

Demierbe Victoria

Faculté de Philosophie, Arts et Lettres – UCLouvain

Master en langues et lettres modernes (français et anglais), à finalité spécialisée :
sciences et métiers du livre

Le genre éditorial du roman feel-good (2015 – 2023)

Analyse du phénomène littéraire en France, à travers *Le Parfum du bonheur est plus fort sous la pluie* de Virginie Grimaldi

Résumé

Le genre feel-good connaît un succès considérable en France depuis le milieu des années 2010. Ce mémoire tente d'appréhender son succès en suivant la chaîne du livre et ses intervenants : l'auteur et la posture qu'elle incarne, la maison d'édition et le marketing éditorial développé autour du livre-objet, les libraires et leurs stratégies de ventes, ainsi que l'avis du public et des critiques. *Le parfum du bonheur est plus fort sous la pluie*, roman de l'auteur-phare du feel-good Virginie Grimaldi, illustre plus concrètement les différentes caractéristiques des romans feel-good. Cette recherche analyse le feel-good en tant que genre littéraire et en tant que phénomène médiatique. Nous étudions le feel-good comme un phénomène éditorial poussé par le marketing qui s'inscrit dans l'histoire de la littérature dite autrefois « populaire » ou « paralittéraire », que l'on inclut aujourd'hui de manière plus souple dans le champ de la culture médiatique.

Notre mémoire s'inscrit dans un champ de recherches assez récent, et tente d'y apporter une contribution inédite : nous adoptons en effet un angle original sur le feel-good, c'est-à-dire une perspective littéraire qui prend en compte toute la chaîne du livre, ainsi que l'exemplarité d'une auteur à succès du genre, Virginie Grimaldi, encore peu étudiée jusqu'ici par les universitaires.

Mots-clés

feel-good, Virginie Grimaldi, culture médiatique, genre littéraire, genre éditorial, posture auctoriale, succès