cela correspond à la posture de Slimani, c'est-à-dire ce qu'elle veut représenter dans la vie publique en ce qui concerne sa position *d'écrivain*. Il y a donc dans ce cas-là une cohérence entre la posture et l'image de l'auteur. Elle s'engage pour les droits des femmes aussi bien dans la vie publique que dans son œuvre littéraire. Cela est aussi remarqué par les critiques. On parle également souvent de l'originalité de son intrigue, par exemple dans cet article paru dans *Le Figaro* : « Pour les autres jurés, de Françoise Chandernagor à Paule Constant, en passant par Tahar Ben Jelloun ou Philippe Claudel, c'est aussi l'originalité de son sujet (une nounou qui tue les deux enfants dont elle a la garde) [...] »⁸⁶.

La dernière caractéristique analysée est celle de la langue, qui est présentée dans la *Figure 15* à la page suivante. Tout comme dans les autres caractéristiques, la qualité qui porte

⁸⁴ HUTIN, « Servitude infernale », *La Montage*.

⁸⁵ RENAUD, « Prisonnières de l'ordre moral », *Le Républicain*.

⁸⁶ AÏSSAOUI, « Prix Goncourt : bonjour jeunesse », *Le Figaro*.

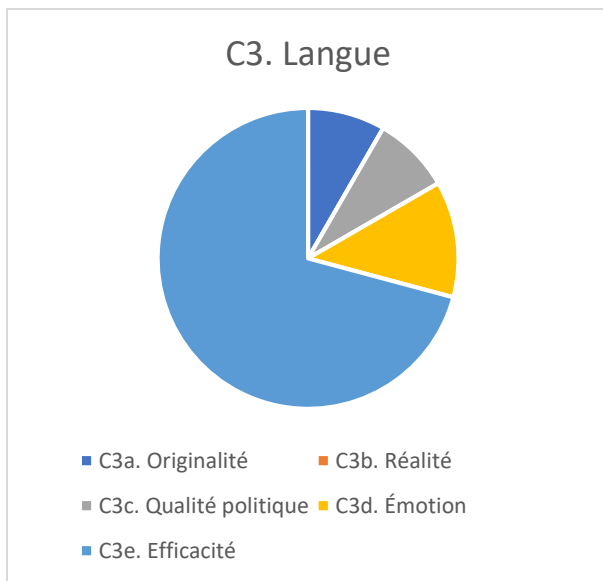


Figure 15 : Résultats de la division en qualités de l'aspect C. L'inscripteur en ce qui concerne la caractéristique 3. langue

dit : « La première phrase, qui sonne comme un scandale, donne le ton : « Le bébé est mort. »⁸⁸ ».

sur l'*efficacité* de Slimani est bien représentée, par exemple dans la recension parue dans *Aujourd'hui en France* : « [...] « Chanson douce » avec son titre pervers est la plus construite des apocalypses⁸⁷ ». D'un côté cela montre que l'intrigue, selon les critiques, est bien construite, mais de l'autre côté c'est la langue, par exemple le choix de mots ironique du titre, qui donne ce ton au roman. On parle aussi souvent dans les recensions de la qualité de l'émotion dans son œuvre, par exemple dans *Le Monde* on

Conclusion provisoire : résultats de l'analyse et orchestration

Revenons sur la troisième sous-question : si l'on parle de *l'inscripteur* Slimani, de quoi s'agit-il exactement ? Il était déjà clair que les aspects proprement littéraires, c'est-à-dire le style et la langue, sont moins présents dans les recensions littéraires que l'intrigue de l'œuvre de Slimani. Si nous analysons en détail le contenu des aspects, nous voyons que même à l'intérieur, on se focalise souvent sur l'auteur en tant que tel, par exemple sa maîtrise du style ou la qualité politique de l'intrigue. Il y a donc une appréciation pour *l'inscripteur* Slimani, mais on y accorde de temps en temps des qualités qui ont trait à *l'écrivain* Slimani. Ce qui est étonnant c'est donc que bien qu'ils parlent de son œuvre, on essaye de parler de aussi de l'auteur-même. Nous supposons que la raison pour laquelle on fait cela, c'est qu'à cause de la commercialisation des médias, on s'intéresse plus par l'auteur en tant qu'*écrivain* ou *personne* au lieu de ce qu'il dit dans son œuvre (*l'inscripteur*).

En fait il paraît que dans le cas de Slimani, on est en général d'accord qu'elle est une bonne écrivaine, c'est-à-dire qu'il y a un consensus dans les articles que Slimani a une position dominante dans le champ littéraire. C'est pour cela que les recensions, notamment celles qui portent sur des auteurs connus, qui possèdent un grand capital symbolique, garantissent un avis relativement pareil à tous. Dans notre corpus nous avons constaté que

⁸⁷ Auteur inconnu, « L'apocalypse selon Slimani », *Aujourd'hui en France*.

⁸⁸ DUPAYS, « « Chanson douce » : le jour où la nounou a tué les enfants », *Le Monde*.

cela est également le cas pour Leïla Slimani. Il y a par exemple souvent une répétition d'images : « la nounou était presque parfaite », pour présenter l'histoire de *Chanson douce*. Par exemple le titre de l'article de *Presse Océan* intitulé « Une nounou presque parfaite⁸⁹ » (14.10.16) et un autre article des *Echos* : « La nounou était presque parfaite⁹⁰ » (31.10.16) se ressemblent beaucoup. La manière de présenter Slimani se ressemble également beaucoup dans les articles :

Leïla, 35 ans, romancière franco-marocaine originaire de Rabat, a été hier la 12e femme à décrocher le plus convoité des prix littéraires dont c'était la 113e édition⁹¹.

La jeune romancière franco-marocaine Leïla Slimani a décroché hier le plus convoité des prix littéraires en obtenant dès le premier tour de scrutin et en moins de dix minutes de délibérations le prix Goncourt pour son roman *Chanson douce*⁹².

Leïla Slimani, 35 ans, n'est pas qu'une belle plante. Cette fille d'un banquier marocain et d'un médecin franco-algérienne [...] ⁹³.

Nous avons présenté que trois exemples, mais en général nous avons constaté que plus de la majorité des articles présentent Slimani de la même manière : elle est un auteur féminin, elle est jeune et elle est aussi francophone. Ce sont des images logiques de cette écrivaine, mais nous trouvons qu'elles sont devenues plutôt des clichés de la représentation de la jeune, belle francophone Leïla Slimani.

Van Rees explique ce phénomène par le fait que les critiques et les journalistes ne veulent pas perdre du capital symbolique. Évidemment, elle est, à l'aide du Goncourt, devenue une écrivaine réputée, mais nous pensons que les journalistes ne s'occupent pas très consciemment de leur prestige s'ils parlent de Slimani. C'est plutôt un processus inconscient. Il paraît que, parce qu'on a attribué le Goncourt à Slimani (capital symbolique), on ne questionne pas ses qualités littéraires, mais on n'en parle pas explicitement non plus parce qu'on se focalise plus sur l'intrigue de son œuvre.

⁸⁹ BRÉHAUT, « Une nounou presque parfaite », *Presse Océan*.

⁹⁰ GANDILLOT, « La nounou était presque parfaite », *Les Echos*.

⁹¹ VAVASSEUR, « Le grand public va adorer ces prix Le conte de fée de Leïla Slimani », *Aujourd'hui en France*.

⁹² Auteur inconnu, « Deux prix, deux romans noirs, deux femmes consacrées », *Charente Libre*.

⁹³ CORTY, « L'irrésistible ascension de Leïla Slimani », *Le Figaro*.

Conclusion

Dans cette conclusion nous allons évaluer brièvement ce que nous avons fait dans ce mémoire : la question centrale, les sous-questions, l'hypothèse et les résultats, c'est-à-dire que nous allons répondre à nos sous-questions et constater si nos hypothèses sont validées. Ensuite nous allons discuter de manière critique notre position par rapport à la recherche que nous avons faite. À la fin nous allons recommander d'autres possibilités pour des recherches futures.

Conclusion

La question centrale, comme formulée dans l'introduction de ce mémoire, était la suivante : *comment Leïla Slimani a-t-elle été reçue par la presse française ?* Pour répondre à cette question, nous avons premièrement exposé le cadre théorique. Nous sommes concentrées sur les théories qui portent sur le champ littéraire, les capitaux, les prix littéraires, les maisons d'édition, les recensions, l'orchestration dans les critiques, la posture et l'image et dernièrement le genre dans la littérature et l'exotisme. Ce cadre théorique est la base pour notre analyse qualitative.

Nous avons lié le cadre théorique à la méthode de la recherche de Linders et Op de Beek, pour la création d'un nouveau modèle d'analyse. Le but de cette méthode c'était de répondre à nos sous-questions suivantes, qui sont présentées pour la première fois dans l'introduction :

1. Quel intérêt lui a-t-on donné en premier lieu, et cela a-t-il changé au fil du temps ?
2. De quel type d'auteur, c'est-à-dire *la personne, l'écrivain ou l'inscripteur*, est-ce qu'on parle dans les médias ?
3. Si l'on parle de *l'inscripteur* Slimani, de quoi s'agit-il exactement ?

Ces sous-questions, desquelles deux sont basées sur nos résultats du cadre théorique et les données de notre modèle d'analyse, nous permettons de répondre à la question centrale.

Avec notre modèle nous avons analysé le corpus composé de quatre-vingt-dix-neuf articles journalistiques et recensions littéraires. Dans ce mémoire nous avons fait une analyse quantitative des articles journalistiques et les recensions littéraires et ensuite à l'aide de ces données nous allons faire une analyse qualitative. Nous avons présenté une évolution dans le temps dans l'intérêt donné à Slimani dans la presse. Cette évolution vient de l'effet Goncourt : d'un coup Slimani est devenue une écrivaine réputée en France.

À la fin du premier chapitre nous avons formulé trois hypothèses par rapport à la représentation de Slimani dans la presse française :

1. Il y a un intérêt pour le « produit Slimani », c'est-à-dire son capital culturel, son capital social et son capital journalistique. Le capital culturel de Slimani, donc son habitus, est exotisé par les médias, parce qu'elle représente une « esthétique du Divers », également à cause du fait qu'elle est une femme.
2. Inconsciemment, dans les médias il y a une conversion de capital : les capitaux de Slimani sont convertis en capital économique.
3. Pour éviter le risque de perdre du capital symbolique, et par cela aussi des autres capitaux, ce qu'on dit dans les articles journalistiques et les recensions littéraires est orchestré.

En premier lieu, c'est-à-dire avant le Prix Goncourt, Slimani n'était pas encore très présente dans le champ littéraire français. Dans la *Figure 2* nous avons constaté qu'après le Goncourt cela a changé beaucoup. Cependant, nous voyons dans la *Figure 7* que juste après ce prix littéraire, elle est encore visible dans les médias, mais ce pourcentage est considérablement moindre que dans le mois de novembre 2016. Il y a des pics au moment où elle est devenue la représentante personnelle du Président Macron et quand elle a publié deux autres œuvres.

En ce qui concerne la nature des articles journalistiques et les recensions littéraires, on parle très souvent de *la personne* Slimani. Nous avons constaté que dans les articles et les recensions on parle très souvent de l'origine de Slimani et du fait qu'elle est une femme. Dans quelques articles on parle aussi de son apparence, c'est-à-dire le fait qu'elle est une jeune belle femme avec « [u]n œil noir intense et des cheveux à la « fusilli » »⁹⁴. Selon la théorie de Bourdieu, son origine et ses qualités hétérogènes font partie du capital culturel (habitus) de Slimani. Elle représente ce qui vient de l'étranger, ce qui est une belle image totale. Elle a tout : des enfants, une belle apparence, elle est jeune et en plus elle a du succès dans le champ littéraire. Verboord a constaté que dans le champ littéraire en général on ne trouve pas beaucoup de femmes et nous avons nous-mêmes constaté qu'il n'y a pas beaucoup de femmes réussies dans le champ littéraire français, c'est-à-dire des femmes qui ont remporté un prix littéraire aussi prestigieux que le Prix Goncourt. Dernièrement Ducas a constaté que pour les auteurs francophones il n'y a qu'une place marginale dans le palmarès des prix littéraires en général. Toutes ces choses montrent que Slimani a une position singulière dans le champ littéraire en France. Cependant le fait qu'elle est une écrivaine francophone réussie présente

⁹⁴ JAIGU, « Charles Jaigu : « Slimani, meilleur espoir féminin » », *Le Figaro*.

qu'elle est une rare plante dans ce champ. Dans les médias on a également remarqué cette position unique de Slimani. En fait nous supposons que c'est la raison pour laquelle on choisit de la présenter encore et encore comme cette « jeune écrivaine franco-marocaine », justement parce que c'est une donnée intéressante. Autrement dit, le capital culturel et social de Slimani se convertit également en beaucoup de capital journalistique.

Dans les données de notre modèle d'analyse nous l'avons constaté que la position de *l'écrivain* Slimani est moins forte dans la presse. Bien qu'on parle de temps en temps du fait qu'elle est une femme engagée qui porte une fonction politique importante en ce qui concerne la francophonie, ces faits ne sont pas très présents dans les articles journalistiques écrits sur elle.

En ce qui concerne *l'inscripteur* Slimani, nous voyons que dans la presse on s'intéresse plus à des caractéristiques moins littéraires comme par exemple l'intrigue ou l'histoire de son œuvre qu'à son style ou sa langue. À l'intérieur des caractéristiques, c'est-à-dire les aspects abordés dans la presse, nous voyons de nouveau que même en ce qui concerne l'œuvre littéraire de Slimani, il paraît que les journalistes se focalisent plus sur des qualités qui se ressemblent aussi aux autres instances de l'auteur. Par exemple le fait que si on parle de l'intrigue de son œuvre, on souligne très souvent sa qualité politique. Cette qualité se ressemble beaucoup à l'aspect qui porte sur *l'écrivain* à l'intérieur de *l'inscripteur*. C'est un résultat compliqué, mais selon nous cela montre qu'il y a un plus grand intérêt pour des qualités moins littéraires.

Dernièrement, Squires montre qu'un prix littéraire provoque beaucoup de ventes et de l'attention médiatique. Nous avons constaté cela aussi quand on parle du *statut de l'œuvre* de Slimani. En fait, on parle même plus de ce *statut* que de *l'écrivain*. Nous avons également confirmé les constatations de Ducas par rapport aux ventes. Bien que nous n'ayons pas de données exactes en ce qui concerne Slimani, nous avons trouvé un autre exemple : le nombre d'exemplaires vendus du roman *Trois femmes puissantes* de NDiaye était de 79.000 (voir *Figure 3*). Après le Goncourt en 2009 le total d'exemplaires vendus est 515.000. C'est une croissance d'à peu près 650 pourcents. Nous supposons que la raison pour laquelle dans les médias on aime noter les ventes de Slimani, ce qui est actuellement un peu moins tabou dans le champ littéraire, et le fait que on souligne à nouveau le Goncourt de 2016, c'est que la presse aime présenter un écrivain arrivé à succès. Autrement dit : un écrivain qui a beaucoup de capital symbolique et économique.

Revenons sur nos hypothèses. En ce qui concerne la première nous voyons qu'il y a vraiment un grand intérêt pour *la personne* Slimani. Il est possible qu'à cause de son origine

francophone, qui est souligné encore et encore, elle est exotisée. De l'autre côté, cette image est devenue un cliché.

En ce qui concerne la conversion du capital, nous voyons plusieurs choses. Dans le champ politique, le capital culturel et le capital symbolique de Slimani est converti en capital politique, ce que nous avons vu par rapport au Président Macron. Dans la presse nous voyons aussi une intraconversion des capitaux de Slimani. Les journalistes abordent le capital culturel (l'*habitus*) de Slimani en présentant *la personne*, le capital social (le réseau) et le capital politique en représentant *l'écrivain*, le capital symbolique en représentant *l'inscripteur* et finalement le capital symbolique, le capital journalistique et le capital économique qui sont liés au *statut de l'œuvre*. Le fait que les journalistes nomment tous ces capitaux, montre que ces capitaux ont de la valeur. Les capitaux pourront être convertis par les journalistes en leur propre capital journalistique et en capital économique. Nous supposons pourtant que cela soit de temps en temps un processus inconscient, parce qu'ils veulent simplement écrire sur ce qui plaît leurs lecteurs. Les journalistes sont pourtant conscients de ne pas endommager leur propre capital symbolique, parce que nous avons constaté que par rapport au contenu des articles et recensions, c'est-à-dire ce qui est écrit effectivement, il y a beaucoup de ressemblances : on utilise les mêmes mots et en général on est tous d'accord que Slimani est une bonne écrivaine. Van Rees montre que si un journaliste critique un auteur ou un livre qui est déjà en possession d'un haut capital symbolique, ce même critique risque également encore de perdre du prestige, ce qui peut aussi influencer négativement ses autres capitaux et par cela aussi sa position dans le champ. La même chose peut aussi se passer si un journaliste n'est pas d'accord avec un autre journaliste renommé. C'est la raison pour laquelle nous voyons donc qu'il y a un consensus par rapport à l'évaluation de l'œuvre de Slimani et par cela nous pouvons donc parler de l'orchestration dans les recensions littéraires qui portent sur cette écrivaine.

Cependant nous supposons que l'intraconversion des capitaux n'est pas la plus importante constatation de nos recherches. Nous trouvons que le fait que les journalistes se focalisent plus sur les qualités moins littéraires, donc l'intrigue de l'œuvre et l'auteur en tant que *personne*, montre que la critique en général est devenue plus commerciale.

Discussion et recommandations

Tout d'abord il est important de noter que nos constatations sont basées sur une interprétation limitée, seulement la nôtre. Cette interprétation est donc subjective, car il est possible que quelqu'un d'autre peut y attribuer d'autres *caractéristiques* etc. Cette manière d'analyser ne

correspond pas à ce que Linders et Op de Beek ont voulu faire avec leur modèle d'analyse parce qu'elles ont testé la fiabilité de leur modèle d'analyse⁹⁵, ce que nous n'avons pas fait. De l'autre côté nous supposons que les résultats de ce mémoire restent pourtant globalement les mêmes, parce qu'ils correspondent aux théories et études abordés dans notre premier chapitre.

Deuxièmement nous avons fait le choix de ne pas aborder la position des journaux et revues dans le champ journalistique, car tous les journaux et revues sont aussi en possession d'une position spécifique : l'un est plus prestigieux que l'autre et ils ont tous un autre public. Par cela et le fait que LexisNexis pourrait avoir limité notre corpus, il est possible que notre point de vue sur l'image de Slimani soit basé sur des articles venant d'un secteur spécifique dans les médias français. Par exemple il y a les médias populaires qui ne sont en général pas très littéraires.

Dernièrement nous avons choisi de ne pas aborder les nombreux interviews que Slimani a données. L'analyse des interviews est un axe particulier en ce qui concerne la posture de l'auteur et dans ce mémoire nous avons choisi de faire une recherche à l'image de l'auteur. Cela est pourtant dommage parce qu'il serait intéressant d'analyser la manière dont elle se présente elle-même dans les médias en France, également par rapport à sa position politique. Autrement dit : nous avons pour recommandation de faire une analyse en ce qui concerne sa posture, donc sa vision sur la position de *l'écrivain* dans la vie publique et la relation entre le champ littéraire et le champ du pouvoir.

Nous avons finalement deux autres recommandations pour des recherches futures. Nous avons constaté que dans le cas de Slimani, il y a une intraconversation des capitaux par rapport au champ politique. Notamment le fait qu'une personne venant du champ littéraire a été choisie pour le poste de représentante personnelle de la francophonie du Président est intéressant. Nous supposons qu'en France il y a une relation étroite entre le champ littéraire et le champ politique.

Une dernière recommandation pour des recherches futures c'est de comparer le cas de Slimani aux autres lauréats du Prix Goncourt. Est-ce qu'on voit les mêmes choses ?

En somme, Leïla Slimani est bien visible dans les médias en France, notamment grâce au Prix Goncourt. Elle représente tout ce qui est considéré idéal par la société française : une belle personne intelligente et réputée, qui aime la littérature la langue et le patrimoine français. Il

⁹⁵ LINDERS, op. cit., p. 86.

n'est donc pas surprenant que les médias trouvent que Slimani est la personne par excellence pour exposer ces qualités.

Bibliographie

Sources théoriques

- BERNDSEN, Frank, *Met alle respect, over literatuurkritiek*, Groningen, Uitgeverij Passage, 2000, pp. 131-141.
- BOURDIEU, Pierre, « The Field of Cultural Production, or : The Economic World Reversed », *The Field of Cultural Production*, Cambridge, Polity Press, 1993, premier chapitre.
- VAN DIJK, JANSSEN, « De reuzen voorbij. De metamorfose van de literaire kritiek in de pers sedert 1965 », *Journalistieke cultuur in Nederland*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2002, pp. 208-235.
- DIMAGGIO, « Classification in Art », *American Sociological Review*, Vol. 54 No. 4, 1987, pp. 440-455.
- DJEBAR, Assia, « Regard interdit, son coupé », *Femmes d'Alger dans leur appartement*, Paris, Livre de poche, 1979, pp. 237-263.
- DUCAS, Sylvie, « La place marginale des écrivains francophones dans le palmarès des grands prix d'automne », *Outre-Mers Revue d'histoire*, 2001, pp. 347-388.
- DUCAS, Sylvie, « Prix littéraires en France : consécration ou désacralisation de l'auteur ? », *COntEXTES*, no. 6, 2010.
- VAN EIJCK, Koen, Kees VAN REES, « Media repertoires of selective audiences : the impact of status, gender, and age on media use », *Elsevier*, Volume 31, Issues 5-6, 2003, pp. 465-490.
- ENGLISH, James F., « Winning the Culture Game : Prizes, Awards, and the Rules of Art », *New Literary History*, Volume 33, No. 1, 2002, pp. 109-135.
- ENGLISH, James F., « Introduction : Prizes and the Study of Culture », *The Economy of Prestige, Prizes, Awards, and the Circulisation of Cultural Value*, United States of America, Harvard University Press, 2008, pp. 1-14.
- FORSDICK, Charles, « Revisiting exoticism : from colonialism to postcolonialism », *Francophone postcolonial studies: a critical introduction*, Londres, Arnold, 2003, pp. 46-55.
- GENOVA, Pamela E., « Rewarding the Production of Culture: *Le Prix Goncourt* », *Contemporary French and Francophone Studies*, 18:2, pp. 150-157.
- HEINICH, Nathalie, « Prix littéraires et crises identitaires : l'écrivain à l'épreuve de la gloire », *Revue française de sociologie*, no. 41-3, 2000, pp. 65-84.
- HUGUET, « Capital culturel et inégalités sociales de réussite scolaire : les effets des

- pratiques musicales », *Revue française de pédagogie*, No. 165, 2008, pp. 45-47.
- LINDERS, Yvette, Esther OP DE BEEK, « Evaluatiedomeinen in de Nederlandse literatuurkritiek », *Studies in taalbeheersing*, Assen, Van Gorcum, 2009, pp. 247-254.
 - LINDERS, Yvette, *Met waardering gelezen, een nieuw analyse-instrument en een kwantitatieve analyse van evaluaties in Nederlandse literaire dagbladenkritiek, 1955-2005*, Nijmegen, Radboud Universiteit, 2004.
 - MASSCHELEIN, Anneleen *et al.*, « The Literary Interview : Towards a Poetics of a Hybrid Genre », *Poetics Today*, 35 : 1-2, 2014.
 - MEIZOZ, Jérôme, « Ce que l'on fait dire au silence : posture, *ethos*, image d'auteur », *Argumentation et Analyse du Discours*, no. 3, 2009.
 - MEIZOZ, Jérôme, *La littérature « en personne »*, *Scène médiatique et formes d'incarnation*, Genève, Slatkine Érudition, 2016.
 - MOURA, Jean-Marc, « L'exotisme fin de (XXe)-siècle », *Exotisme et lettres francophones*, Paris, Presses Universitaires de France, 2003, pp. 17-42.
 - VAN REES, Kees, « Consensusvorming in de literatuurkritiek », *De regels van de smaak*, Amsterdam, Jos Nijsten, 1985, pp. 59-85.
 - VAN REES, Kees, Susanne JANSSEN, Marc VERBOORD, *Classificatie in het culturele et literaire veld 1975-2000*, Nijmegen, Van Tilt, pp. 239-283.
 - VERBOORD, Marc, « Media repertoires of selective audiences : the impact of status, gender, and age on media use », *Communications*, no. 36, 2011, pp. 441-462.
 - RASPIENGEAS, Jean-Claude, « L'enfer de la bonne conscience », *La Croix*, le 15 septembre 2016.
 - RODDEN, John, « The Literary Interview as Public Performance », *Society*, Volume 4 Issue 50, 2013, pp. 402-406.
 - SQUIRES, Claire, « A common ground ? Book prize culture in Europe », *The Public*, Vol. 11, 2004, pp. 37-48.
 - SQUIRES, Clare, *Marketing Literature: The Making of Contemporary Writing in Britain*, United Kingdom, Palgrave Macmillan UK, 2009, pp. 54-59.
 - VERBOORD, Marc, « Cultural products go online : Coparing the internet and print media in distributions of gender, genre and commercial succes », *Communications*, no. 36, 2011, pp. 441-462.

Articles

- AFP, « À la veille des César, les actrices lancent un appel aux dons pour les femmes

victimes de violences », <https://www.nouvelobs.com/societe/20180227.OBS2820/a-la-veille-des-cesar-les-actrices-lancent-un-appel-aux-dons-pour-les-femmes-victimes-de-violences.html>, le 27 février 2018.

- AFP, « Deux favorites pour le Goncourt, graal de la littérature francophone », *Agence France Presse*, le 2 novembre 2016.

- AFP, « Francophonie - Leïla Slimani : « Le français, c'est cool » », http://www.lepoint.fr/societe/francophonie-leila-slimani-le-francais-c-est-cool-14-01-2018-2186404_23.php#xtmc=leila-slimani&xtnp=1&xtr=7, le 15 janvier 2018.

- AFP, « Homosexualité: Leïla Slimani appelle les Marocains à se rebeller », https://www.lexpress.fr/actualites/1/styles/homosexualite-leila-slimani-appelle-les-marocains-a-se-rebeller_1847308.html, le 4 novembre 2016.

- AFP, « La "douce" Leïla Slimani, romancière des territoires sombres », http://www.lepoint.fr/societe/la-douce-leila-slimani-romanciere-des-territoires-sombres-03-11-2016-2080439_23.php#xtmc=leila-slimani&xtnp=1&xtr=4, le 3 novembre 2016.

- AFP, « L'écrivain à succès Leïla Slimani, du Goncourt à la francophonie », *Agence France Presse*, le 6 novembre 2017.

- AFP, « L'écrivaine Leïla Slimani nommée représentante de Macron pour la Francophonie », https://www.lexpress.fr/culture/l-ecrivaine-leila-slimani-nommee-representante-de-macron-pour-la-francophonie_1958020.html, le 6 novembre 2017.

- AFP, « Leïla Slimani appelle les Marocains à se rebeller contre la répression de l'homosexualité », http://www.lepoint.fr/societe/leila-slimani-appelle-les-marocains-a-se-rebeller-contre-la-repression-de-l-homosexualite-04-11-2016-2080663_23.php#xtmc=leila-slimani&xtnp=3&xtr=22, le 4 novembre 2016.

- AFP, « Leïla Slimani est l'auteur francophone la plus lue en 2016 », *Le Figaro*, le 31 janvier 2017, publication internet.

- AFP, « Leïla Slimani : « Les Américains ont un rapport plus moral à la littérature » », *Agence France presse*, le 16 avril 2018.

- AFP, « Leïla Slimani, Michel Bussi... 13 auteurs s'associent pour les Restos du Cœur », *Agence France Presse*, le 2 novembre 2017.

- AFP, « Leïla Slimani nommée "représentante personnelle" de Macron pour la francophonie », http://www.lepoint.fr/culture/l-ecrivain-leila-slimani-representante-d-emmanuel-macron-a-la-francophonie-06-11-2017-2170229_3.php#xtmc=leila-slimani&xtnp=1&xtr=5, le 6 novembre 2017.

- AFP, « Leïla Slimani nouvelle représentante pour la francophonie »,

http://www.lepoint.fr/politique/leila-slimani-nouvelle-representante-pour-la-francophonie-06-11-2017-2170156_20.php#xtmc=leila-slimani&xtnp=1&xtr=2, le 6 novembre 2017.

-AFP, « Leila Slimani s'interroge sur la sexualité au Maroc »,

http://www.lepoint.fr/culture/leila-slimani-s-interroge-sur-la-sexualite-au-maroc-04-09-2017-2154486_3.php#xtmc=leila-slimani&xtnp=1&xtr=3, le 4 septembre 2017.

- AFP, « #MaintenantOnAgit : mouvement contre les violences faites aux femmes », *Le Figaro*, le 27 février 2018, publication internet.

- AÏSSAOUI, Mohammed, « ANALYSE; Les prix littéraires font parler, mais aussi vendre », *Le Figaro*, le 3 décembre 2016, p. 19.

- AÏSSAOUI, Mohammed, « Leïla Slimani : un Goncourt qui ira loin », *Le Figaro*, le 4 novembre 2016, publication internet.

- AÏSSAOUI, Mohammed, « Prix Goncourt : bonjour jeunesse », *Le Figaro*, le 4 novembre 2016, publication internet.

- AUDRERIE, Sabine, « Deux femmes lauréates pour le Goncourt et le Renaudot », *La Croix*, le 4 novembre 2016.

- Auteur Inconnu, « Actualité », *La Dépêche du Midi*, le 16 octobre 2016, p. 10.

- Auteur inconnu, « Après son discours de Ouagadougou, Leïla Slimani vole au secours d'Emmanuel Macron », *Le Figaro*, le 1 décembre 2017, publication internet.

- Auteur Inconnu, « Chanson douce de Leïla Slimani, prix Goncourt 2016, connaît un véritable succès en librairie », *La République du Centre*, le 27 novembre 2016.

- Auteur inconnu, « Classement des ventes de livres : Leïla Slimani reprend la main », *Relaxfill*, le 6 janvier 2017.

- Auteur Inconnu, « Deux prix, deux romans noirs, deux femmes consacrées », *Charente Libre*, le 4 novembre 2016.

- Auteur Inconnu, « Goncourt et Renaudot. Les femmes d'abord », *Le Télégramme*, le 4 novembre 2016.

- Auteur Inconnu, « «Il y a quelque chose d'obscur dans le désir du corps» ; La grande interview : Leïla Slimani », *L'Est Républicain*, le 15 octobre 2017, p. 2.

- Auteur Inconnu, « Julie Gayet mobilise contre les violences faites aux femmes », *La Dépêche du Midi*, le 28 février 2018, p. 6.

- Auteur inconnu, « La Francophonie, instrument controversé de soft power », *Challenges*, le 22 février 2018.

- Auteur inconnu, « L'apocalypse selon Slimani », *Le Parisien*, le 25 août 2016, p. 26.

- Auteur Inconnu, « Le français ce n'est pas ringard », *Le Maine Libre*, le 15 janvier 2018.

- Auteur inconnu, « Le Goncourt », *La Dépêche du Midi*, le 4 novembre 2016, p. 6.
- Auteur Inconnu, « Le Goncourt et le Renaudot font le choix des femmes Goncourt et Renaudot au féminin », *L'Est Républicain*, le 4 novembre 2016, p. 32. - Auteur inconnu, « Leïla Slimani s'interroge », *Charente libre*, le 9 septembre 2017.
- Auteur Inconnu, « Littérature », *Midi Libre*, le 4 novembre 2016.
- Auteur Inconnu, « Un été plein d'histoires », *L'Est Républicain*, le 25 juillet 2017, p. 21.
- BACHMANN, « La nounou n'était pas si parfaite », *Le Matin*, le 18 septembre 2016, p. 56.
- BELHACHE, Philippe, « « C'est le silence qui isole les femmes » », *Sud Ouest*, le 3 septembre 2017, p. 8.
- BEN JELOUN, Tahar, « Ben Jelloun - Rentrée littéraire : "Chanson douce", une nounou d'enfer », http://www.lepoint.fr/invites-du-point/tahar-ben-jelloun/ben-jelloun-rentree-litteraire-chanson-douce-une-nounou-d-enfer-18-08-2016-2062161_1921.php#xtmc=leila-slimani&xtnp=2&xtr=12, le 18 août 2016.
- BERTHO, Hervé, « Leïla Slimani décroche le prix Goncourt », *Ouest France*, le 4 novembre 2016.
- BOMMELAER, Claire, « Leïla Slimani : « Ce lieu doit incarner la vivacité de la francophonie » », *Le Figaro*, le 13 janvier 2018.
- BOUCHY, Florence, « La Voie aux chapitres », *Le Monde*, le 19 mars 2017, p. 2.
- BOUDJAHLAT, Fatiha, « Fatiha Boudjahlat : « Leïla Slimani, nouvelle cible de la censure antiraciste » », *Le Figaro*, le 4 septembre 2017, publication internet.
- BOZONNET, Charlotte, « Au Maroc, parler de sexe c'est parler de politique », *Le Monde*, le 6 septembre 2017, p. 23.
- BRÉHAUT, Frédérique, « Une nounou presque parfaite », *Presse Océan*, le 14 octobre 2016.
- BUNISSET, Isabelle, « Nourrice d'exception », *Sud Ouest*, le 9 octobre 2016, p. 11.
- CAVIGLIOLI, David, Grégoire LEMÉNAGER, « 10 choses que vous ne savez pas forcément sur Leïla Slimani », <https://bibliobs.nouvelobs.com/actualites/20171106.OBS6963/10-choses-que-vous-ne-savez-pas-forcement-sur-leila-slimani.html>, le 6 novembre 2017.
- CORNUDET, Cécile, « Le macronisme est mouvement », *Les Echos*, le 7 novembre 2017, p. 2.
- CORTY, Bruno, *Le Figaro*, « L'irrésistible ascension de Leïla Slimani », le 4 novembre 2016, p. 28.
- DAUMAS, Cécile, Anastasia VÉCRIN, Dounia HADNI, « Leïla Slimani : « Il est réducteur

de lier la question de la misère sexuelle seulement à l'islam» », *Libération*, le 1^{er} septembre 2017.

- DAOUD, Kamel, « Entre YouPorn et “You Pray” : Kamel Daoud a lu Leïla Slimani pour nous », <https://bibliobs.nouvelobs.com/idees/20170901.OBS4099/entre-youporn-et-you-pray-kamel-daoud-a-lu-leila-slimani-pour-nous.html>, le 5 septembre 2017.

- DARGENT, Françoise, « Leïla Slimani: «Les auteurs marocains font entendre leur voix à Livre Paris» », *Le Figaro*, le 23 mars 2017.

- DELANGLADE, Sabine, « Leïla Slimani », *Les Echos*, le 24 mars 2017, p. 42.

- DJAMSHIDI, Ava, « Leïla Slimani, discrète ambassadrice de la francophonie », *Aujourd'hui en France*, le 1^{er} février 2018.

- DJAMSHIDI, Ava, « Macron nomme Leïla Slimani à la Francophonie », *Le Parisien*, le 6 novembre 2017, p. 5.

- DJEVARAMANE, Gilles, « Opinion | Francophonie : Leïla Slimani, une représentante personnelle très attendue », *Les Echos*, le 22 novembre 2017.

- DOUCET, David, « Leïla Slimani un combat féministe », *Les Inrockuptibles*, no. 1164, 2018, pp. 9-15.

- DUBOIS, Léa, « La romancière Leïla Slimani réclame le droit « à ne pas être importunée » », *Le Figaro*, le 12 janvier 2018, publication internet.

- DUPAYS, Stéphanie, « « Chanson douce » : le jour où la nounou a tué les enfants », *Le Monde*, le 3 novembre 2016, publication internet.

- DUPAYS, Stéphanie, « Le prix Goncourt est décerné à Leïla Slimani », http://www.lemonde.fr/livres/article/2016/11/03/le-prix-goncourt-est-decerne-a-leila-slimani-pour-chanson-douce-le-renaudot-a-yasmina-reza-pour-babylone_5024851_3260.html#MRuk1Io4LvMH6hwx.99, le 4 novembre 2016.

- F.B., « La nounou d'enfer de L. Slimani », *Le Maine Libre*, le 8 octobre 2016.

- FAURIAUX, Pascale, « Le Goncourt pour Leïla Slimani et le Renaudot pour Yasmina Reza », *La Montagne*, le 4 novembre 2016.

- FREY, Catherine, « Leïla Slimani arme sa plume », *La Voix du Nord*, le 10 septembre 2017.

- GANDILLOT, Thierry, « La nounou était presque parfaite », *Les Echos*, le 31 octobre 2016, p. 9.

- GRAINVILLE, Patrick, « Chanson douce, de Leïla Slimani : conte de la folie ordinaire », *Le Figaro*, le 6 octobre 2016, publication internet.

- HUTIN, Blandine, « Servitude infernale », *La Montagne*, le 28 août 2016.

- JAIGU, Charles, « Charles Jaigu : « Slimani, meilleur espoir féminin » », *Le Figaro*, le 6

septembre 2017, publication internet.

- J.M, L.S., « à Noël, ils offriront la « Chanson douce » du Goncourt », *La Dépêche du Midi*, le 16 décembre 2016, p. 30.
- LATERVEER, Maartje, « Leïla Slimani: 'We hebben een vrouwenrevolutie nodig én een mannenrevolutie' », *De Volkskrant*, le 11 mai 2018.
- LE SCOUARNEC, Jean-Marc, « Leïla Slimani : « Avec le Goncourt, ma petite histoire est devenue universelle » », *La Dépêche du Midi*, le 15 décembre 2016, p. 39.
- LEMÉNAGER, Grégoire, « Leïla Slimani : "Le corps des femmes est un champ de bataille" », <https://bibliobs.nouvelobs.com/tous-feministes/20171102.OBS6853/leila-slimani-le-corps-des-femmes-est-un-champ-de-bataille.html>, le 4 novembre 2017.
- LEMÉNAGER, Grégoire, « Leïla Slimani, prix Goncourt 2016 : la nounou infanticide était presque parfaite », <https://bibliobs.nouvelobs.com/romans/20160927.OBS8872/leila-slimani-prix-goncourt-2016-la-nounou-infanticide-etait-presque-parfaite.html>, le 28 septembre 2016.
- LEMÉNAGER, Grégoire, « Sexe, islam, féminisme... grand entretien avec Leïla Slimani », *NouvelObservateur*, le 31 octobre 2017.
- LEMÉNAGER, Grégoire, Elisabeth PHILIPPE, « 10 choses à savoir sur Eric Vuillard, prix Goncourt 2017 », *Le Nouvel Observateur*, <https://bibliobs.nouvelobs.com/actualites/20171106.OBS7005/10-choses-a-savoir-sur-eric-vuillard-prix-goncourt-2017.html>, le 6 novembre 2017.
- LENARTOWICZ, Estelle, « Chanson douce pour un thriller psychologique glaçant », https://www.lexpress.fr/culture/livre/chanson-douce-pour-un-thriller-psychologique-glacant_1834575.html, le 27 septembre 2016.
- LORET, Éric, Macha SÉRY, « Les prix littéraires donnent voix aux sans-voix », *Le Monde*, le 5 novembre 2016, p. 14.
- MALAURE, Julie, « Quand les ados du Goncourt des lycéens mènent l'interview avec Leïla Slimani », http://www.lepoint.fr/livres/quand-les-ados-du-goncourt-des-lyceens-menent-l-interview-avec-leila-slimani-26-10-2016-2078753_37.php#xtmc=leila-slimani&xtnp=1&xtr=8, le 26 octobre 2016.
- MONY, Olivier, « Des prix trop attendus », *Sud Ouest*, le 4 novembre 2016, p. 45.
- NAULIN, Michaël, « « On n'existe pas sans ses lecteurs » », *Sud Ouest*, le 22 juillet 2017.
- NÉGRIGNAT, Axelle, « Le doux succès de Leïla Slimani », *Bien Dire*, no. 117, 2018, pp. 6-7.
- PAYOT, Marianne, « Leïla Slimani: une nounou d'enfer », https://www.lexpress.fr/culture/livre/leila-slimani-une-nounou-d-enfer_1826188.html, le 4

septembre 2016.

- PAYOT, Marianne, « Leïla Slimani, un Goncourt rayonnant »,

https://www.lexpress.fr/culture/livre/leila-slimani-un-goncourt-rayonnant_1848563.html, le 9 novembre 2016.

- PERAS, Delphine, « Maroc: le Rabat de la romancière Leïla Slimani »,

https://www.lexpress.fr/tendances/voyage/maroc-le-rabat-de-la-romanciere-leila-slimani_1892298.html, le 23 mars 2017.

- PERAS, Delphine, « Meilleures ventes de livres: les Goncourt caracolent au sommet »,

https://www.lexpress.fr/culture/livre/meilleures-ventes-de-livres-les-goncourt-caracolent-au-sommet_1860600.html, le 17 décembre 2016.

- PILORGET, Chloé, « Leïla Slimani, plume engagée de la francophonie », *Le Figaro*, le 27 mars 2018.

- PITARD, Florence, « Leïla Slimani s'interroge sur la sexualité au Maroc », *Ouest-France*, le 21 octobre 2017.

- PLISKIN, Fabrice, « Leïla Slimani, Ryan Gosling, Gal Gadot... Les 17 qui feront 2017 »,

<https://www.nouvelobs.com/culture/20170105.OBS3427/leila-slimani-ryan-gosling-gal-gadot-les-17-qui-feront-2017.html>, le 8 janvier 2017.

- POUSSIELGUE, Grégoire, « Macron défend une francophonie plurielle », *Les Echos*, le 20 mars 2018.

- PUJAS, Sophie, « Leïla Slimani remporte le prix Goncourt pour "Chanson douce" »,

http://www.lepoint.fr/livres/litterature-attention-a-la-nounou-11-10-2016-2075174_37.php#xtmc=leila-slimani&xtnp=1&xtr=1, le 3 novembre 2016.

- PUJAS, Sophie, « Leïla Slimani : "Le Maghreb vit dans la culture de l'hypocrisie et du mensonge" »,

http://afrique.lepoint.fr/culture/leila-slimani-le-maghreb-vit-dans-la-culture-de-l-hypocrisie-et-du-mensonge-15-09-2016-2068548_2256.php, le 15 septembre 2016.

- RENAUD, Marie, « Prisonnières de l'ordre moral », *Le Républicain*, le 29 octobre 2017, p. 20.

- RICHEBOIS, Véronique, « Le Goncourt et le Renaudot, une manne pour les maisons d'édition », *Les Echos*, le 7 novembre 2017, p. 15.

- SCAPPATICCI, Elena, « Chanson douce, prix Goncourt 2016, bientôt adapté au cinéma », *Le Figaro*, le 2 décembre 2016, publication internet.

- SCAPPATICCI, Elena, « Sexe et mensonges : Leïla Slimani s'attaque aux démons intimes du Maroc », *Le Figaro*, le 29 août 2017, publication internet.

- SGHERI, Marie-Sandrine, « Le genou de Catherine Millet et le décolleté de Leïla Slimani »,

http://www.lepoint.fr/societe/le-genou-de-catherine-millet-et-le-decollete-de-leila-slimani-12-01-2018-2186052_23.php#xtmc=leila-slimani&xtnp=1&xtr=6, le 17 janvier 2018.

- SLIMANI, Leïla, « Enfermés dans la guerre », *Le Monde*, le 15 septembre 2017.
- SLIMANI, Leïla, « Le spectateur des autres », *Le Monde*, le 9 mars 2018.
- STEIMETZ, Muriel, « Trois femmes clôturent le bal des prix littéraires », *L'Humanité*, le 4 novembre 2016.
- TALABOT, Jean, « Leïla Slimani avec Emmanuel Macron pour faire du français la deuxième langue du monde », *Le Figaro*, le 15 janvier 2018, publication internet.
- VAVASSEUR, Pierre, « Le grand public va adorer ces prix Le conte de fée de Leïla Slimani », *Aujourd'hui en France*, le 4 novembre 2016, p. 28.
- VERTALDI, Aurélia, « Leïla Slimani utilise aussi la BD pour briser le tabou de la sexualité au Maroc », *Le Figaro*, le 2 octobre 2017, publication internet.