



HAL
open science

Le geste éditorial, un geste communicationnel de création de valeurs : Harry Potter Gallimard Jeunesse et Gallimard

Agathe Nicolas

► To cite this version:

Agathe Nicolas. Le geste éditorial, un geste communicationnel de création de valeurs : Harry Potter Gallimard Jeunesse et Gallimard. Sciences de l'information et de la communication. 2015. dumas-02518984

HAL Id: dumas-02518984

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02518984>

Submitted on 25 Mar 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master 2 Recherche

Mention : Information et communication

Spécialité : Recherche et développement

Le geste éditorial, un geste communicationnel de création de valeurs

Harry Potter Gallimard Jeunesse et Gallimard

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Adeline Wrona

Nom, prénom : NICOLAS Agathe

Promotion : 2014-2015

Soutenu le : 19/05/2015

Mention du mémoire : Très bien

SOMMAIRE

INTRODUCTION	6
I) LES TROIS STADES DU GESTE EDITORIAL	16
A) DES OBJETS EN TENSION.....	16
1) <i>Les existences plurielles d'un unique texte</i>	16
a) Une offre pléthorique et hétérogène.....	17
b) La symphonie énonciative du premier stade.....	19
2) <i>De multiples collections publiées par une seule maison d'édition</i>	22
a) Le geste éditorial, garant et créateur du sens.....	22
b) la maison d'édition, créatrice d'un nouveau livre par un travail sur l'objet.....	25
3) <i>L'intrigue « ouverte »</i>	27
a) La nécessaire identification de l'intrigue: premier stade du geste éditorial	27
b) L'enjeu du genre : le choix de la littérature jeunesse.....	30
c) le personnage principal, vecteur du sens.....	33
B) L'ENRICHISSEMENT SYMBOLIQUE AU PRIX DE LA RAREFACTION SEMIOTIQUE ?	35
1) <i>De la création d'identité à la désingularisation</i>	35
a) la deuxième stade du geste éditorial: sélection progressive des traits et raréfaction du sens.....	35
b) Vers une logique de marque : le cadre de la série	37
c) La mise en marque : le cadre de la collection.....	41
2) <i>L'objet muet</i>	44
a) la mise en scène du vide.....	44
b) l'objet « muet »: un nouveau choix expressif.....	46
C) LE TROISIEME STADE : L'EVENEMENT CONTRE L'ENTROPIE.....	48
1) <i>L'objet-livre comme spectacle</i>	49
a) la valeur haut de gamme d'un graphisme muet.....	49
b) Systèmes de consécration	50
2) <i>Des « événements » éditoriaux ?</i>	53
a) un objet re-créé.....	55
b) des « anniversaires » en série.....	56
II) LE LIVRE MIS EN LIGNE	60
A) LES ESPACES D'EXPRESSION EN LIGNE : LA PERSPECTIVE THEORIQUE DES INDUSTRIES CULTURELLES	61
1) <i>Espaces marchands ou vitrine éditoriale ?</i>	61
a) des espaces pluriels.....	61
b) un seul statut pour des livres différents.....	62
2) <i>la « culturalisation » du consommable</i>	64
a) une alliance impossible?	65
b) l'objet de collection, « agrégateur de valeurs ».....	67
B) HARRY POTTER : LIVRE A LIRE OU LIVRE A COLLECTIONNER ?	69
1) <i>de la mise en scène de l'intrigue au bel objet et à l'objet rare</i>	69
a) la plus-value de l'intrigue	70
b) Le valorisation esthétique de la matérialité.....	73
c) L' exaltation de la rareté.....	75
2) <i>le divers et l'homogène: la navigation comme ouverture contrôlée</i>	80
a) Le social et le sériel : la dialectique du tout et de la partie.....	80
b) une insistance sur l'identité du livre.....	90
3) <i>La logique de l'archive</i>	92
a) création d'une genèse de l'objet.....	93
b) Une historicisation du contemporain.....	95
C) QUAND L'EDITEUR CREE LE COLLECTIONNEUR: LA PROPHETIE AUTO-REALISATRICE EDITORIALE. 97	97
1) <i>La naissance du collectionneur</i>	99
2) <i>Une projection claire de la figure du visiteur à travers la catégorisation de l'ouvrage</i>	99
3) <i>la « logique conversationnelle »</i>	101
4) <i>l'exhortation communautaire et l'invitation à la réflexivité des pratiques</i>	103

CONCLUSION	106
BIBLIOGRAPHIE	114
ANNEXES	121
ANNEXE 1 : TABLE DES ILLUSTRATIONS	121
ANNEXES 2 : VISUELS DES OUVRAGES ETUDIES EN PREMIERE PARTIE	124
<i>A) Folio Junior</i>	<i>124</i>
<i>B) Grand Format Littérature</i>	<i>130</i>
<i>C) Collections Spéciales</i>	<i>131</i>
ANNEXE 3 : EXEMPLE D'ANALYSES MENEES POUR LA PREMIERE PARTIE : L'EDITION FOLIO JUNIOR 1998	137
ANNEXE 4 : VISUELS DES SITES INTERNET ANALYSES EN DEUXIEME PARTIE	148
<i>A) Gallimard Jeunesse</i>	<i>148</i>
<i>B) Gallimard</i>	<i>151</i>
ANNEXE 5 : TABLEAUX TYPES MIS EN PLACE POUR L'ANALYSE DES SITES INTERNET ETUDIES EN DEUXIEME PARTIE	156
<i>A) Site Gallimard Jeunesse</i>	<i>156</i>
<i>B) Site Gallimard</i>	<i>159</i>
ANNEXE 6 : CAPTURES D'ECRAN DU SITE HARRYPOTTER.GALLIMARD- JEUNESSE.FR	164
<i>A) Page d'accueil</i>	<i>164</i>
<i>B) Le mot de l'éditeur</i>	<i>164</i>
MOTS CLES	166
RESUME	167

Avant-Propos

Le présent mémoire traite des modalités de diffusion et de mise en circulation dans le corps social du tome I de la série *Harry Potter*. Bien que notre objet d'étude se limite à l'examen du travail mené en France par la maison d'édition Gallimard Jeunesse sur cet ouvrage précis, nous évoquons à plusieurs reprises des productions voisines telles que les productions cinématographiques, les produits dérivés ou encore les espaces d'expression liés à cette série.

Afin de faciliter la distinction entre ces différents éléments au cours de la lecture, nous avons adopté des mises en forme variées pour les désigner. Tous les éléments renvoyant aux objets-livres eux-mêmes seront indiqués en italique (« *Harry Potter* tome I », « *Harry Potter à l'école des sorcières* », « la série *Harry Potter* ») ; tous les autres éléments seront indiqués dans une police droite, leur nature étant systématiquement précisée (« le personnage Harry Potter », « l'univers Harry Potter », « les films Harry Potter »).

Nous serons également amenée à renvoyer de manière récurrente à différentes collections aux noms voisins. Dans ce cas précis, nous les désignerons par leur nom, auquel nous attacherons l'année de la première publication (Folio Junior 1998, Folio Junior 2000, Folio Junior 2007, Folio Junior 2011)

Pour permettre un plus grand confort de lecture, nous avons intégré au corps de ce mémoire un certain nombre d'illustrations renvoyant aux objets-livres ou sites internet dont nous proposons une analyse. L'ensemble des visuels sur lesquels se fondent nos analyses est disponible en annexe de ce travail.

Remerciements

Je tenais tout d'abord à remercier chaleureusement ma directrice de recherche, Adeline Wrona. Extrêmement présente et disponible, elle a su m'aider à bien des niveaux à toutes les étapes de ce travail.

Ma reconnaissance va également à toute l'équipe enseignante et encadrante du Master Recherche. Merci à Emmanuël Souchier pour son soutien sans faille et sa bienveillance, ainsi qu'à Christel pour sa gentillesse et sa patience sans égales.

J'ai une pensée pour tous ceux qui m'ont supportée, dans tous les sens du terme, au long de cette année scolaire. Des remerciements spéciaux pour Clotilde et Laurène, pour les séquences bibliothèque, pour Aurélia, Clémence et Mathilde, dont je sais qu'elles plébiscitent ce sujet de recherche autant que moi, et pour Claire, Chloé, Emilie et Victor qui ont incarné des oreilles attentives et des bouches réconfortantes à de (trop) nombreuses reprises.

Merci enfin à mes deux parents, Chloé, Louise et Simon, relecteurs infatigables et infaillibles, en plus de bien d'autres qualités.

Ah, et merci à Harry aussi. A bien des égards, ce travail n'aurait pas été possible sans lui.

Introduction

La saga Harry Potter, publiée en France entre les années 1998 et 2007 par la maison Gallimard Jeunesse, représente une part très importante des ventes réalisées par l'entreprise¹ et constitue 15% du chiffre d'affaire global de la maison mère de cette filiale, Gallimard². Surprenante tant dans le succès rencontré auprès du public que dans les discours qu'elle a suscité par la suite autour d'elle, cette série, considérée comme un véritable phénomène de la littérature enfance jeunesse³, a connu un destin éditorial très particulier. Publiée en premier lieu dans la collection Folio Junior avec une édition illustrée aujourd'hui très difficile à trouver⁴, un certain nombre d'évolutions ont été décidées par la maison d'édition au regard du succès grandissant de la saga. Elle a ainsi choisi de rééditer les premiers tomes en grand format⁵, gommant par là leur appartenance à la maison Gallimard Jeunesse puisque cet adjectif disparaît alors des couvertures, puis de ne plus publier les ouvrages inédits que sous cette forme dans les premiers mois suivant leur parution. Ces derniers ouvrages pouvaient ensuite être achetés par les lecteurs dans des formats poches au prix beaucoup plus abordable⁶.

Le point final mis à la saga par son auteur n'a pas, comme l'on pourrait se l'imaginer, mis fin dans le même temps à l'existence éditoriale constamment réactualisée de cet objet : outre les multiples rééditions des objets-livres existant, on constate le développement par la maison d'édition d'une logique de remise en nouvelles collections du même texte de manière répétée. Ainsi, en 2007, à l'occasion des dix ans de la série, Gallimard Jeunesse remis en vente l'ensemble des textes dans un

¹ « La série *Harry Potter* s'est vendue, en France, à 27 millions d'exemplaires, toutes éditions confondues. », chiffre avancé par l'éditeur sur son site internet. Page consultée le 23 janvier 2015.

<http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

² BESSARD BANQUY Olivier, « Les éditions Gallimard aujourd'hui », *L'édition littéraire aujourd'hui*, Les cahiers du livre, Presses universitaires de Bordeaux, page 160 : « D'après le *Figaro* (en date du 11 août 2004) les ventes en France toutes éditions confondues des livres de J. K. Rowling représentent 15% du chiffre d'affaire global de Gallimard. ».

³ « Quitte à ce que cette épopée (...) bouscule une hiérarchie plus classique et **prenne la place de grands maîtres français** (...) Le jeune Potter ne fait-il pas désormais bonne figure dans les manuels scolaires ? » Le Monde ; « « Une **saga exceptionnelle** à plus d'un titre : d'abord par sa **qualité littéraire et philosophique** et par son succès sans précédent. » Le Parisien ; « C'est vraiment bien, Harry Potter. Parce que **c'est littéraire**. » Le Point ; « **Attendu, très attendu, Harry Potter 7 tient ses promesses**. *Harry Potter et les Reliques de la Mort* (...) vient clore avec brio la saga du jeune sorcier à lunettes en lutte contre les forces du mal. » La Croix.

Citations d'articles parus à l'occasion de la sortie du tome 7, répertoriées sur le site internet créé spécialement pour l'univers de Harry Potter par Gallimard Jeunesse, page consultée le 23 janvier 2015

<http://www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/home.php?p=gazette&frise=1>

⁴ ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Folio Junior, Gallimard Jeunesse, 1998 et 1999

⁵ ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Grand Format Littérature, Gallimard, 1999

⁶ ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Folio Junior, Gallimard Jeunesse, à partir de 2000, vendu 8€20 sur le site <http://www.gallimard-jeunesse.fr/> au 25 janvier 2015

coffret inédit au tirage limité à 20000 exemplaires⁷ et au design très travaillé. Les discours d'escorte développés par la maison d'édition à l'occasion de la sortie de cette nouvelle collection montrent bien son désir de valoriser de l'ancien sous le prétexte de la nouveauté et de l'inédit. Elle s'exprime de la manière suivante sur son propre site internet dédié à Harry Potter à l'occasion du dixième anniversaire de la série :

10 ans déjà ! A la rentrée, nous fêterons le dixième anniversaire de la publication en France de *Harry Potter à l'école des sorciers*. A cette occasion, retrouvez les collectors "10 ans" dès le 2 octobre en librairie. - le coffret collector : l'intégrale de *Harry Potter* en édition limitée et numérotée (20.000 exemplaires), les sept tomes en Folio Junior avec des couvertures inédites et les cartes illustrées Harry Potter en cadeau à l'intérieur.⁸

Nous pouvons voir ici un mouvement dialectique très intéressant, avec une valorisation du patrimoine de la maison d'édition qui, non contente de mettre en valeur l'ancienneté de la publication, en fait un événement à célébrer, et une insistance du discours sur la dimension inédite et nouvelle de l'objet commercialisé. La maison Gallimard ne s'est pas arrêtée là : une édition dite « de luxe »⁹ vit le jour en 2008, suivie en 2012 par la réédition du tome I des aventures du jeune sorcier dans une toute nouvelle collection pensée pour rassembler « les classiques de la littérature enfance jeunesse »¹⁰ : la Bibliothèque Gallimard Jeunesse.

En l'espace de quinze ans, les aventures de Harry Potter, publiées pour la première fois en Folio Junior, soit l'édition la plus anodine possible pour un ouvrage édité par cette prestigieuse maison, ont donc connu au moins huit rééditions, et ce dans cinq collections différentes, dont une créée exclusivement pour cette série¹¹.

Partant de ce constat, nous pouvons nous interroger : **Pourquoi la maison Gallimard Jeunesse a-t-elle jugé pertinent de mettre en place autant de collections et de rééditions différentes d'un même texte en si peu de temps ?** Une réponse évidente à cette question se

⁷ ROWLING, Joanne Kathleen, Coffret Collector Harry Potter, Gallimard Jeunesse, 2007, annonce faite par la maison d'édition sur son site internet, page consultée le 25 janvier 2015

http://www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/texte/popup_actu.php?frise=3&id=28

⁸ « Dix ans déjà », article publié par la maison d'édition sur son site consacré à *Harry Potter*. Page consultée le 25 janvier 2015

http://www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/texte/popup_actu.php?frise=3&id=28

⁹ ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Edition de Luxe, Grand Format Littérature, Gallimard, 2008, 325 pages.

Page consultée le 25 janvier 2015

<http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>

¹⁰ « La collection de référence de la littérature pour la jeunesse, bibliothèque idéale et moderne de l'enfance. » Présentation de la nouvelle édition « Bibliothèque Gallimard Jeunesse » par l'éditeur sur son site internet. Page consultée le 25 janvier 2015.

<http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse>

¹¹ L'édition « de luxe », bien que classifiée par la maison d'édition comme appartenant à la collection « Grand Format Littérature », n'a été utilisée que pour habiller les textes de la série Harry Potter.

dessine : créer de la nouveauté autour d'un élément existant que l'on sait rentable permet de générer à la fois des revenus et des discours sur cet objet. Le travail sur la forme d'un objet devient ainsi prétexte à communication et incarne un argument marketing évident dans le sens où il permet la mise en valeur de la nouveauté de l'objet.¹²

Il s'agit cependant de ne pas simplifier à l'extrême une interrogation qui porte plus sur la logique de mise en différentes éditions d'une œuvre et sur la création de différence à partir du même que sur celle du renouvellement d'un produit dont les ventes seraient en perte de vitesse. Roger Chartier, cité par Emmanuël Souchier dans « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet »¹³, pose les cadres de cette première idée en écrivant que « les stratégies éditoriales engendrent (...) de manière non sue, non point un élargissement progressif du public du livre, mais la constitution de systèmes d'appréciation qui classent culturellement les produits de l'imprimerie, partant fragmentent le marché entre des clientèles supposées spécifiques et dessinent des frontières culturelles inédites. »¹⁴

Nous avons choisi d'appliquer cette affirmation aux logiques de rééditorialisation et de mise en collection que nous étudions. Emmanuël Souchier développe par ailleurs une idée à la suite de laquelle nous souhaitons nous inscrire lorsqu'il affirme dans ce même article que « si ces dispositifs matériels distincts engagent le lecteur vers une nouvelle lecture, ils ne convoquent pas fatalement de nouveaux lecteurs. »¹⁵.

Nous posons ici l'hypothèse que si la maison d'édition, par son travail sur la forme de l'objet-livre, ne vise pas de nouveaux publics, c'est qu'elle s'adresse à un public de lecteurs connaissant déjà le contenu des romans réédités. C'est donc l'effet de la forme de l'objet-livre sur le texte lui-même qu'il convient d'interroger. Nous avons choisi d'utiliser, dans la première partie de ce mémoire, la notion d' « objet-livre » pour désigner les objets que nous analysons. Ce terme doit être explicité. Notre problématique vise à comprendre la part communicationnelle contenue dans le geste éditorial lors de la mise en différentes éditions d'un même ouvrage. Nous supposons que la transformation par la mise en différentes collections d'un même texte en constitue une re-création à travers sa mise en scène formelle. C'est pourquoi la notion d'objet-livre nous semblait absolument capitale à

¹² « Parce qu'il est frappant et immédiat, l'événement capte notre attention, nous arrachant à ce qui l'a précédé. Il réussit à nous surprendre, tout en nous donnant l'impression d'être évident. **C'est un choc. Il nous saisit, nous bouscule.** (...) En même temps – le dictionnaire nous le rappelle à propos de l'expression « créer l'événement »- **les médias sont en mesure de s'emparer d'un fait quelconque et d'en faire un événement.** Il peut donc être aussi le résultat d'une volonté délibérée, il peut être aussi artificiellement créé. », DEPOUX Anneliese, « La fabrique de l'événement littéraire, le cas de Truismes », *Communication et Langages* numéro 142, 2004, page 71

¹³ SOUCHIER Emmanuël, « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet », *Communication et Langages* numéro 135, Dossier « Littérature et Trivialité », 2003, pages 42 à 72

¹⁴ Ibidem, page 53

¹⁵ Ibidem, page 54

développer. Nous n'envisageons pas d'étudier le livre uniquement comme le support silencieux d'un texte écrit par un auteur et dont le lecteur actualise le sens, comme cela est envisagé par la tradition littéraire. A la suite d'Emmanuel Souchier et de sa théorie de l'énonciation éditoriale, nous considérons au contraire le texte « à travers sa matérialité (couverture, format, papier...), sa mise en page, sa typographie ou son illustration, ses marques éditoriales variées (auteur, titre ou éditeur) sans parler des marques légales et marchandes (ISBN, prix ou copyright) (...) ces éléments observables qui, non contents d'accompagner le texte, le font exister. »¹⁶

C'est par le biais de ces différents éléments que nous mènerons nos analyses. Nous ne sommes pas la première à avoir recours à cette combinaison linguistique pour parler d'un ouvrage. Ainsi Jean Baudrillard dans *La société de consommation* parle-t-il du « livre (comme) moyen de communication de masse s'il renvoie celui qui le lit à tous ceux qui le lisent (la lecture alors n'en est pas substance de sens, mais pur et simple signe de complicité culturelle) ou si l'objet/livre renvoie aux autres de la même collection, etc... »¹⁷. Il évoque dans ce même ouvrage une autre notion, celle « d'art-objet » au sujet du Pop Art¹⁸. Ce concept nous semblait intéressant à associer à celui d'objet-livre dans la mesure où il permettait de considérer comme réunies en une seule entité les dimensions esthétique de l'objet d'art et commerciale de l'objet de consommation. C'est ce que nous cherchons à faire avec la notion d'objet-livre, qui incarne la réunion d'impératifs d'ordre littéraire et économique. Une notion voisine, celle « d'objet-texte » telle que proposée par Sémir Badir dans son article «Le texte, objet théorique, objet empirique »¹⁹ doit également être évoquée pour expliquer ce que nous entendons par objet-livre. Cette notion lui permet de proposer une nouvelle définition du mot de « texte » :

Objet-textuel ne peut convenir (le syntagme ne permet pas de faire du texte l'objet lui-même) et texte ne suffit pas (il est seulement question ici du texte en tant qu'objet pour une approche visant sa connaissance). (...) Le texte, à l'instar de la vie, est ainsi un objet général, désignant à la fois le concept théorique de texte et l'objet empirique ou les objets empiriques, dont ce concept permet de rendre compte. (...) Je me propose, dans cette étude, d'examiner la question du texte en tant qu'objet ou, pour le dire de manière plus ramassée, la question de l' « objet-texte ». Elle permettra de reprendre la question de la « textualité » (c'est-à-dire la question de la nature d'un texte) ainsi que d'aborder la question du rapport entre le concept de texte et du texte.²⁰

¹⁶ SOUCHIER Emmanuel, « L'image du texte, pour une théorie de l'énonciation éditoriale », in *Les Cahiers de Médiologie*, numéro 6, Gallimard, 1998, Page 139

¹⁷ BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation, ses mythes, ses structures*, Folio Essais, Gallimard, 2010, Première édition Denoël, 1970, 318 pages

¹⁸ « Le Pop est le premier à explorer son propre statut d'art-objet « signé » et « consommé » », ibidem, page 178

¹⁹ BADIR Sémir, « Le texte, objet théorique, objet empirique », pages 11 à 22, in JEANNERET Yves, MEEUS Nicolas (dir), *Que faisons-nous du texte ?, Travaux de stylistique et de linguistique françaises : études linguistiques*, PUPS, 2012, 188 pages

²⁰ Ibidem, page 11

La notion « d'objet-texte » permet de penser la complexité en réunissant en une seule notion la dimension textuelle d'un texte mais également sa matérialité, sa dimension empirique. Nous souhaitons grâce à la notion d'objet-livre résumer la complexité d'un ouvrage, qui représente l'alliance entre un contenu, une apparence formelle, une matérialité, mais est également le support de discours pluriels et polyphoniques. Cette notion d'objet-livre nous permettait également de résumer ce que Roger Chartier qualifie d' « ordre des livres », et qui renvoie à trois éléments :

(Pour) apaiser l'inquiétude créée par (...) l'imprimé, les hommes d'Occident ont usé de divers dispositifs : l'inventaire de titres, le classement des ouvrages, l'assignation des textes. (...) L'affirmation d'une nouvelle définition du livre, associant un objet, un texte et un auteur constitue l'une des innovations ayant conduit à créer cet ordre des livres.²¹

Nous voyons bien l'importance capitale qu'il y a à ne pas négliger la dimension matérielle du livre, pour la définition duquel le texte et l'auteur ne suffisent pas. D'autant plus que, selon ce même historien, c'est « dans l'aspect matériel du livre que s'inscrivent [les] intentions des imprimeurs et des éditeurs »²². Notre travail s'intéressant au geste de l'éditeur, cette prise en compte de la matérialité du livre relève de l'impératif catégorique.

A la lumière de ce que nous venons de définir, deux éléments nous semblent ici capitaux à souligner, éléments que nous formulerons dans un premier temps sous forme de questions : **par la mise en différentes collections d'un même texte, la maison Gallimard Jeunesse ne cherche-t-elle pas à transformer le statut même du texte publié, à travers ses métamorphoses formelles ? Le jeu de la maison d'édition sur la forme du texte qu'elle publie ne relève-t-il pas d'une logique communicationnelle ayant pour visée de répondre à des problématiques d'identification du texte et de ses valeurs associées ?**

Ces deux questions portant sur un objet précis s'inscrivent dans une interrogation plus large, qui est celle de l'institution de la valeur d'un texte dans la société. Nous avons souhaité poser cette question de la « valeur » du texte plutôt que de mettre en question sa « légitimité ». Cette dernière notion renvoie en effet à une dimension subjective impliquant la foi des lecteurs en la parole légitimante d'un individu considéré comme référence mais pourtant guidé par ses propres opinions. Le terme de valeur est, de plus, chargé de nombreuses significations qui peuvent sembler incompatibles les unes avec les autres, ce qui investit cette notion d'une dimension hautement problématique parfaitement adaptée à la situation que nous cherchons ici à comprendre. Ainsi l'on peut lire dans le *Lexis Larousse de la langue française* la définition suivante :

²¹ CHARTIER Roger, *Culture écrite et société, L'ordre des livres (XIV^{ème} – XVIII^{ème} siècle)*, bibliothèque Albin Michel Histoire, Albin Michel, 1996, page 14

²² Citation extraite de l'ouvrage de CHARTIER Roger, *Lectures et lecteurs dans la France d'Ancien Régime*, Seuil, 1987, page 120 par SOUCHIER Emmanuël, « l'exercice de style éditorial », article cité, page 50

Valoir (latin valere) :

1 : être estimé un certain prix ;

2 : avoir une certaine utilité, une certaine valeur, de l'intérêt ; (...)

4 : légitimer, justifier.

Valeur (latin valor) :

1 : qualité physique, intellectuelle, morale d'une personne ;

2 : qualité d'une chose digne d'estime, d'intérêt ;

3 : importance accordée subjectivement à quelque chose ;

4 : importance accordée objectivement à quelque chose ;

5 : importance des choses du point de vue moral, social ou esthétique; leur efficacité ;

6 : ce à quoi on se réfère dans le domaine moral, esthétique ;

7 : jugement de valeur, jugement normatif qui énonce une appréciation par opposition au jugement de réalité, qui se borne à constater un fait.²³

La question de la valeur, du fait de sa définition plurielle, nous permet d'introduire la notion d'institution d'une objectivité fondée, entre autres choses, sur des éléments concrets et objectifs comme le prix d'un objet-livre, sa valeur marchande, les investissements effectués autour de lui. Un texte s'inscrivant nécessairement dans un circuit commercial pour pouvoir circuler dans la société, il nous semblait capital de ne pas négliger cet aspect économique de son existence pour pouvoir traiter la question qui est la nôtre. Pour autant, la dimension plus subjective liée à la notion de valeur, qui implique de rendre un jugement personnel au sujet d'un objet ou d'un être, ne doit pas être évacuée.

Le paradoxe que nous souhaitons mettre en avant en nous intéressant à la question de la valeur du texte réside justement dans cette dialectique entre valeur commerciale et valeur culturelle. Nous l'avons formulé ainsi : **des succès commerciaux et éditoriaux, achetés en masse et donc potentiellement lus, ne sont pas considérés comme ayant une valeur littéraire au même titre que des textes plus élitistes et par conséquent potentiellement lus moins massivement.** Thomas Pavel dans son ouvrage *La Pensée du Roman* évoquait cette question dans le cadre de ses interrogations sur les modalités de production des œuvres littéraires : « entre le succès des ouvrages destinés au 'grand public' et celui des romans 'haut de gamme', l'écart est devenu de plus en plus dur à rattraper. »²⁴. Ces interrogations portant sur le texte lui-même se retrouvent également transposées dans le cadre de la définition du rôle des maisons d'édition; Bernard Grasset cité par Olivier Bessard-Banquy dans *L'édition littéraire aujourd'hui* résume bien cette tension entre des imaginaires du secteur, où les éditeurs de littérature côtoieraient les autres éditeurs, dont les textes n'auraient pas de valeur littéraire : « Nous ne sommes pas seulement commerçants, nous sommes également des

²³ DUBOIS Jean (édition mise à jour), *Lexis Larousse de la langue française, 76000 mots*, Larousse, 2005, 2109 pages

²⁴ PAVEL Thomas, *La pensée du roman*, NRF Essais, Gallimard, 2003, page 16

serviteurs de la pensée française. »²⁵. Bien que la réalité du métier veuille que les impératifs culturels et économiques soient liés, nous pouvons voir dans ce discours la marque d'une volonté de mise à distance de l'impératif économique au profit d'une mise en valeur du rôle intellectuel, social, culturel et littéraire de l'éditeur. Cet imaginaire de l'édition est bien lié à cette double définition de la valeur, piégée entre ses dimensions économique et culturelle, artistique, et l'impératif économique. Nous avons choisi de cristalliser tous ces éléments dans la question suivante : **Quelles sont les modalités de mise en représentation et de communication permettant à un texte d'être investi de valeurs sociales, symboliques, culturelles, qui ne lui étaient pas originellement associées?**

Cette interrogation, qui soulève des questions majeures liées aux concepts de « valeur », de « littérarité », et plus largement à la conception que nous nous faisons de la littérature, ne pourra être traitée dans son ensemble dans le présent travail. C'est pourquoi nous avons choisi de la resserrer autour d'un objet d'étude précis, à savoir la série *Harry Potter*, et de nous y intéresser sous l'angle plus particulier de la réédition et de la mise en collection des ouvrages par sa maison d'édition française. Cette approche présentait à nos yeux l'intérêt d'articuler le travail de l'éditeur, le statut du texte dans la société et la valeur symbolique comme littéraire qu'il peut finir par incarner.

Cette démarche s'inscrit indéniablement en rupture avec l'approche littéraire traditionnellement associée à la question de la valeur du texte. Celle-ci est, en littérature, considérée comme inhérente à la dimension esthétique du texte lui-même, née tant de son contenu que du style que lui a donné l'auteur et relevant de l'évidence²⁶. Les mythes liés à la valeur littéraire d'un texte veulent qu'elle soit présente dès les premières lignes du roman couchées sur le papier, et qu'elle soit par là indissociable de l'œuvre, devenant absolument indiscutable. Rares sont les théoriciens de la littérature qui acceptent l'idée selon laquelle la littérarité d'un texte est due à quelqu'un d'autre qu'à son auteur. Ainsi Umberto Eco dans *L'œuvre ouverte* marquait-il une rupture avec cette posture de recherche en affirmant que « l'œuvre d'art est un message fondamentalement ambigu, une pluralité de signifiés qui coexistent en un seul signifiant. (...) Nous ne croyons pas qu'une étude de l'œuvre, même en tant que structure, doive s'arrêter à la considération de l'objet, en excluant les façons dont il peut être consommé. »²⁷. Nous avons choisi d'adopter cette définition de l'œuvre d'art et de la poétique

²⁵ BESSARD-BANQUY Olivier, « L'édition littéraire aujourd'hui, en guise d'introduction », in *L'édition littéraire aujourd'hui*, op. cit., page 15

²⁶ « Littérature » : « Ensemble des œuvres écrites auxquelles ont reconnu une finalité esthétique (...) ENCYCL : Les tentatives de définition de la littérature abondent (...) il faudrait (...) retenir ultimement le texte seul, et, plus simplement encore, **l'évidence esthétique** »

Entrée « littérature », définition proposée dans le *Grand Larousse Universel*, Tome 9, « journal/mante », édition « revue et corrigée » 1994, première édition 1984, page 6338

²⁷ ECO Umberto, *L'œuvre ouverte*, Collection Points, éditions du Seuil, 1965, pages 9 à 11

comme « dialectique entre forme et ouverture »²⁸ afin de traiter le sujet que nous étudions, refusant de considérer l'œuvre d'art ou l'œuvre littéraire comme investi en soi de valeurs, mais plutôt de les voir comme des figures symboliques et culturelles socialement instituées.

La question de la valeur sociale du texte littéraire a déjà été abordée en Sciences de l'Information et de la Communication. Ainsi, dans un article publié dans la revue *Communication et Langages*, Catherine Pinet-Fernandes met en question le processus d'élaboration de l'image sociale de la valeur d'un texte à partir de la présentation, dans les articles de presse, d'éléments de jugement tels que l'image de la maison d'édition, l'épaisseur du livre ou encore la figure de l'auteur. La conclusion de son article résume bien la démarche dans laquelle nous souhaitons nous inscrire, puisqu'elle écrit que la « valeur sociale » d'un texte est « complexe » et « ne saurait se réduire à la seule 'valeur textuelle' d'ordinaire retenue comme seul critère de l'analyse littéraire »²⁹. Emmanuel Souchier a également publié de nombreux articles sur ce sujet, traitant notamment du rôle de la maison d'édition dans la mise en circulation de textes radicalement transformés par le travail de l'éditeur et de l'éditeur. Il écrit ainsi dans son article sur le travail de réédition autour des *Exercices de Style* de Queneau³⁰ qu'il s'agit de « reconnaître l'éditeur et l'éditeuse non plus comme de simples techniciens, n'entrant pas dans le processus communicationnel, mais bien comme des acteurs à part entière de l' 'énonciation éditoriale', producteurs d'un savoir et d'un « discours » sémiotique propre au livre. »³¹.

Nous souhaiterions nous inscrire à notre tour dans cette démarche de recherche en posant la question de l'élaboration de la valeur symbolique et littéraire d'un texte en circulation. Nous nous intéresserons pour ce faire à des textes au statut littéraire discuté, à savoir des ouvrages publiés dans la catégorie « littérature enfance jeunesse ». La littérarité des textes publiés sous cette bannière leur est parfois déniée. Nous souhaitons ici évoquer à titre d'illustration les premiers mots de la préface indignée que Dominique Fernandez écrivait pour introduire le roman *Vingt ans après* d'Alexandre Dumas : « celui qui ayant dit 'Livres pour enfant, littérature pour la jeunesse', croit avoir prononcé un jugement négatif, ferait bien de s'aviser que les contes de Perrault, les contes de Grimm, les romans de la comtesse de Ségur ou les voyages extraordinaires de Jules Verne, pour ne citer que ces textes-

²⁸ Ibidem, page 10

²⁹ PINET-FERNANDES Catherine, « Les ressorts extra-textuels du jugement littéraire aujourd'hui », *Communication et Langages* numéro 135, Dossier « Littérature et Trivialité », 2003, page 103,

³⁰ SOUCHIER Emmanuel, « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet », article cité

³¹ Ibidem, page 49

là, ont révélé, à la lumière des méthodes modernes de lecture, un sens caché aussi sérieux que celui qui circule chez les 'grands' auteurs. »³²

La question de la mise en différentes collections d'ouvrages appartenant à cette catégorie « littérature enfance-jeunesse » nous permettra de traduire concrètement cette question de la valeur du texte. En effet, cette mise en collection présente à nos yeux l'intérêt de traduire des enjeux économiques et financiers tout en suscitant une valeur symbolique, puis potentiellement littéraire, des textes grâce à leur « trans-formation » qui opère une métamorphose du contenu du texte par l'évolution de sa forme. Emmanuël Souchier parle ainsi de la création « d'œuvres éditoriales »³³ par la maison d'édition lorsqu'elle édite certains textes sous de nouvelles formes.

Nous avons choisi de formuler notre problématique en faisant jouer ensemble toutes ces notions :
Dans quelle mesure le geste éditorial, à travers la mise en différentes éditions d'un même texte, constitue-t-il une transformation de l'objet-livre l'investissant de valeurs relevant à la fois du social, du symbolique, du littéraire et du marchand ?

Les hypothèses que nous avons mises en place pour tenter d'y répondre sont centrées autour de la question de la diffusion des textes. Nous nous inscrivons ainsi dans la lignée des recherches de Roger Chartier qui dans son introduction à l'ouvrage *Culture écrite et société, L'ordre des livres (XIV^{ème} – XVIII^{ème} siècle)* affirme que « la possible intelligibilité des textes dépend, donc, des catégories qui désignent et assignent les discours. Elle dépend aussi des formes qui gouvernent leur transmission. »³⁴. Bien que les questions de la création du texte par son auteur et celle de son appropriation par un public soient toutes deux d'une importance primordiale, le format réduit du présent mémoire nous a contraint à faire des choix entre les différentes instances productrices des textes. Notre démarche ne vise pas à amoindrir le rôle de ces actions de création et d'appropriation dans le cadre de l'élaboration du sens d'un texte, seulement nous n'avons pas la possibilité de nous y intéresser plus avant dans ce travail de recherche. Nous avons décidé de privilégier l'acteur « maison d'édition » dans cette réflexion traitant avant tout de la mise en forme du texte.

Notre première hypothèse interroge une tension, que nous pourrions résumer de la manière suivante : c'est paradoxalement en mettant le contenu de l'objet-livre de côté au profit de son apparence formelle que la maison d'édition donne sa valeur littéraire et symbolique au texte. Nous avons ici choisi d'étudier **la manière dont l'objet-livre est investi de valeurs, non seulement économique mais aussi symbolique, culturelle et littéraire, par le travail de la maison d'édition sur**

³² FERNANDEZ Dominique, Préface de 1975, page 7, DUMAS Alexandre, *Vingt ans après*, Folio Classique, Gallimard, 2012, 928 pages

³³ SOUCHIER Emmanuël, « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet », article cité, page 48

³⁴ CHARTIER Roger, *Culture écrite et société, L'ordre des livres (XIV^{ème} – XVIII^{ème} siècle)*, op. cit., page 11

ses espaces seuils. La relation de tension dialectique unissant les procédés de valorisation économique et culturelle sera l'un des points centraux de notre analyse.

Afin d'infirmer ou de confirmer cette première hypothèse, nous avons choisi de mener des analyses sémiologiques de chaque édition du premier tome de la série Harry Potter : *Harry Potter à l'École des Sorciers*. Les objets que nous analyserons pour eux-mêmes, puis dans le cadre de la collection, sont au nombre de huit.

Notre deuxième hypothèse consiste à considérer que cette évolution du statut du texte à travers la mise en collection passe par un travail de la maison d'édition sur **la mise en scène et en texte d'un nouveau statut de l'ouvrage, qui, de livre à lire, devient livre à collectionner**. Nous nous référerons pour traiter cette hypothèse aux travaux de Walter Benjamin dans le *Livre des Passages*³⁵ et de Jean Baudrillard dans son *Système des Objets*³⁶. Nous supposons ici une complexification du statut de l'objet. Celle-ci se manifeste par un enrichissement de sa valeur symbolique passant par une dialectique forte entre la création d'une unicité de l'objet face à l'impression de profusion liée à la notion de série et par la création d'une unité de la collection face à la sensation d'accumulation de différentes collections. Afin de mettre en place cette hypothèse, nous avons choisi d'emprunter la notion de « logique prophétique » que Jean Baudrillard attribue à la publicité dans son ouvrage *La société de consommation* dans la mesure où c'est en construisant une communication en ligne sur l'ouvrage comme objet à collectionner que la maison d'édition parvient à en transformer les pratiques de consommation.

Afin de confirmer ou d'infirmer cette hypothèse, nous avons choisi d'analyser le discours de la maison d'édition sur ses propres sites internet (Gallimard.fr et Gallimard-Jeunesse.fr) au sujet des livres qu'elle commercialise.

Le plan adopté sera structuré en deux parties, correspondant chacune à l'étude des hypothèses que nous avons mises en place.

³⁵ BENJAMIN Walter, *Paris, Capitale du XIXème siècle, Le livre des passages*, 3ème édition, Les éditions du Cerf, 2009, 970 pages. Fragments H « Le Collectionneur ».

³⁶ BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, NRF, Gallimard, 1970, 288 pages

I) Les trois stades du geste éditorial

Afin de répondre à notre problématique, nous avons mis en place une première hypothèse qui visait à comprendre **de quelle manière l'objet-livre est investi de valeurs, non seulement économique mais aussi symbolique, culturelle et littéraire, par le travail de la maison d'édition sur ses espaces seuils.**

Notre approche consiste à considérer qu'il n'existe pas de valeur littéraire et culturelle en soi, mais que les modalités d'introduction d'un texte dans l'espace public peuvent conduire à l'en investir. Le travail de la maison d'édition, dont l'objectif est de susciter des ventes et de produire des bénéfices, est, par là même, l'un des vecteurs instituant les textes publiés d'autres valeurs qu'une valeur économique et commerciale. Catherine Pinet-Fernandes, dans ses recherches concernant les modalités de l'élaboration de l'image sociale de la valeur d'un texte à partir d'éléments extérieurs de jugement, évoque ainsi trois facteurs systématiquement convoqués dans les articles critiques étudiés pour justifier de la qualité d'un ouvrage : « la maison d'édition où (il) est publié, son nombre de pages et, enfin, la biographie de l'auteur. »³⁷. C'est le geste du premier acteur que nous étudierons ici, en l'envisageant selon une perspective diachronique mettant en évidence différents moments de son action, tous complémentaires dans le cadre de la construction d'une identité de l'ouvrage *Harry Potter à l'école des sorciers*.

Nous avons ainsi distingué trois moments dans l'existence des objets que nous analysons, correspondant à trois logiques éditoriales différentes ; les analyses que nous avons développées se sont fondées sur une logique chronologique prenant en compte ces évolutions temporelles. Nous tâcherons d'identifier ces trois temps du traitement de l'objet : enrichissement et complexification, stabilisation et simplification, remise en circulation.

A) Des objets en tension

Le développement des objets-livres au cours de l'histoire de la série Harry Potter en France est caractérisé par les métamorphoses constantes de leur forme. L'image de la série dans le corps social se transforme à chaque nouvelle évolution, contribuant à la tension caractéristique de son statut en perpétuel mouvement.

1) Les existences plurielles d'un unique texte

³⁷ PINET FERNANDES Catherine, « Les ressorts extra textuels du jugement littéraire aujourd'hui », article cité, page 88

Le nombre important de collections, aux caractéristiques formelles variées, choisies pour mettre en scène l'ouvrage *Harry Potter à l'école des sorciers*, contribue à associer à la série *Harry Potter* l'image d'une entité complexe. La mise en place d'un si grand nombre de collections pour un même ouvrage tend à faire du groupe des différents tomes I de la série *Harry Potter* un ensemble de l'ordre du composite³⁸. De même, la pluralité des instances énonciatives prenant la parole sur la couverture de ces mêmes objets-livres contribue à la complexification de leur image. Le constat de cette complexité est à la source de nos interrogations, c'est pourquoi nous aimerions revenir sur les particularités de cette stratégie éditoriale.

a) Une offre pléthorique et hétérogène

L'un des éléments les plus surprenants concernant les objets que nous étudions réside dans leur puissance de circulation dans le corps social. Ainsi que nous le disions en introduction de ce mémoire, les éditions Gallimard Jeunesse ont mené un très important travail de réédition et de mise en différentes collections de la série *Harry Potter*, dont le texte n'a pourtant pas été modifié entre 1998, date de la sortie du tome I sur le territoire français, et 2012, date de la dernière publication de cet ouvrage en France.

Nous pouvons dénombrer pas moins de cinq collections différentes pour cette série, huit rééditions des textes et de nombreux coffrets « collectors » remettant en scène ces mêmes objets-livres sans que leur forme soit modifiée. Afin de confirmer ou d'infirmer notre première hypothèse, nous avons choisi de mettre en place un corpus constitué de l'ensemble des couvertures des tomes I de la série *Harry Potter* publiés en France par la maison Gallimard Jeunesse entre 1998 et 2012, date de la dernière publication de l'ouvrage *Harry Potter à l'école des sorciers*.

Nous avons décidé d'analyser le premier tome de la série pour trois raisons simples : tout d'abord, l'une des collections que nous étudions, la Bibliothèque Gallimard Jeunesse, n'a publié sous sa bannière que le premier tome des aventures de Harry Potter. C'est donc par souci de cohérence de notre corpus que nous n'avons pris en compte que le premier tome de la série. Le tome I est de plus l'un des seuls, avec le tome II, à avoir connu autant de rééditions dans la collection Folio Junior. Le choix d'analyser cet ouvrage nous a ainsi permis d'intégrer à notre corpus quatre objets-livres différents, pourtant publiés dans la même collection. Enfin, et nous nous appuyons sur une remarque formulée par Martin Wincker dans son *Petit éloge des séries télé*³⁹ au sujet des épisodes « pilotes » pour formuler cette dernière explication : nous considérons que le premier ouvrage d'une série, qu'elle

³⁸ Nous empruntons ce terme à Joëlle Le Marec qui définit le composite comme une « unité de vie culturelle ou sociale qui empaquette des acteurs, des objets, des discours. » (définition proposée durant le cours d'Epistémologie donné au CELSA en 2015)

³⁹ WINCKLER Martin, *Petit éloge des séries télé*, Collection Folio, Editions Gallimard, 2012, 116 pages

soit livresque ou télévisuelle, donne les clés de lecture et de compréhension nécessaires à l'appréhension de la série dans sa totalité⁴⁰.

Les objets-livres analysés sont au nombre de huit : quatre ouvrages parus en Folio Junior, à savoir l'édition initiale publiée en 1998, illustrée par Jean-Claude Götting ; l'édition publiée dans les années 2000, affichant pour la première fois en couverture ce que nous avons choisi de voir comme le « logo Harry Potter » ; l'édition publiée en 2007 à l'occasion de la refonte de la collection Folio Junior ; et enfin la version parue en 2011 à l'occasion de la refonte de l'identité graphique d'Harry Potter, désormais confiée au graphiste Jonathan Gray. Nous avons également analysé l'ouvrage publié dans la collection Grand Format Littérature Gallimard en 1999 ; celui publié dans la collection dite « de luxe » de Gallimard et celui paru au sein du coffret « collector » limité à 20 000 exemplaires pour les dix ans de la série en 2007 ; enfin, l'ouvrage publié dans la collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse en 2012⁴¹.



Fig. 1 : Les huit objets-livres étudiés, éditions Folio Junior, Grand Format Littérature, Grand Format Littérature de Luxe, Limitée et Bibliothèque Gallimard Jeunesse

⁴⁰ « L'épisode pilote est le premier épisode. Il est, selon les cas, le prototype des récits ou le début de la longue histoire que la série va ensuite décliner. D'abord parce qu'il installe un certain nombre de repères auxquels la série fera constamment référence. Ensuite parce que le style visuel, les principaux personnages, l'atmosphère, le type d'intrigue sont soigneusement travaillés pour donner une "couleur" à la série à venir. », WINCKLER Martin, op. cit., page 45

⁴¹ L'ensemble des informations relatives à ces différentes éditions est disponible dans notre bibliographie ainsi que dans les annexes présentées à la fin de ce mémoire (annexe 2).

Ces huit objets-livres, publiés entre 1998 et 2012, sont à nos yeux représentatifs des différentes étapes de l'existence de la série en France et donc des différents stades du geste éditorial associé. Nous avons structuré notre analyse suivant trois moments. Une première période, celle de l'irruption de l'ouvrage dans l'espace public français, rendait nécessaire l'identification de cet ouvrage encore inconnu du public par un certain nombre de caractéristiques frappantes. Une deuxième période, celle de la notoriété croissante de la série, allant des années 1999 à 2007, fut marquée par la construction et la stabilisation de l'identité de l'ouvrage à travers la sélection de grands traits symboliques et la raréfaction progressive du sens, afin de le consolider. Une troisième période, commencée après la publication en 2007 du septième et dernier tome de la série, est caractérisée par la remise en circulation du stabilisé à qui il s'agit de redonner du dynamisme. Bien que ce stade soit toujours en cours, nous avons arrêté nos analyses du phénomène à partir de 2012, date de la dernière publication du tome I dans l'édition Bibliothèque Gallimard Jeunesse.

b) La symphonie énonciative du premier stade

Les modalités de présentation de l'objet-livre *Harry Potter à l'école des sorciers* ont ainsi connu un nombre très important d'évolutions entre 1998 et 2012, visibles dès le seuil de l'ouvrage, à savoir sa couverture. Par couverture, nous désignons la première de couverture, le dos de l'ouvrage et la quatrième de couverture⁴², cette notion étant définie comme l'« habit d'un livre qui comporte les plats et un dos »⁴³ ou encore la « partie extérieure du livre relié, formée de deux plats et d'un dos de carton recouvert de papier, de toile ou de peau. »⁴⁴.

Nous avons choisi de privilégier ces espaces dans notre travail car nous les considérons comme les lieux où la parole éditoriale investit les objets-livres de valeurs dont nous montrerons qu'elles évoluent à travers les années. Ce choix méthodologique nous a conduit à exclure de notre analyse systématique toutes les composantes internes aux ouvrages étudiés, bien que nous y fassions nécessairement référence pour éclairer certains choix formels de la maison d'édition.

La couverture du tome I de la série *Harry Potter* tel que publié en 1998 est ainsi l'espace de mise en valeur par la maison d'édition de ce que nous avons caractérisé de « symphonie énonciative », ayant pour objectif de permettre l'identification d'un ouvrage alors inconnu du public. Nous y observons en

⁴² Voir le schéma proposé sur le site internet « Mon CDI virtuel ». Page consultée le 9 février 2015.
http://moncdi virtuel.free.fr/recherche_documentaire/cles_du_livre/files/Schema-livre.jpeg

⁴³ Trésor de la langue française en ligne, entrée « couverture », page consultée le 12 février 2015
<http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?52;s=3843727710>

⁴⁴ Dictionnaire Larousse en ligne, entrée « couverture », page consultée le 12 février 2015
<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/couverture/20048?q=couverture#19940>

effet l'articulation, sur l'espace restreint de la page, de nombreux acteurs ayant tous pour fonction de permettre au spectateur de situer l'ouvrage dans le paysage éditorial et littéraire français, tout en étant chacun porteur de valeurs différentes. La symphonie énonciative réside ainsi non seulement dans la multiplication des acteurs présents sur la page, mais également des différents sens que leur présence implique.

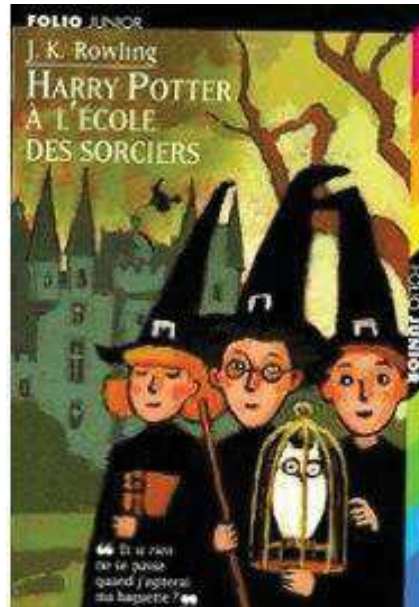


Fig. 2 : Edition Folio Junior 1998 (1ère édition)

- Le titre

L'élément le plus important en termes de taille et de graisse de police est le titre de l'ouvrage, *Harry Potter à l'école des sorciers*. Le spectateur de la couverture sait d'ores et déjà, à la lecture de ce titre, que le texte retrace l'histoire du personnage Harry Potter, que celui-ci est en âge d'aller à l'école et qu'il est probablement un sorcier. En plus de lui donner une première idée de l'intrigue, ce titre lui permet également d'ancrer le texte dans le genre fantastique, puisqu'il met manifestement en scène des éléments relevant du surnaturel, ce que peut confirmer l'illustration choisie.

- L'auteur

Bien que premier à apparaître sur la page, le nom de l'auteur est le deuxième élément textuel de cet espace, en termes de taille de police. Nous ne connaissons de son prénom que les initiales, « J. K. », et son nom de famille complet, « Rowling ». Les consonances très anglaises de ce nom, ainsi que celui de son personnage principal, situent ce texte dans l'univers du roman étranger, ce qui n'est pas neutre en termes d'image du texte, puisque cela lui permet de se placer dans la lignée d'ouvrages de

littérature jeunesse fantastique britannique comme *Alice in Wonderland*⁴⁵, *The Chronicles of Narnia*⁴⁶ ou encore *The Lord of the Rings*⁴⁷.

- La citation

L'élément le plus discret de la couverture est néanmoins rendu très visible par les guillemets stylisés employés ici et qui permettent de l'identifier comme une citation extraite du roman lui-même. La phrase « *Et si rien ne se passe quand j'agiterai ma baguette ?* » permet de situer l'œuvre dans un univers extraordinaire. Elle insiste sur l'importance d'un instrument traditionnel de l'imagerie fantastique, la baguette magique, présente le personnage comme un individu hésitant, potentiellement effrayé par ce qui lui fait face et soucieux de la maîtrise de ses pouvoirs. Enfin, grâce à l'usage de la ponctuation interrogative, cette citation permet de créer une sorte de complicité avec le spectateur qui se sent ainsi interpellé d'une part, et attend une réponse d'autre part.

- La collection

Le dernier élément textuel de cette couverture, que nous évoquons en dernier bien qu'il soit martelé à deux reprises sur la page, est la mention de la collection dans laquelle est publié cet ouvrage : « Folio Junior ». La collection encadre littéralement cette couverture par l'apparence formelle qu'elle lui imprime, avec son design si particulier, emblématique de la collection poche de Gallimard Jeunesse. Cet encadrement symbolique se manifeste également par la répétition, par deux fois, dans un espace restreint, du nom de la collection dans une police très visible, grasse, et dont le blanc ressort particulièrement bien sur le fond noir qui sert à l'accueillir. C'est la maison d'édition, à travers la charte Folio Junior, qui établit une démarcation entre le cœur de la première de couverture et l'extérieur de l'ouvrage. La maison d'édition encadre l'ouvrage, l'accompagne dans le corps social et signifie ainsi métaphoriquement qu'elle lui donne ses conditions d'existence.

- L'illustration

Le choix d'une illustration pour la première de couverture est, en creux, un autre moyen pour la maison d'édition de manifester sa présence sur cet espace. En effet, et nous nous référons ici à l'article « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet » d'Emmanuel Souchier, l'illustration est l'un des éléments constitutifs de

⁴⁵ CARROLL Lewis, *Alice in Wonderland*, Macmillan Editions, 1865 (première édition)

⁴⁶ LEWIS C.S, *The Chronicles of Narnia*, HarperCollins, 1950 (première édition)

⁴⁷ TOLKIEN J.R.R, *The lord of the rings*, George Allen & Unwin, 1954 (première édition)

l'identité de la littérature enfance jeunesse, et l'un des axes forts de l'ancrage de la filiale Gallimard Jeunesse dans le paysage éditorial français.⁴⁸

Cette dernière incarne également l'espace de mise en évidence d'un nouvel acteur : l'illustrateur, dont le travail vient renforcer les différentes significations induites par les autres entités textuellement convoquées en première de couverture.

Sont donc présents sur la première de couverture cinq éléments clés. L'auteur, tout d'abord, vecteur d'imaginaires relatifs à la qualité de l'ouvrage et à l'histoire littéraire dans lequel il s'inscrit. Le titre de l'ouvrage, donnant au spectateur de la page une idée de l'intrigue ainsi que du genre dans lequel elle s'inscrit. Une citation extraite du texte, fournissant des indications sur l'intrigue et le genre qui est le sien. Le nom de la collection, permettant d'ancrer l'ouvrage dans une maison d'édition bien précise, porteuse de ses propres valeurs et imaginaires. L'illustration, enfin, révélatrice de l'alliance entre une maison d'édition et un dessinateur. L'expression « symphonie énonciative » nous semblait plus adaptée que les mots « polyphonie énonciative » pour résumer cette incroyable richesse expressive sur l'espace restreint d'une première de couverture au format poche. Nous verrons que cette démarche proche de l'accumulation était nécessaire à la construction identitaire d'un ouvrage dont tous les éléments étaient, en 1998, totalement inconnus du public.

2) De multiples collections publiées par une seule maison d'édition

La place de l'éditeur, perçu comme créateur potentiel du sens et de la valeur du texte, a été au cœur de nos interrogations. C'est en vertu de ce parti pris théorique que nous avons mis en place notre corpus et notre méthodologie d'analyse.

a) Le geste éditorial, garant et créateur du sens

Les choix de corpus et de méthodologie d'analyse que nous avons effectués doivent ici être explicités et justifiés par l'ancrage théorique qui est le nôtre pour le présent travail. Afin d'infirmer ou de confirmer notre première hypothèse, nous avons eu recours à des analyses sémiologiques pour lesquelles nous avons porté une attention toute particulière au contexte⁴⁹. La chronologie de

⁴⁸ SOUCHIER Emmanuël, « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet », article cité, page 52 : « la littérature enfance jeunesse ne pouvait se créer une identité propre qu'à condition de se séparer de la littérature générale, fût-ce symboliquement ; ce qu'elle a notamment fait à travers l'innovation et l'illustration, c'est-à-dire à travers la forme matérielle de sa production. ».

⁴⁹ Le contexte nous semblait aussi important à prendre en compte dans le cadre des analyses sémiologiques que dans celui des analyses de discours telles que définies par Dominique Maingueneau: « L'idée même d'un

publication était en effet d'une importance primordiale pour comprendre nos objets, dont nous avons déjà dit plus haut que les modalités de présentation correspondaient à différents stades du geste éditorial. Notre étude cherchait de plus à démontrer l'importance du recours à des codes formels spécifiques dans le but de transmettre un message à une communauté de lecteurs ayant recours à, ou comprenant, ces mêmes codes.

Afin de mener ces analyses, nous avons suivi la méthode adoptée par Roland Barthes dans son article *Rhétorique de l'image*⁵⁰, et procédé suivant trois étapes : une première phase descriptive nous permettant de recenser l'ensemble des éléments de dénotation était suivie d'une phase d'analyse au cours de laquelle nous nous sommes penchée sur les messages scénique, linguistique, et iconique présents sur l'objet afin d'en comprendre les éléments de connotation. Pour finir, nous avons dégagé les éléments de convergence permettant de répondre à notre problématique⁵¹. Bien que notre corpus contienne des espaces de diffusion de textes, comme les quatrièmes de couverture des objets-livres étudiés, nous n'avons mené aucune analyse de discours. Nous avons privilégié ici les analyses sémiologiques qui nous permettaient de prendre en compte la matérialité de l'objet-livre, dimension capitale dans le cadre du travail de mise en édition d'un texte.

Le choix d'une telle méthode ne peut se révéler pertinent que dans le cadre d'un travail considérant le geste de la maison d'édition comme garant, voire créateur, d'un sens et de valeurs appliqués à l'objet-livre étudié. Nous nous référons ici aux travaux d'Emmanuel Souchier au sujet de la notion « d'énonciation éditoriale » telle qu'il la développe dans son article « L'image du texte, pour une théorie de l'énonciation éditoriale »⁵². A travers cette notion, Emmanuel Souchier nous invite en effet à adopter un regard de sémiologue sur les objets. Nous devons « prendre en compte la dimension graphique, visuelle de l'écriture, (ce qui) implique un autre regard, une attention autre que celle dévolue d'ordinaire au texte. »

Ce regard fait du lecteur habituel un sémiologue attentif, car le texte ainsi considéré présente une résistance physique, matérielle, une présence sociale et idéologique qui s'expriment à travers l'histoire et la culture. C'est toute cette épaisseur de l'écrit que convoque la notion d'énonciation éditoriale.⁵³

énoncé possédant un sens fixe hors contexte devient indéfendable », MAINGUENEAU Dominique, *Analyser les textes de communication*, ICOM, Armand Colin, réédition de 2012, première parution 1998, page 8

⁵⁰ BARTHES Roland, « Rhétorique de l'image », *Communication* numéro 4, 1964, pages 40 à 51

⁵¹ Un exemple d'analyse sera disponible en annexe de ce mémoire (annexe 3). Nous nous contenterons de livrer dans le corps du texte nos principales conclusions.

⁵² SOUCHIER Emmanuel, « L'image du texte, pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les Cahiers de Médiologie* numéro 6, 1998, pages 137 à 145

⁵³ SOUCHIER Emmanuel, « L'image du texte, pour une théorie de l'énonciation éditoriale », article cité, page 138

· Nous avons choisi de relier le concept d'énonciation éditoriale à une autre notion, capitale pour le présent travail, en nous appuyant sur la définition qu'Emmanuel Souchier en propose dans « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet ». Ce texte, présenté dans l'ouvrage collectif *Que faisons-nous du texte*⁵⁴ comme une proposition de réponse à la question « en quoi la genèse de l'œuvre (au sens littéraire du terme) [est] intimement liée à son histoire éditoriale et en quoi le 'texte mis sous les yeux du lecteur' [est] également le fruit d'une 'polyphonie énonciative' d'ordre éditorial »⁵⁵, lui permet de développer la notion « d'œuvre éditoriale »⁵⁶ à la suite de laquelle nous souhaitons nous inscrire. La maison d'édition, à travers son travail sur le livre, effectue un geste d'énonciation signifiant et, en transformant sa dimension graphique et visuelle, en fait ainsi un nouvel objet, autre que celui pensé initialement par l'auteur.

L'expression « genèse de l'œuvre (au sens littéraire du texte) » mérite d'être explicitée car elle interroge la notion de valeur du texte. Selon cette approche du geste éditorial, l'histoire d'un texte ne peut être considérée comme une suite d'événements concernant son écriture et ses modalités de réception dans le corps social sans que soient jamais prises en considération ses modalités de présentation formelle. Ces dernières sont même, pour une grande part, constitutives de la dimension littéraire de l'œuvre, autrement dit, de sa littérarité. Considérer le geste éditorial comme l'un des facteurs créateur de « ce qui fait d'une œuvre donnée une œuvre littéraire »⁵⁷ nous permet de proposer une solution à l'un des problèmes que Roger Fayolle soumettait au lecteur :

Le refus d'une mauvaise pratique de 'l'histoire' conduit à rechercher la littérarité comme une sorte de qualité essentielle dissimulée dans l'œuvre même, une sorte de vertu immuable (le procédé – la structure), intrinsèque au texte. Ne devons-nous pas plutôt rechercher *pour qui ? et dans quelles conditions historiquement déterminées* une œuvre donnée est donnée et reçue comme littéraire ?⁵⁸

Considérer le geste éditorial comme créateur d'un nouvel objet, différent de celui pensé par l'auteur du texte, nous permet d'envisager que cette action constitue l'une de ces « conditions historiquement déterminée » faisant une « œuvre littéraire » ; nous ne chercherons cependant pas ici à questionner la littérarité de l'ouvrage étudié, cette qualité relevant à nos yeux de la subjectivité

⁵⁴ JEANNERET Yves, MEEUS Nicolas (dir), *Que faisons-nous du texte ?*, Travaux de stylistique et de linguistique françaises : études linguistiques, PUPS, 2012, 188 pages

⁵⁵ SOUCHIER Emmanuel, « Le texte, objet d'une poïétique sociale », page 27, in JEANNERET Yves, MEEUS Nicolas (dir.), op. cit.

⁵⁶ SOUCHIER Emmanuel, « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet », article cité, page 47

⁵⁷ BERSANI Jacques, COLLOT Michel, JEANNERET Yves, REGNIER Philippe (eds), *Roger Fayolle, Comment la littérature nous arrive*, Presses Sorbonne Nouvelle, 2009, page 104, proposition de définition de la notion de littérarité

⁵⁸ Ibidem, page 106

de chaque lecteur. Notre recherche portera sur la manière dont la maison d'édition cherche à présenter l'objet publié comme investi de valeurs autres qu'économiques.

Nous avons ainsi choisi de considérer que les choix formels effectués pour l'objet-livre en constituent une métamorphose et le transforment tant dans sa matérialité que dans son image sociale et symbolique. Cette approche se situe en rupture totale avec les approches littéraires classiques. Roger Chartier dénonce ainsi dans *Culture écrite et société* « l'habitude d'attribuer l'œuvre littéraire à un nom propre et de la considérer comme le produit du génie créateur d'un individu singulier : l'auteur. »⁵⁹. Ici, c'est bel et bien le travail de la maison d'édition considéré comme geste créateur que nous chercherons à comprendre.

Les changements auxquels se soumet le texte intégré à un circuit d'édition seraient de plus significatifs de la perception que l'acteur maison d'édition a de lui et de la figure du lectorat qu'il projette à son sujet. Nous souhaitons nous inscrire à la suite d'une série de travaux menés en histoire de l'édition, bien que notre objet d'étude concerne les ressorts communicationnels à l'œuvre derrière le geste éditorial et non pas ses évolutions historiques⁶⁰. Les seuils physiques d'un livre, comme sa couverture, seraient ainsi révélateurs d'intentions autres que celles de l'auteur de l'ouvrage et doivent, à ce titre, être l'objet d'une étude attentive.

b) la maison d'édition, créatrice d'un nouveau livre par un travail sur l'objet

Des déclarations telles que « (des) dispositifs matériels distincts engagent le lecteur vers une nouvelle lecture »⁶¹ ou encore « aussi peut-on qualifier ce nouveau livre 'd'œuvre éditoriale' de la même manière que l'on qualifie une anthologie (...) d' 'œuvre composite' ou d' 'œuvre de seconde main' »⁶² permettent d'éclairer notre démarche. Elles reviennent en effet à envisager la maison d'édition comme créatrice, non plus d'un nouvel objet, d'une nouvelle forme, mais d'un nouveau texte à travers son travail sur l'objet, à considérer le travail sur la forme de l'ouvrage comme ayant une action sur son contenu. Ce processus a également fait l'objet d'interrogations dans le domaine de l'histoire de l'édition ; Roger Chartier écrit à ce sujet que « Lorsqu'il est reçu dans des dispositifs de représentation très différents les uns des autres, le « même » texte n'est plus le même. (...) Identifier les effets de sens produits par ces formes matérielles est une nécessité pour qui veut

⁵⁹ CHARTIER Roger, *Culture écrite et société, L'ordre des livres (XIV^{ème} – XVIII^{ème} siècle)*, op. cit., page 16

⁶⁰ « [Roger Chartier] précisait que c'est « dans l'aspect matériel du livre que s'inscrivent [les] intentions » des imprimeurs et des éditeurs », SOUCHIER Emmanuël, « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet », article cité, page 50

⁶¹ SOUCHIER Emmanuël, *ibidem*, page 54

⁶² SOUCHIER Emmanuël, *ibidem*, page 48

comprendre, dans leur historicité, les usages et les interprétations dont un texte a été l'objet. »⁶³. C'est la production d'effets de sens à travers le travail sur la forme que nous avons choisi d'étudier ici, non pas pour saisir historiquement les usages et interprétations relatives à un texte, mais pour comprendre de quelle manière celui-ci est transmis et reçu, et ce que cela implique en termes de représentations, d'imaginaires et de valeurs, qu'elles soient économique, culturelle, sociale ou symbolique.

L'examen du travail de traduction appliqué au titre est à cet égard particulièrement intéressant. Le titre de l'ouvrage, *Harry Potter à l'école des sorcières*, ne correspond en effet absolument pas à la traduction du titre anglais de l'ouvrage, *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. Des recherches menées sur le site internet de Gallimard Jeunesse nous ont appris que cette transformation relevait non du choix de l'auteur ou de celui du traducteur, mais de celui de la maison d'édition⁶⁴ ; cette évolution relève donc bien du geste éditorial et est lourde de conséquences sur l'image qu'il confère au texte.

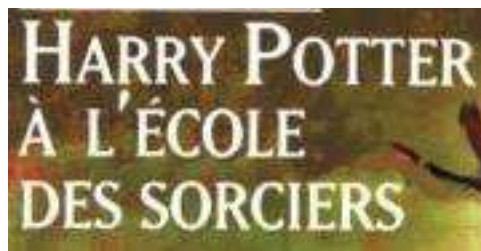


Fig. 3 : Détail de la première de couverture de l'édition Folio Junior 1998 (1ère édition) Espace du titre

Les deux mots « Philosopher's Stone », traduits dans le corps du livre par « Pierre Philosophale », ne sont pas signifiants pour tout lecteur français. La légende veut que cette pierre, créée par des alchimistes au Moyen Âge, soit capable de transformer le plomb en or et de donner la vie éternelle à son propriétaire. En trouver la recette a été l'obsession de bien des hommes, quitte à ce qu'ils pratiquent un art condamnable et condamné : celui de la sorcellerie. Cette référence n'est pas nécessairement connue de tout jeune lecteur français et nécessite la maîtrise d'une culture médiévale relativement solide.

⁶³ CHARTIER Roger, *Culture écrite et société, L'ordre des livres (XIV^{ème} – XVIII^{ème} siècle)*, op. cit., page 16

⁶⁴ Vidéo numéro 11 : « Pourquoi avoir traduit *Harry Potter and the Philosopher's Stone* par *Harry Potter à l'école des sorcières* ? », interview de Jean-François Ménard, traducteur du texte, par Jean-Philippe Arrou-Vignod en septembre 2013.

«*Harry Potter and the Philosopher's Stone*, les éditions Gallimard Jeunesse, et j'étais d'accord avec elles, trouvaient que c'était pas très évocateur pour un lecteur français, alors on a cherché un autre titre et on a trouvé *Harry Potter à l'école des sorcières*. » Onglet « vidéo » proposé sur le site internet de Gallimard Jeunesse pour la page consacrée à l'édition Folio Junior du tome I de la série. Page consultée le 31 mars 2015 www.gallimard-jeunesse.fr/catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers

Le choix d'un nom propre pour constituer le début du titre n'en facilite pas non plus la compréhension. En effet, si « la description définie est une désignation indirecte, puisqu'elle passe par des propriétés, le signifié du nom, pour accéder au référent (...) le nom propre désigne directement son référent. (...) Les noms propres (...) en effet ne disent rien sur les caractéristiques des individus qu'ils désignent. »⁶⁵. Le nom propre ne permet pas d'associer des valeurs ou des caractéristiques à une chose étant donné qu'il ne réfère à rien d'autre qu'à lui-même. Le personnage Harry Potter n'était pas connu en France en 1998 ; rien ne permettait donc au lecteur de savoir de qui il allait être question dans l'ouvrage qu'il tenait entre les mains. Or l'élément descriptif du titre, « philosopher's stone », ne pouvait pas non plus générer l'association de signifiés et de référents dans l'esprit du lecteur.

La transformation du titre *Harry Potter et la pierre philosophale* en quelque chose de différent, *Harry Potter à l'école des sorciers*, influence nécessairement la représentation que le spectateur de la première de couverture peut avoir de l'intrigue. Il met en avant d'autres éléments clés que ceux constituant l'histoire, mais permet au lecteur de la couverture d'en savoir plus sur l'univers auquel il s'apprête à se confronter. Ce titre permet en effet de savoir dès le seuil de l'ouvrage que le texte retracera l'histoire du personnage Harry Potter, que celui-ci est en âge d'aller à l'école et qu'il est probablement un sorcier. En plus de lui donner une vague idée de l'intrigue, ce titre lui permet également d'ancrer le texte dans le genre fantastique, puisqu'il met manifestement en scène des éléments relevant du surnaturel.

3) L'intrigue « ouverte »

Le titre *L'œuvre ouverte*, choisi par Umberto Eco pour l'un de ses ouvrages, nous a semblé pouvoir illustrer justement le premier stade de l'existence de la série *Harry Potter* dans l'espace public français. Il y théorisait en effet les modalités d'ouverture d'œuvres dont le sens ne naît plus uniquement des décisions d'un auteur tout puissant, mais également de l'interprétation qu'en auraient les lecteurs. C'est à la lumière de ces analyses que nous souhaitons à présent nous pencher sur le geste de la maison d'édition sur les ouvrages qu'elle publie.

a) La nécessaire identification de l'intrigue: premier stade du geste éditorial

L'année de publication de l'ouvrage *Harry Potter à l'école des sorciers*, 1998, correspond à un premier stade du geste éditorial. Publiant le texte inédit d'un auteur inconnu, la maison d'édition est

⁶⁵ MAINGUENEAU Dominique, op. cit., page 219

face à la nécessité de le faire connaître et reconnaître dès le seuil de l'ouvrage, à savoir sa couverture.

Nous observons sur la première de couverture de l'édition Folio Junior 1998 une multiplication des signes et des indices de sens nécessaires à la compréhension et à la présentation d'une intrigue inconnue.

Les modalités de répartition entre le texte et l'image sur cette première de couverture nous permettent d'observer un certain équilibre entre les éléments iconiques et linguistiques. En effet, si les logos « Folio Junior », le nom de l'auteur, le titre de l'ouvrage ainsi que la citation extraite du texte se cantonnent aux espaces périphériques de la page, ils encadrent l'image et viennent la renseigner. La concentration des couleurs claires au centre de la page invite l'œil à se focaliser sur le haut du corps des personnages, leurs visages et leurs mains. Cependant, l'abondance d'éléments textuels, qui sont au nombre de cinq, autour de ces figures centrales, est une invitation à une lecture globale de la page. Le texte ne suffit pas à la compréhension du sujet de l'ouvrage, l'illustration et la multiplication des signes figuratifs sont indispensables pour permettre la bonne appréhension du contenu du texte.

La multiplication des éléments iconiques sur cette première de couverture vient donc consolider ce phénomène d'identification de l'inconnu par le recours à des codes connus: la charte graphique riche en couleurs de Folio Junior encadre une illustration composée de plusieurs personnages, d'éléments de décor, de couleurs variées sur laquelle viennent s'inscrire des mentions renvoyant à l'auteur, à l'intrigue, au texte. Tous les éléments indispensables à un premier aperçu de l'intrigue elle-même sont présents, à travers la mise en scène des trois personnages principaux et de leurs caractéristiques majeures ainsi que celles de l'univers du roman.

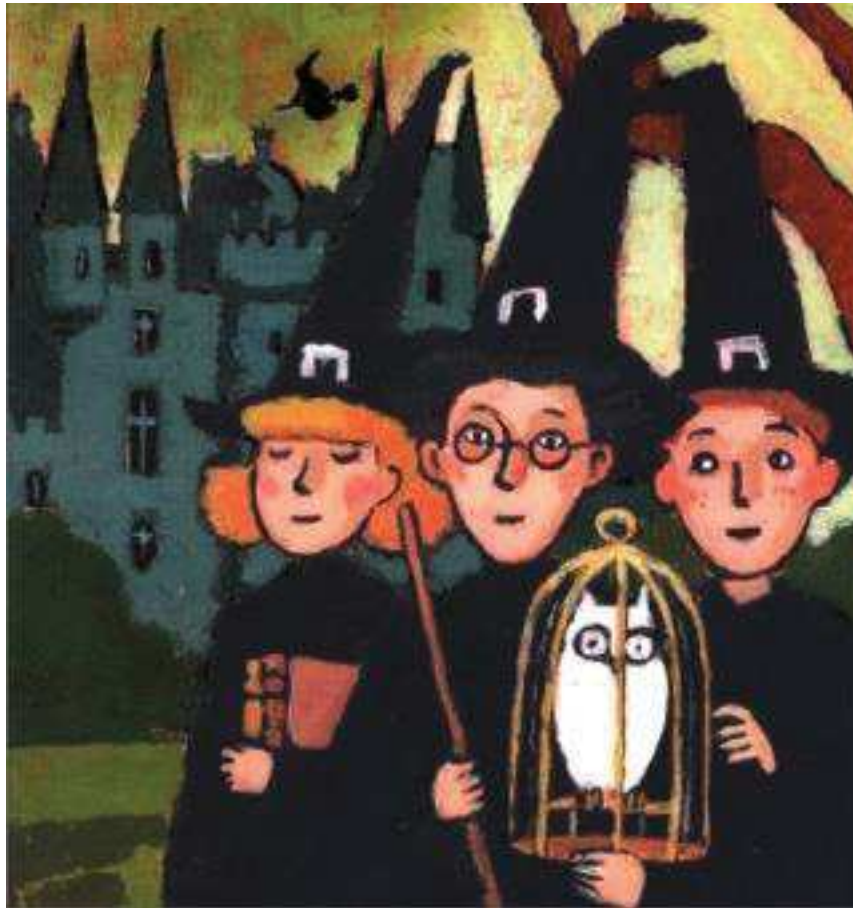


Fig. 4 : Détail de la première de couverture, Folio Junior 1998 (1ère édition), Espace de l'illustration

Ainsi, c'est Poudlard, la fameuse « école des sorciers » mentionnée dans le titre français, que l'on voit représenté selon les canons du château hanté ; ses multiples tourelles, ses fenêtres étroites et sa couleur gris foncé lui confèrent en effet un aspect lugubre. De même, les attributs vestimentaires des personnages, ainsi que leurs attitudes, permettent de les identifier immédiatement comme des sorciers en jouant à la fois sur le caractère surprenant de leurs positions et sur les éléments traditionnels de l'imagerie fantastique: l'un d'entre eux vole dans le ciel sur un balai, un autre tient dans sa main une baguette magique et une chouette Harfang en cage, la dernière tient dans ses bras des grimoires reliés plein cuir, tous enfin portent des chapeaux pointus.

Les aventures de Harry Potter n'avaient pas, en 1998, la notoriété qu'elles peuvent avoir aujourd'hui ; cependant, chacun des trois personnages est présenté dans une position permettant au spectateur de l'image d'en identifier les caractéristiques majeures au premier coup d'œil. Harry, le personnage principal et éponyme, est situé au centre de la page, légèrement devant les deux autres. Le fait que ses deux mains soient occupées à tenir des objets pour le moins surprenants attire davantage l'attention sur lui, puisque les messages iconiques se multiplient. De même, c'est sur lui que se concentrent les couleurs les plus claires de la page, et donc la lumière : ses deux mains sont visibles, tâches roses qui viennent se détacher sur le fond noir de sa robe, de même que les plumes

blanches de sa chouette. Ses cheveux noirs et ses lunettes rondes permettent de plus au lecteur averti de le reconnaître immédiatement.

Le personnage situé à sa gauche présente un certain nombre de caractéristiques qui attirent l'attention sur elle : ses cheveux roux clairs constituent une note de couleur remarquable dans cet univers terne de vert foncé et de gris, et les deux grimoires d'une teinte marron clair qu'elle tient dans ses bras attirent également l'attention du spectateur. Le spectateur informé identifiera aisément Hermione, seul personnage féminin important dans l'entourage de Harry, dont les cheveux mal coiffés et l'amour de la lecture sont les caractéristiques principales. Ses yeux fermés et son sourire songeur peuvent induire un certain détachement, et sa position légèrement en retrait renvoyer à un rôle peut être moins important que celui des deux autres personnages.

Reste le troisième individu situé à la droite de Harry. Ses cheveux roux foncés et ses taches de rousseur constituent ses seules caractéristiques notables. Son sourire discret et sa main posée sur l'épaule de Harry peuvent permettre au spectateur de l'identifier comme un proche, voire un ami, du personnage principal, mais il n'apprendra rien d'autre concernant ses goûts ou ses habitudes. Tous ces éléments iconiques peuvent permettre de deviner un certain nombre d'éléments de l'intrigue du roman, à commencer par le nombre de personnages importants, leurs caractéristiques physiques, voire mentales pour certains, leur positionnement dans l'intrigue, leur lieu de vie et leurs activités.

b) L'enjeu du genre : le choix de la littérature jeunesse

Publié dans une maison d'édition française de renom, Gallimard Jeunesse, l'ouvrage doit néanmoins faire face à une double difficulté : celle de s'inscrire dans sa ligne éditoriale, à savoir la publication de romans destinés aux enfants, et celle de légitimer son apparition dans le paysage littéraire français. Ces mots de Dominique Fernandez dans la préface du roman *Vingt ans après* illustrent l'image relativement négative parfois associée aux ouvrages de littérature enfance jeunesse: « Faut-il reléguer (Alexandre Dumas) au rang des auteurs pour la jeunesse, ou lui donner une place dans l'histoire littéraire ? »⁶⁶. Selon cet essayiste, un livre pour la jeunesse peut ne pas être considéré comme ayant une valeur littéraire. Le travail de la maison d'édition en 1998 est donc double : créer une identité à un texte au contenu inconnu, écrit par un auteur dont personne ne connaît le nom, et lui donner une légitimité. Cette légitimation passe ici par un jeu sur l'image de la maison d'édition Gallimard Jeunesse à travers l'ancrage de l'ouvrage, par le recours au stéréotype, dans des genres de prédilection de la maison : la littérature jeunesse et le genre fantastique. La notion de stéréotype nous semblait particulièrement intéressante à appliquer à notre objet dans la mesure où elle

⁶⁶ FERNANDEZ Dominique, article cité, page 7

correspond à « des représentations toutes faites, des schèmes culturels préexistants, à l'aide desquels chacun filtre la réalité ambiante. »⁶⁷. Il y a donc bien dans le stéréotype une action de médiation accompagnant l'individu dans sa perception du réel ; le stéréotype est le moyen par excellence d'identification d'un élément inconnu à l'aide de codes culturels connus et assimilés par l'individu.

Les éléments textuels nombreux, que nous évoquions plus haut pour présenter la symphonie énonciative caractéristique de ce premier âge du geste éditorial, nous avaient permis de dégager trois grands axes d'analyse pour cette première de couverture : la mise en évidence d'un univers et d'une intrigue fantastique, l'appartenance au genre de la littérature jeunesse et enfin l'ancrage dans un univers littéraire français, celui de la maison Gallimard Jeunesse. La multiplication des indices textuels contribue donc bien à ancrer le texte dans des univers eux-mêmes multiples, tout en permettant au spectateur de la page de l'identifier par un phénomène d'assimilation de l'inconnu au connu. Différents éléments donnent ainsi à lire, de manière explicite, le genre de la littérature jeunesse :

- L'illustration

Le choix d'un dessin pour orner la couverture permet à l'éditeur de réaffirmer l'appartenance de cet ouvrage à la catégorie littérature jeunesse, de même que le choix du dessinateur Jean-Claude Götting. Cette figure de référence dans l'univers de l'illustration pour la littérature enfance jeunesse⁶⁸ lui permet d'ancrer encore un peu plus l'ouvrage dans ce genre tout en lui conférant la légitimité liée à l'autorité de la figure choisie pour l'illustrer.

L'insistance autour d'éléments relevant de l'imagerie traditionnelle de la magie, comme la baguette magique, le hibou, le chapeau pointu, le balai volant, le château potentiellement hanté, les branches d'arbre aux pointes acérées et le recours à des couleurs très sombres, permet quant à elle l'ancrage du texte dans le genre fantastique.

⁶⁷ AMOSSY Ruth, HERSCHBERG PIERROT Anne, *Stéréotypes et clichés*, collection 128, Armand Colin, 2009, page 26

⁶⁸ « En 1987, (Jean-Claude Götting) reçoit le prix du meilleur album, à Angoulême. Puis il se consacre à l'illustration et à la peinture. Auteur de nombreuses couvertures de romans, il donne un visage au célèbre Harry Potter dans son édition française dès la parution du premier tome en 1998 *Harry Potter à l'école des sorciers*. ». Onglet « les illustrations », site officiel Harry Potter par Gallimard Jeunesse. Page consultée le 22 avril 2015.

www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/home.php?p=hp_image&frise=1



Fig. 5 : Détails de la première de couverture, Edition Folio Junior 1998 (1^{ère} édition). Le balai volant, le grimoire et le hibou: stéréotypes du fantastique

- Les couleurs

Nous avons choisi de nous référer, pour l'analyse du choix des couleurs employées sur cette première de couverture, au *Dictionnaire des couleurs de notre temps, Symbolique et société* de Michel Pastoureau. Il explique en effet dans l'introduction à cet ouvrage qu'il souhaitait se « pench[er] sur la place de la couleur dans la société occidentale contemporaine »⁶⁹. Ce parti pris théorique est particulièrement intéressant dans le cadre de nos analyses puisqu'il nous donne accès aux symboliques que recouvrent ces couleurs pour une population occidentale et européenne contemporaine. Or, nous considérons que les choix formels de la maison d'édition s'adressent à un public spécifique, celui de jeunes lecteurs français entre 1998 et 2012. Nous ne considérons pas que les symboliques associées aux couleurs soient absolues ni qu'elles relèvent de l'évidence, mais bien qu'elles sont dépendantes du contexte culturel, social, historique et géographique dans lequel nous nous inscrivons.

Les deux principales couleurs choisies pour cette première illustration renvoient à des imaginaires et à des symboliques relativement négatives : Michel Pastoureau écrit à propos du vert qu'il s'agit d'une couleur à la « mauvaise réputation (puisqu') ambivalente : c'est tout à la fois la couleur de la fortune et de l'infortune, de la chance et de la malchance. »⁷⁰. Ses symboliques associées, « couleur du Diable et de l'étrange (...), inquiétant », « couleur acide, qui pique et empoisonne »⁷¹, se rapportent à celle du noir, deuxième couleur la plus importante sur cette première de couverture,

⁶⁹ PASTOUREAU Michel, *Dictionnaire des couleurs de notre temps, Symbolique et société*, Collection Images et symboles, Editions Bonneton, page 9

⁷⁰ Ibidem, page 199

⁷¹ Ibidem, page 200

« couleur de la mort : enfer, diable, ténèbres », « couleur de la tristesse, de la solitude, de la mélancolie »⁷². L'atmosphère générale de la page est donc plutôt sombre. Ce parti pris peut sembler étrange pour une illustration pour la jeunesse. S'il permet de connoter l'atmosphère fantastique et irrationnelle de l'intrigue, il ne traduit cependant pas certaines qualités de l'ouvrage comme le fait qu'il soit « drôle » ou « truffé de rebondissements », ce qui est pourtant mis en valeur en quatrième de couverture. L'aspect relativement sombre de la couverture peut correspondre au désir initial de la maison d'édition de toucher des lecteurs de dix ans et plus, et donc d'inscrire le texte en littérature jeunesse plutôt qu'enfantine. Le choix des couleurs est ainsi une manière pour la maison d'édition de positionner le texte dans le paysage de la littérature jeunesse.

- Les mots clés

Nous pouvons retrouver ce désir de catégoriser l'ouvrage dans un genre sur l'espace de la quatrième de couverture, dans les modalités de présentation formelle du texte choisi pour le résumer. Certains mots sont en effet soulignés et mis en valeur par l'éditeur à travers le recours à une police grasse et à une couleur différente des autres. Tous renvoient à l'univers fantastique et mystérieux qui est celui que nous décrivions au sujet de la première de couverture. Ainsi, « Harry Potter », un nom aux consonances anglaises, sonnera de manière étonnante aux oreilles du lecteur qui ne connaît pas ce personnage, et renverra immédiatement à l'univers des sorciers pour le lecteur familier de l'intrigue : dans les deux cas, c'est la dimension mystérieuse de l'ouvrage qui est ainsi mise en valeur. Les mots « géant », « mage » et « sorcier » connotent tous l'univers de la sorcellerie. Quant aux mots « mystère », « explorer » et « aventures », ils permettent d'ancrer cette fiction dans une deuxième catégorie, celle du roman d'aventures. Ces deux axes de catégorisation, celui de la littérature fantastique et celui de la littérature enfance jeunesse, connotés par le recours à des stéréotypes du genre en première de couverture, se voient ici répétés et confirmés sur l'espace dédié à la description des ouvrages.

c) le personnage principal, vecteur du sens

Le choix du titre de l'ouvrage, s'il change le sens initial du titre anglais originel, respecte néanmoins le choix de le faire commencer par le nom du personnage principal : Harry Potter. Nous le disions plus haut, « les noms propres (...) ne disent rien sur les caractéristiques des individus qu'ils désignent. »⁷³ ; pour autant, la construction de la couverture de la première édition de l'ouvrage *Harry Potter à*

⁷² Ibidem, page 131

⁷³ MAINGUENEAU Dominique, op. cit., page 219

l'école des sorciers semble se faire autour de cette figure du personnage principal, institué de ce fait vecteur de l'identité et du sens de l'ouvrage.



Fig. 6 : Détails de la première et de la quatrième de couverture de l'édition Folio Junior 1998 (1^{ère} édition). Les huit Harry

La nécessité de permettre la compréhension du contenu du texte implique l'identification de ses principaux éléments : le personnage principal, Harry Potter, est ainsi représenté à trois endroits différents de la couverture, et mentionné à de très nombreuses reprises puisque son nom est cité six fois sur cet espace restreint. Personnage central sur la première de couverture, il est l'élément sur lequel se concentre le regard du fait de la scénographie générale de la page. Toutes les couleurs claires se concentrent sur lui, avec le rose pâle de son visage et de ses deux mains, ainsi que le blanc de sa chouette. Il est également le lieu où se concentre le plus grand nombre d'éléments sur la page : il porte un chapeau, comme ses camarades, mais ses deux yeux sont ouverts contrairement à ceux de sa voisine qui sont fermés, il est le seul dont on voit les deux mains grâce auxquelles il porte deux objets : une chouette Harfang en cage et une longue baguette magique. Les modalités de représentation de Harry en font le cœur de la page, et sont pensées de manière à en dire le plus possible de ce personnage.

En aucun endroit de la première de couverture il n'est possible d'affirmer de manière catégorique que ce personnage, central sur la page, est le personnage évoqué dans le titre. Cependant, en quatrième de couverture, nous pouvons observer un portrait en pied du même personnage, légendé

cette fois-ci, dans lequel nous apprenons que « Harry attendait les leçons de vol avec impatience ». Enfin, la reproduction de la première de couverture du tome II de la série, légendée également, en quatrième de couverture, nous permet d'observer une troisième représentation du personnage principal. Ce foisonnement illustratif comme textuel semble bel et bien avoir pour fonction de permettre l'identification de l'élément central de l'ouvrage : son personnage principal.

Si le choix du titre et de sa structure autour du nom de personnage n'est remis en cause à aucun moment de l'aventure éditoriale de la série *Harry Potter*, nous observerons la disparition continue de ces illustrations, preuve de l'installation progressive d'une autorité de la figure du personnage principal.

B) L'enrichissement symbolique au prix de la raréfaction sémiotique ?

Le deuxième stade du geste éditorial se joue autour de nouveaux impératifs communicationnels : la série *Harry Potter*, devenue connue dans l'espace public français, ne nécessite plus de la maison d'édition qu'elle en facilite l'identification, ni qu'elle en proclame l'originalité.

1) De la création d'identité à la désingularisation

C'est à travers la mise en évidence d'une dynamique complexe, prise en tension entre la création de traits caractéristiques propres à la série et la création d'éléments propices à sa comparaison avec d'autres objets existant dans le corps social que nous avons choisi d'aborder le deuxième stade de l'existence éditoriale d'*Harry Potter* en France.

a) le deuxième stade du geste éditorial: sélection progressive des traits et raréfaction du sens

D'inconnu éditorial, le livre *Harry Potter à l'école des sorciers* devient progressivement membre du catalogue de la maison d'édition Gallimard Jeunesse, représentant de la littérature enfance jeunesse, et s'inscrit dans le genre fantastique. L'accumulation d'informations, qu'elles soient iconiques ou textuelles, au sujet de l'intrigue et de son personnage principal, permettent à la maison d'édition de souligner les éléments d'identité propres à l'ouvrage. Elle crée ainsi des repères qui resteront stables tout au long de l'aventure éditoriale que représente la série *Harry Potter*, comme ceux relatifs à la figure du personnage principal, à celles de ses adjouvants ou encore aux caractéristiques de l'univers dans lequel ils évoluent.

Un deuxième stade du geste éditorial, dont nous avons daté l'origine à l'année 1999, soit un an après la sortie en France de l'ouvrage, marque le début d'une nouvelle stratégie : celle de la stabilisation de

cette identité et de sa consolidation dans l'esprit du public. Nous avons choisi de considérer cette stabilisation comme un enrichissement symbolique dans la mesure où elle permet à l'objet-livre d'assumer une identité propre n'ayant plus besoin, pour se constituer, d'avoir recours à la référence ou aux stéréotypes. Ce faisant, cet enrichissement passe à nos yeux par une nécessaire raréfaction sémiotique. L'objet-livre, pour lequel la maison d'édition sélectionne quelques traits représentationnels principaux, n'affiche plus l'abondance sémiotique ni la polyphonie énonciative que nous évoquions en première partie.

Nous prendrons ici pour exemple la première de couverture de l'édition Folio Junior mise sur le marché à partir de l'an 2000, afin de nous permettre une comparaison pertinente avec les éléments évoqués précédemment.

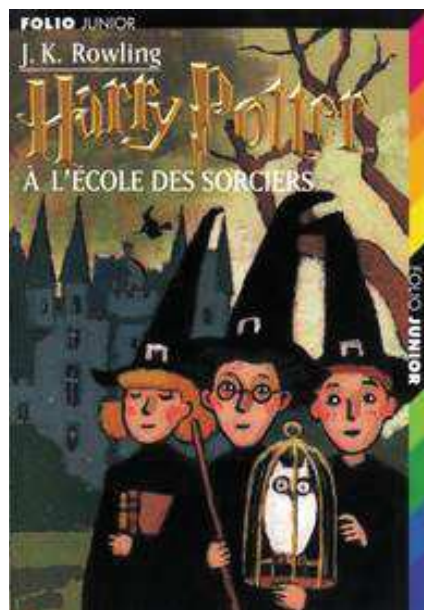


Fig. 7 : Première de couverture de l'édition Folio Junior 2000 (2ème édition)

Les éléments de changement ne semblent pas très nombreux. Pourtant, l'organisation formelle et la scénographie générale de la page ont connu de nombreuses évolutions conduisant à l'affaiblissement de la présence d'un certain nombre d'acteurs de la page, à l'amoindrissement de la polyphonie énonciative et donc à la raréfaction du sens.

- La police

L'apparition d'une nouvelle police pour désigner les mots « Harry Potter », qui, rappelons-le, est le nom du personnage principal occupant les premiers mots de chacun des titres de cette série, est, à nos yeux, lourde de conséquences et de significations. Une très nette séparation est effectuée entre le titre de la série et celui du tome I (*à l'école des sorciers*) ce qui confère une importance plus grande à la série, à la collection complète des ouvrages, qu'à l'intrigue de ce livre précis.

- La citation

La disparition de la citation en pied de page nous permet également de postuler l'effacement progressif de l'importance accordée au contenu des textes. Le seul témoignage direct renvoyant au contenu de l'ouvrage disparaît, ne laissant plus présents sur la page que des manifestations de l'auteur, de la série et de la maison d'édition leur offrant leurs cadres d'expression.

Cependant, même ces trois éléments, relatifs à des énonciations particulières et autonomes, semblent perdre en puissance. En effet, la taille de la police choisie pour représenter les deux mots « Harry Potter », ainsi que leur couleur, attirent l'attention sur cet espace de la page, rendant extrêmement discrète la présence du nom de l'auteur situé juste au-dessus ainsi que celle du sous-titre situé juste en dessous.

De même, la citation, qui incarnait un procédé d'interpellation et de conversation établie avec le lecteur, n'est plus d'actualité. La question que posait Harry (« et si rien ne se passe quand j'agiterai ma baguette ? »), hors de son contexte narratif, s'adressait au lecteur sous forme d'une interpellation, nécessairement rhétorique certes, mais qui créait une forme de suspense et d'implication du spectateur dans l'intrigue qu'on lui donnait à lire. Nous pouvons voir là une transformation de la relation projetée par la maison d'édition avec le lecteur au moment de l'élaboration de la couverture. Cette disparition d'une citation extraite de l'œuvre, cette disparition de la question adressée au lecteur, marque peut être une étape de l'effacement de la présence de la maison d'édition de l'espace de la page, à travers une discrétion accrue de son geste éditorial.

b) Vers une logique de marque : le cadre de la série

Cette raréfaction des signes et l'amoindrissement de la symphonie énonciative initiale, significatifs d'une stabilisation de l'identité d'un ouvrage qui a de moins en moins besoin de la légitimité associée à d'autres acteurs que lui-même, se double d'une mise en système de l'objet-livre au sein d'une série. La stabilisation de l'identité de l'ouvrage passe paradoxalement par sa désingularisation ; son identité naît de celle d'un ensemble, celui de la série *Harry Potter*.

- Le nom du héros comme logo

La logique choisie pour mettre en scène le titre *Harry Potter à l'école des sorciers* à partir de l'édition Grand Format Littérature de 1999 et ce, jusqu'en 2007, est tout à fait révélatrice d'une démarche de création de marque. En effet, à partir de cette édition, ce que nous avons choisi de considérer comme le logo Harry Potter est utilisé pour la toute première fois par la maison Gallimard Jeunesse.

Inscrit en lettres d'or quelle que soit l'édition observée, travaillé en relief dans certain cas, cet élément contribue tout d'abord à séparer la série *Harry Potter* de l'ouvrage narrant ses aventures à *l'école des sorciers*, qui n'est plus qu'un élément parmi d'autres appartenant à cette série. La police utilisée pour les deux mots « Harry Potter » sert à partir de 1999 à désigner un titre, celui de la série, quand les mots qui suivent servent à désigner le sous-titre, celui de l'ouvrage.



Le « logo » Harry Potter, édition Grand Format Littérature 1999, détail de la première de couverture



Le « logo » Harry Potter, édition Folio Junior 2000, détail de la première de couverture



Le « logo » Harry Potter, édition Folio Junior 2007, détail de la première de couverture

Fig. 8 : Détails des premières de couverture des éditions Grand Format Littérature 1999, Folio Junior 2000 et Folio Junior 2007. Le "logo" Harry Potter

Cette séparation constitue de plus le premier élément concret d'une logique de création d'identité proche de celle de la marque. Cette assimilation de la série *Harry Potter* à une marque est à nos yeux

l'indice d'un fonctionnement en système. L'identification de l'objet passe par un phénomène d'identification global, l'objet s'inscrivant dans un ensemble beaucoup plus large que lui-même.

Ce phénomène se joue ici autour de la figure d'Harry Potter et de ses modalités d'inscription sur l'espace de la couverture. Celles-ci non seulement ont toutes les caractéristiques formelles d'un logo mais en prennent également la puissance circulante et connotative. Nous nous fondons ici sur le travail de définition de la notion de « logo » par Jean-Marc Lehu dans son *Encyclopédie du Marketing*. Il y note en effet que le logo est un « groupe d'éléments graphiques qui symbolisent, de manière spécifique et permanente, un nom, une marque (...). Pour une identification plus aisée, on lui associe parfois un nom - en extension ou sous forme de signe - de l'élément représenté. Le choix de la police de caractères, sa taille, sa graisse et sa chasse doivent être testées minutieusement »⁷⁴.

Les mots « Harry Potter » seront, quelle que soit l'édition, toujours inscrits dans des lettres de taille plus importante que celle des autres mots de la page et dans une couleur dorée très vive et brillante. Elles seront également disposées de manière à pouvoir accueillir un élément iconique de la série, l'éclair (qui vient constituer le pied de la lettre « P »). Celui-ci renvoie à un symbole que les amateurs de la série peuvent immédiatement identifier : il s'agit de la cicatrice que Harry porte sur le front, seule marque visible de l'attaque à laquelle il doit son surnom de « Survivant ». La disposition des lettres donne l'impression qu'elles flottent dans l'espace de la page, puisqu'aucune n'est la même hauteur que les autres, ce qui donne un aspect très particulier à ces deux mots qui n'en incarnent que plus un statut d'exception. La dimension fantastique de l'histoire du jeune sorcier est subtilement rappelée par l'aspect flottant des lettres du nom du héros ainsi que par l'éclair qui orne la première lettre de son nom de famille.

Nous observons bien ici l'association entre des éléments visuels d'ordre symbolique, l'éclair, l'acte de lévitation, et un nom désignant explicitement l'objet dont il est question, caractéristique, selon Jean-Marc Lehu, de la notion de logo.

- Le cadre juridique

Le deuxième élément nous permettant de voir une dimension logotypique dans cet élément graphique est la mention du sigle « TM » à la droite de l'objet : signifiant « trade mark », ce signe américain sert à « indiqu[er] que le nom qui le précède est une marque de produits »⁷⁵.

⁷⁴ LEHU Jean-Marc, *L'encyclopédie du Marketing*, entrée « Logo », page 434

⁷⁵ Ibidem, entrée « TM », page 784

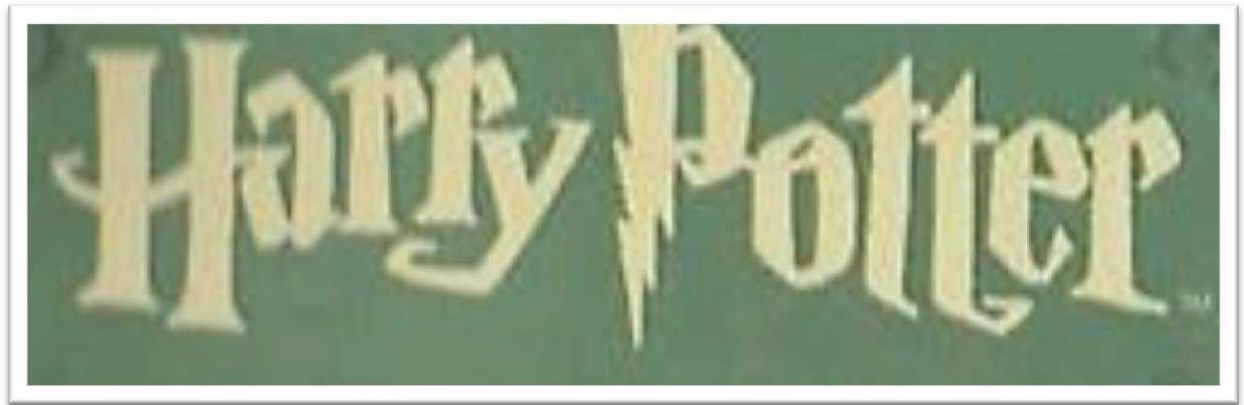


Fig. 9 : Détail de la première de couverture de l'édition Limitée 2008, Espace du Titre. Le sigle "TM", ancrage de lettres flottantes

Une lecture attentive des premières pages de l'ouvrage permet de découvrir que « Harry Potter, names and related indicia are copyright and trademark Warner Bros., © 2000 »⁷⁶. Nous pouvons en effet observer que cet élément graphique est utilisé sur l'ensemble des produits dérivés de la série littéraire ainsi que sur les affiches de film. Cette modalité de circulation nous permet bel et bien d'affirmer le statut de logotype des deux mots « Harry Potter » tels que retranscrits à partir de la première de couverture de l'édition Grand Format Littérature 1999. Cette modalité d'affichage, en plus de permettre l'unification de la série, par des codes graphiques valables pour tous les éléments la constituant, conduit également à inscrire l'ouvrage publié par la maison Gallimard Jeunesse dans un circuit économique plus large que celui de l'édition française. En reprenant la graphie utilisée au cinéma et dans les autres pays proposant la série *Harry Potter* à la vente, la maison Gallimard Jeunesse permet l'identification de son œuvre éditoriale à un mouvement international touchant des œuvres parues sur des supports variés.

- Le personnage comme marque

En représentant le nom propre sous forme d'un logo, la maison d'édition en permet de plus une identification en tant qu'autre chose qu'un nom propre qui, nous le disions précédemment, ne connote rien d'autre que la personne à laquelle il renvoie. Le statut de logo fait de « Harry Potter » un élément comparable à une marque, contribuant à associer son nom à une série de caractéristiques et de valeurs. Dominique Maingueneau revient sur les conséquences de la prise de parole d'une marque dans *Analyser les textes de communication* : « 'La marque joue le rôle de concepteur du produit, responsable de sa qualité. La marque a donc une fonction **testimoniale**.' Par la marque, le fabricant prend position vis-à-vis de son annonce, en garantissant l'authenticité et en

⁷⁶ « Harry Potter, les noms et tous les éléments associés sont soumis au copyright et au dépôt de marque par Warner Bros. », ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, op. cit., 2000, page 2 (traduction libre).

assumant la responsabilité. »⁷⁷ Il ajoute par la suite que, « de plus en plus, en effet, la marque se détache du statut de fabricant de produit pour devenir un producteur de discours qui visent à investir ses produits d'un certain nombre de *valeurs* spécifiques »⁷⁸.

Cette logique de création de marque constitue une sorte de discours, à travers ici des formes graphiques, investissant la figure de « Harry Potter » de valeurs facilement identifiables. Il n'est donc plus besoin, comme au début de cette aventure éditoriale, d'associer à ce nom des éléments d'identification relevant du stéréotype de genre. Nous observons bien de quelle manière l'ouvrage est désingularisé au nom de problématiques identitaires visant à une raréfaction et à une stabilisation des codes utilisés.

c) La mise en marque : le cadre de la collection

Cette désingularisation des objets-livres passe également par leur ancrage dans diverses collections. Si *Harry Potter à l'école des sorciers* est, quelle que soit la situation analysée, le premier tome de la série *Harry Potter*, l'objet-livre, lui, appartient nécessairement à une collection bien précise. Certaines sont facilement identifiables car emblématiques de la maison d'édition Gallimard Jeunesse, comme cela est le cas de la célèbre collection Folio Junior. D'autres sont en revanche moins connues, comme cela peut être le cas de l'édition Grand Format Littérature, voire complètement inconnues du public car nouvellement créées, comme la série Bibliothèque Gallimard Jeunesse. Le cas de collections créées spécialement pour les besoins de la série, comme l'édition Grand Format Littérature de Luxe, implique de questionner leurs modalités d'identification.

Toutes ont connu, au fil des différents stades du geste éditorial touchant à la série *Harry Potter*, de nombreuses évolutions. Celles-ci vont toujours dans le sens d'une insistance sur le statut sériel de la publication à travers le design appliqué à la collection elle-même. Nous prendrons comme exemple le cas de la collection Folio Junior publiée en 2011. Celle-ci insiste fortement, par ses caractéristiques formelles, sur la continuité de la série d'un livre à l'autre. Cette stratégie n'était pas celle adoptée pour les premières publications, où chaque tome arborait une couverture bien à lui. Le seul élément d'identité résidait alors dans la charte graphique ; celle-ci était cependant valable pour tous les ouvrages parus dans la collection concernée et non uniquement pour les livres publiés dans la série *Harry Potter*.

Cette édition Folio Junior, sortie en 2011, marque une rupture très nette avec les ouvrages publiés entre 1998 et 2010. Ces derniers, bien que présentant des différences importantes les uns avec les

⁷⁷ J.M ADAM et M. BONHOMME in *L'Argumentation Publicitaire*, Paris, Nathan, 1997, page 57 cités par Dominique Maingueneau, op. cit., page 244

⁷⁸ MAINGUENEAU Dominique, op. cit., page 244

autres, étaient néanmoins tous illustrés par le même dessinateur, arboraient une scénographie semblable et les mêmes couleurs en première de couverture. Avec cette nouvelle édition, nous observons l'irruption d'un nouvel acteur, le graphiste John Gray, et la disparition d'un autre, le dessinateur Jean-Claude Götting. Les couvertures des sept ouvrages sont ainsi repensées par ce designer, qui abandonne définitivement l'illustration figurative au profit de la représentation plus abstraite d'éléments symboliques de la série.

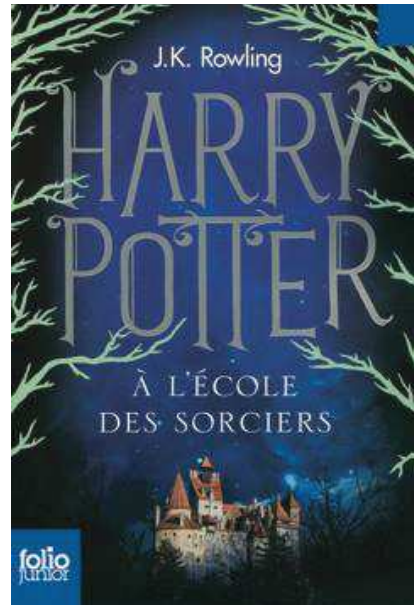


Fig. 10 : Première de couverture de l'édition Folio Junior 2011 (4ème édition)

Nous pouvons observer, pour la première de couverture du tome I, la représentation de Poudlard, l'école des sorciers, sur un fond bleu nuit radicalement différent du vert traditionnellement attribué à tous les objets-livres *Harry Potter à l'école des sorciers*. Cette rupture sémiotique avec la forme, certes régulièrement retravaillée, adoptée depuis 1998, permet d'investir la collection Folio Junior 2011 d'une identité propre très marquée par la différence. La collection Folio Junior prend donc son indépendance par rapport à toutes les autres collections dans lesquelles cet ouvrage est proposé à la vente, et s'affirme en tant qu'unité signifiante.

Ce travail de singularisation de la collection passe par la désingularisation de l'objet-livre. Tout est fait pour qu'il clame son appartenance à l'ensemble plus large dans lequel il s'inscrit. Ainsi, un élément iconique se fait très visible en première de couverture : il s'agit de branches d'arbres acérées de couleur vert clair émergeant des côtés de la page et venant mordre sur les différents éléments textuels présents sur la couverture. Ces éléments, répétés sur chacun des ouvrages de la nouvelle édition Folio Junior, à chaque fois dans des couleurs très différentes de celles choisies pour dominer l'espace de la page, se font particulièrement visibles et permettent un ancrage fort du livre dans la série avec une insistance sur la dimension de la collection.

Ce travail de désingularisation de l'objet-livre passe également par ses modalités de mise en vente sur le marché. C'est ainsi la première fois que la collection Folio Junior est vendue en tant que coffret, dans une édition non limitée perpétuellement reconduite et, par conséquent, durablement disponible à la vente.



Fig. 11 : Le coffret Folio Junior 2011

Bien que ces ouvrages soient vendus indépendamment les uns des autres, la vente de la collection intégrale dans le cadre d'un coffret englobant permet à la maison d'édition d'insister sur la dimension unifiante de la collection et, du même coup, sur la complémentarité nécessaire entre chaque ouvrage dont il n'est plus aussi important de souligner la singularité et l'unicité.

Ce travail de survalorisation de la collection avait déjà été mis en place à l'occasion des dix ans de la série en France, avec un coffret « collector » au tirage limité à 20 000 exemplaires. Les modalités de désingularisation des ouvrages étaient particulièrement intéressantes et passaient par un travail, non seulement sur la couverture des ouvrages et sur la boîte les contenant, mais aussi sur le dos des livres. Ces trois éléments étaient présentés de manière à ce que l'on constate l'inscription du tome I dans une collection complète. Le dos des ouvrages constituait ainsi un visuel, construit comme un puzzle, qui devenait incomplet si l'on mettait à part ne serait-ce qu'un seul exemplaire de la série.

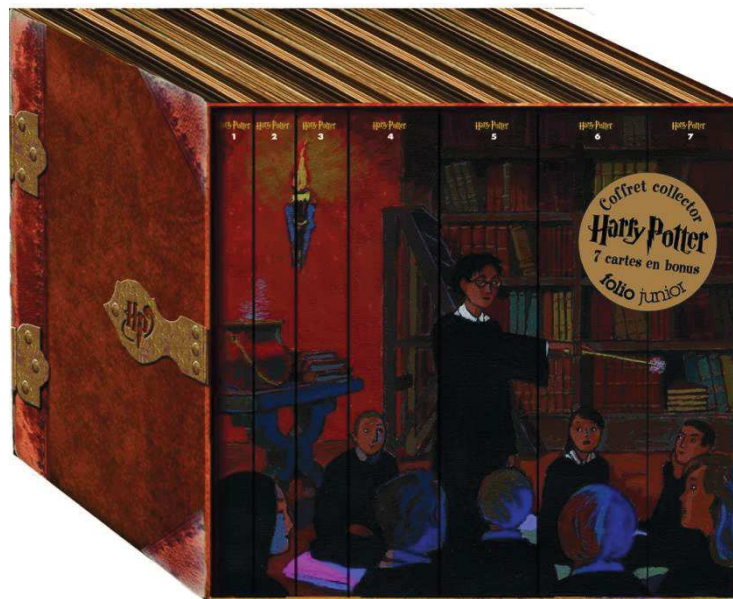


Fig. 12 : Le coffret "collector", édition limitée 2008

2) L'objet muet

Cette désingularisation des objets-livres, progressivement inscrits, par leur forme et leur matérialité, dans une série et des collections plus larges, impliquait à nos yeux une réduction de la prise de parole de chacun des acteurs de la couverture. Au lieu de la multiplication initiale des indices de sens, de la symphonie énonciative que nous évoquions au début de cette partie, nous observons à partir de 2008 un mutisme croissant des objets, observable au niveau iconique comme textuel des couvertures des ouvrages étudiés. Le terme de mutisme ne doit pas laisser conclure à un silence des objets-livres, mais bien à la transformation de leurs modalités communicationnelles.

a) la mise en scène du vide

Nous observons ainsi, dans les modalités illustratives des dernières éditions, un travail de mise en scène du vide, devenu l'élément principal de la couverture. Nous prendrons ici comme exemple le cas de deux éditions publiées en 2008, soit l'année que nous avons choisi de considérer comme marquant une rupture sémiotique dans les choix représentationnels assignés aux ouvrages. Ces choix, caractéristiques de la fin du deuxième stade du geste éditorial et prémisses du troisième stade de ce geste, se dessinent ainsi dès la publication de l'édition Grand Format Littérature de Luxe et de l'édition « collector » publiée à 20000 exemplaires.

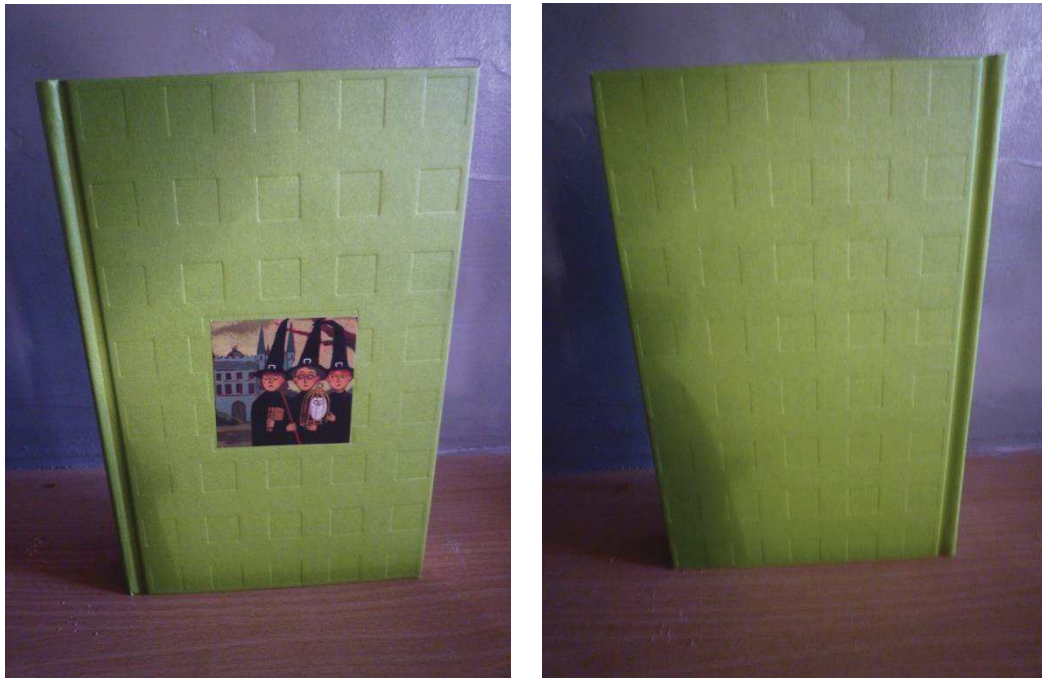


Fig. 13 : Première et Quatrième de couverture, Edition de Luxe 2008

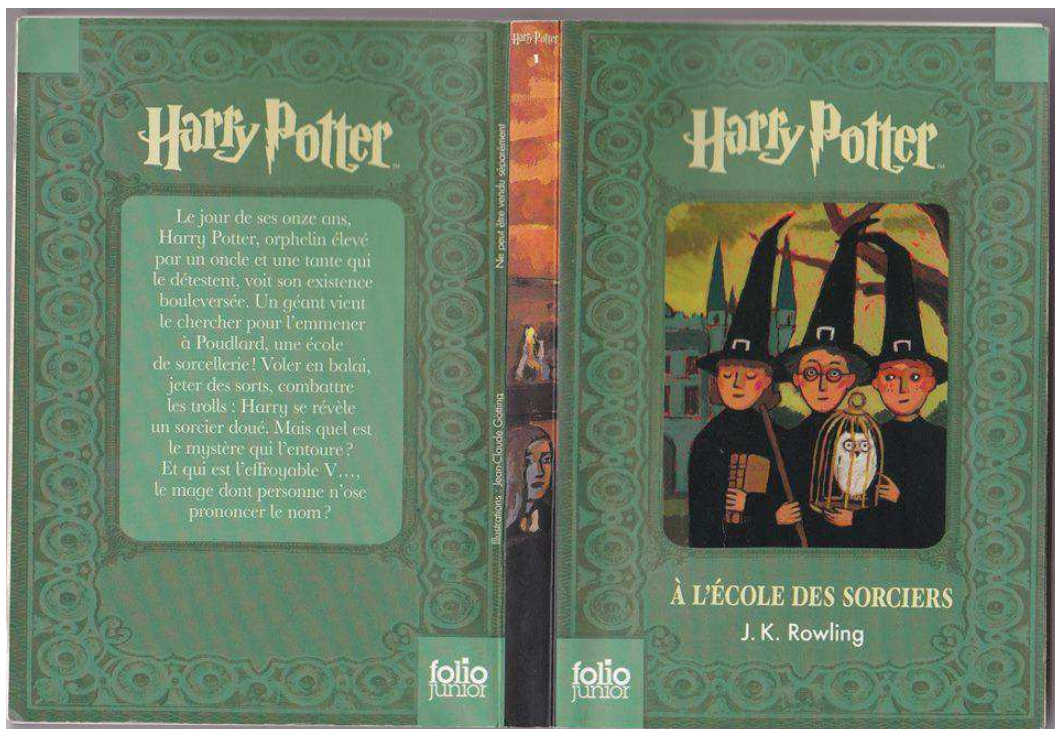


Fig. 14 : Couverture de l'édition limitée à 20 000 exemplaires, 2008

Le même procédé illustratif est utilisé pour ces deux éditions. Nous observons dans les deux cas une reprise de la traditionnelle illustration de Jean-Claude Götting, mais, contrairement à toutes les éditions parues avant 2008, ce dessin se cantonne à un rectangle de taille relativement restreinte centré sur la page. L'illustration, qui prenait l'intégralité de l'espace de la première de couverture dans les collections Folio Junior et Grand Format Littérature, laisse ici un espace très important au

fond vert, ornementé de manière à en rompre l'uniformité. La scénographie très particulière de ces deux ouvrages publiés en 2008 ne consiste pas à faire disparaître l'illustration, mais à lui accorder une place moindre, en la présentant encadrée par un vide très travaillé. Ainsi de l'édition Grand Format Littérature de Luxe, dont la couverture arbore un quadrillage constitué de creux et de reliefs donnant une certaine épaisseur à l'objet-livre.

Cet amoindrissement figuratif, visible en première comme en quatrième de couverture, constitue une caractéristique du geste éditorial alors à la croisée de ce que nous avons qualifié comme ses deuxième et troisième stades. La restriction de l'image au centre de la page contribue ainsi à une réduction concrète des signes identificatoires de l'ouvrage, avec une visibilité bien moindre accordée à ce que nous avons qualifié d'éléments stéréotypiques liés au genre de l'ouvrage et d'éléments caractéristiques de l'univers de la série et de l'intrigue elle-même. Le geste éditorial n'a plus pour fonction de permettre l'identification de l'objet-livre, suffisamment connu et plébiscité pour être reconnu à la simple lecture de son titre. Cette place laissée au vide conduit également à une mise en valeur de l'objet-livre dans sa dimension matérielle, puisque les couvertures elles-mêmes sont travaillées de manière à former un écrin à l'image. Le pseudo-effacement illustratif observable en 2008 semble donc bien correspondre à une forme de célébration d'un ouvrage dont l'identité est suffisamment solide pour ne plus avoir besoin d'un autre type d'accompagnement par la maison d'édition.

b) l'objet « muet » : un nouveau choix expressif

Cet amoindrissement de la place accordée aux illustrations se double de la disparition progressive des explications et commentaires. Nous garderons comme exemple le cas des deux éditions étudiées précédemment, en ce qu'elles sont, ici encore, parfaitement représentatives de cette tendance à une mise en silence des objets.

Nous ne pouvons ainsi observer aucun élément textuel sur la quatrième de couverture de l'édition Grand Format Littérature de Luxe, caractéristique que nous pouvons qualifier de hautement problématique. Non seulement le lecteur de l'ouvrage ne pourra y lire aucun résumé lui permettant d'en apprendre plus sur le contenu du livre qu'il a entre les mains, mais il n'y trouvera rien non plus concernant les informations juridiques liées à l'objet-livre. Ce mutisme de l'objet pose question : sans code barre, code ISBN ou encore code distributeur, comment est-il possible pour cet objet d'exister et de circuler dans le corps social ?

Nous pouvons interpréter cette absence comme la manifestation du désir de faire oublier la dimension économique d'un objet pourtant commercialisé. Cet escamotage de la dimension commerciale de l'ouvrage passe par l'élaboration d'un flou autour de sa dimension utilitaire pour en

faire un bel objet. Cette démarche de brouillage autour de la fonction réelle de l'objet-livre passe également par la disparition du résumé, du nom de l'ouvrage, ou encore du nom de l'auteur, qui sont, nous le disions plus haut, révélateurs du contenu du texte. De même, l'absence d'éléments relevant d'instances légitimantes telles que la critique médiatique ou les prix littéraires, est une nouvelle marque montrant que le contenu devient moins important que l'apparence formelle à laquelle on laisse ici l'intégralité de l'espace d'expression. Le statut économique de l'ouvrage ne peut néanmoins pas être totalement gommé, pour la raison simple que cet objet est un objet circulant dans le circuit social et commercial. Nous pouvons retrouver le prix de l'ouvrage, son code barre, son code ISBN et son code distributeur sur le fond du coffret emboitant, indépendant de l'objet-livre lui-même et sur un espace dissimulé aux yeux du spectateur, certes, mais bel et bien présent. Ce jeu sur les différents espaces de l'objet-livre est une manifestation de la dialectique nécessaire entre valeur commerciale et valeur symbolique : l'une sans l'autre ne peuvent pas exister, mais ne peuvent pas non plus cohabiter pour ne pas perdre ce qu'elles s'apportent mutuellement.

Ce mutisme nouveau des objets livres est à nos yeux un réel choix expressif dans la mesure où il se répète de l'un à l'autre. Ainsi nous pouvons observer que, sur la quatrième de couverture de la collection limitée à 20 000 exemplaires, les arabesques et le vide occupent la quasi-intégralité de la page, ne laissant qu'un espace restreint au résumé, inscrit sur un fond vert se détachant très peu du reste de la page. Seul le logo, autre élément présent sur la quatrième de couverture, est rendu très visible du fait de son inscription dans une couleur dorée et brillante.

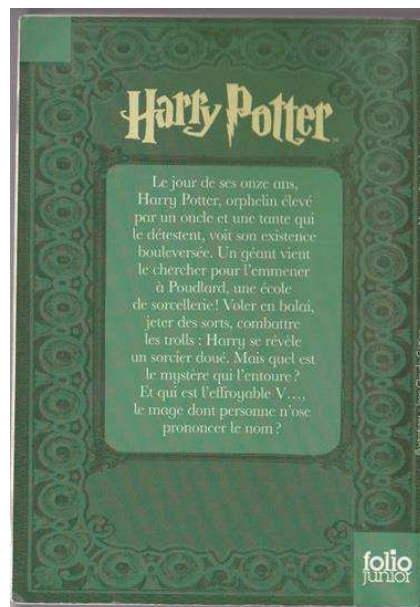


Fig. 15 : Quatrième de couverture de l'édition Limitée à 20000 exemplaires, 2008, résumé et logo exaltés par le vide

De même que dans le cadre de la collection de luxe, il n'est pas besoin d'expliquer au lecteur de quoi traite l'ouvrage. Le deuxième stade du geste éditorial est celui d'une transformation du statut de l'ouvrage mais également du public projeté : le lectorat visé est constitué d'amateurs de la série, qui

savent déjà de quoi elle traite. Il n'est plus besoin de rapporter l'inconnu au connu à l'aide d'illustrations ou encore de textes explicatifs ; il s'agit de valoriser l'objet lui-même en lui conférant des codes exceptionnels ou différents des publications voisines. Le mutisme de l'objet, laissant parler sa matière, est donc un nouveau choix expressif, au même titre que la multiplication des signes identificatoires l'étaient du premier stade éditorial. Cette modalité communicationnelle, comparable à une démarche de création de marque, se manifeste ainsi paradoxalement par l'escamotage de la dimension marchande des objets livres.

C) Le troisième stade : l'événement contre l'entropie

En parallèle de cette stabilisation de l'identité de l'ouvrage a commencé à se jouer à partir de 2007, année de la sortie du dernier tome de la série, *Harry Potter et les reliques de la mort*, un combat contre ce que nous avons choisi de qualifier d'« entropie ». Cette notion, à l'origine utilisée en physique pour « exprim(er) le degré de désordre de la matière »⁷⁹, est également exploitée en sciences de l'information et de la communication pour désigner la tendance des messages à perdre en significativité, tendance que permet de contrer l'information, considérée dans le mouvement cybernétique comme « l'entropie avec le signe contraire »⁸⁰. Nous nous référons ici aux définitions données par Andréa Semprini dans le cadre de son étude de la notion de marque ; il pose comme l'une des caractéristiques principales de cette notion sa « nature entropique » définie comme suit :

Nous utilisons ce concept pour décrire une caractéristique très importante de la marque, à savoir sa tendance naturelle à perdre incisivité et prégnance, à s'estomper jusqu'à disparaître si des efforts ne sont pas déployés pour enrayer ce processus et inverser la tendance. (...) en tant que moteur sémiotique, en tant que machine à signification, comme nous l'avons définie plus haut, elle a besoin d'être continuellement alimentée, sous peine de blocage.⁸¹

L'identité de la marque perd de sa puissance signifiante et connotative justement du fait de sa stabilisation. Cette dernière peut pourtant être considérée comme la marque de la consolidation de l'image de marque. Le deuxième stade du geste éditorial, qui consistait, nous l'avons dit, à sélectionner les traits les plus significatifs des couvertures du tome I de la série *Harry Potter* afin d'en stabiliser l'identité et d'en permettre l'identification par le public, constitue en réalité un risque : celui de la perte d'identité de l'ouvrage. Le troisième stade du geste éditorial, commencé en 2007 après la sortie du dernier tome de la série, est caractérisé à nos yeux par une remise en mouvement

⁷⁹ Trésor de la langue française, entrée « entropie », page consultée le 30 mars 2015
atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/advancedexe ?8 ;s=1019455575 ;

⁸⁰ Ibidem

⁸¹ SEMPRINI Andrea, *Le marketing de la marque, approche sémiotique*, Collection Marketing, Editions Liaisons, 1192, page 37

du stabilisé, une réinjection de nouveauté dans le connu, une revalorisation par le mouvement de ce dont on craint qu'il ne produise plus de revenus du fait de la fin du cycle des publications. Nous étudierons ici deux modalités de cette remise en mouvement et en circulation du pérennisé : la spectacularisation de l'objet-livre et l'événementialisation des publications.

1) L'objet-livre comme spectacle

La notion de spectacularisation, c'est à dire de mise en scène spectaculaire de l'objet-livre, nous paraissait particulièrement pertinente à envisager dans le cadre de cette remise en mouvement du stabilisé. Le spectacle représente en effet nécessairement une surprise, voire un choc. C'est cette acception de la notion de spectacle que nous avons considérée dans le cadre de la spectacularisation des objets livres, perçue comme « ce qui se présente au regard ; vue d'ensemble qui attire l'attention et/ou éveille des réactions »⁸². La spectacularisation désigne à la fois une représentation de l'objet-livre et la surprise associée à cette représentation. Celle-ci se manifeste à nos yeux à deux niveaux : dans la mise en scène esthétique des objets-livres, mais aussi dans leurs modalités de consécration sociales et culturelles.

a) la valeur haut de gamme d'un graphisme muet

Cette mise en scène spectaculaire des objets-livres passe par un travail sur leur dimension matérielle, avec une survalorisation de leur aspect esthétique et qualitatif. Cette démarche se manifeste notamment à travers la connotation du luxe et du haut de gamme dans les dernières éditions publiées par la maison d'édition, mais également par la survalorisation de la forme au détriment du fond des ouvrages, dont nous avons montré plus haut qu'il s'effaçait au profit d'une rhétorique du vide.

Celui-ci devient en effet l'élément central des couvertures du tome I de *Harry Potter* au fur et à mesure du temps. Ainsi, de moins en moins d'illustrations s'affichent sur les couvertures ; l'illustration de la première de couverture finit par ne plus occuper qu'un espace extrêmement réduit, comme cela est le cas de l'édition Folio Junior 2011 ou encore de la jaquette amovible de l'édition Bibliothèque Gallimard Jeunesse, quand elle ne se cantonne pas simplement à un rectangle de taille limitée, comme cela est le cas pour les éditions Limitées et « de luxe ». Cette sobriété peut s'apparenter à la communication adoptée pour les produits de luxe, qui joue sur la valorisation de

⁸² Trésor de la langue française, entrée « spectacle », page consultée le 30 mars 2015 [atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe ?13 ;s=635086680 ;r=1 ;nat= ;sol=2 ;](http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?13;s=635086680;r=1;nat=;sol=2)

l'objet lui-même présenté comme une star ne nécessitant aucun accompagnement, qu'il soit iconique ou textuel, pour en permettre l'identification par le public.

Cet ennoblissement des ouvrages ne se manifeste pas uniquement par une rhétorique du silence et par l'effacement des discours liés au contenu des ouvrages. Ainsi, l'édition « de luxe » manifeste également sa supériorité d'un point de vue économique : son prix très élevé, presque quatre fois plus que pour la collection Folio Junior, est nécessairement lié à ses caractéristiques formelles puisque le texte ne change pas. Aucun ajout interne n'est proposé ici, seule la forme de l'ouvrage évolue. Ainsi, il est mis en vente dans un coffret emboîtant dont la matière, un carton fin mais relativement lourd, donnant une réelle épaisseur et solidité à l'objet, se présente comme un bijou dans un écrin. De même, ses pages dorées à l'or fin rendent possible un parallèle entre cette collection et un travail d'orfèvre effectué dans la matière la plus noble à la disposition des joailliers.

Cet objet, davantage présenté comme un bijou que comme un livre, est également assimilable, dans ses modalités d'existence dans l'espace commercial, à un objet d'art. Nous observons en effet la disparition apparente de la dimension commerciale de ces objets livres, à travers l'effacement des mentions juridico-légales de leur quatrième de couverture. Cette négation visuelle de la dimension commerciale de l'objet-livre permet à la maison d'édition d'en consacrer la dimension esthétique. La forme devient première pour un objet-livre qui n'a pas de prix, et donc une valeur inestimable, au même titre qu'une œuvre d'art.

b) Systèmes de consécration

La mise en scène des commentaires émis dans l'espace public médiatique contribue également à valoriser les ouvrages en leur associant des imaginaires inattendus, comme celui du littéraire ou du classique. L'enrichissement du statut de l'objet-livre passe ainsi par une complexification de son image sociale et culturelle. Nous avons choisi pour exemple la collection incarnant à nos yeux l'apogée de ce processus: celle publiée dans la collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse en 2012, dernière édition en date du tome I de la série *Harry Potter*.

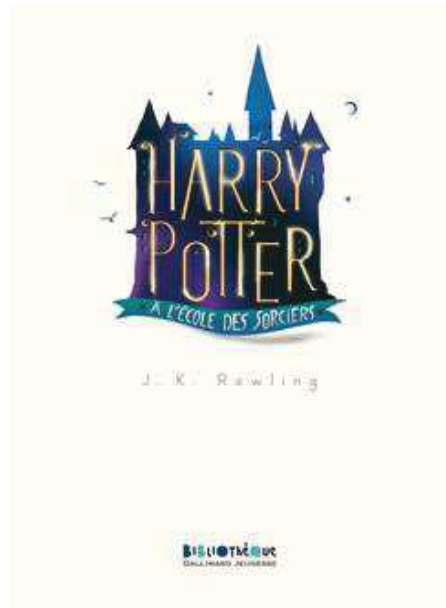


Fig. 16 : Première de couverture de l'édition Bibliothèque Gallimard Jeunesse, 2012

Cette édition, parue lors des célébrations des 40 ans de la maison d'édition, est présentée sur la jaquette amovible de l'ouvrage comme porteuse de « littérature pour la jeunesse ». Nous ne serions pas face à un objet de « littérature enfance jeunesse », ni à un « livre pour enfants », mais bien à de la littérature à destination des jeunes gens.

Ce statut hybride d'un ouvrage destiné à la jeunesse mais néanmoins présenté comme littéraire se manifeste également à travers la mise en avant de la préfacière de ce texte. Cet acteur est capital à prendre en compte dans le cadre de notre hypothèse consistant à voir dans le geste éditorial un acte de transformation de l'objet-livre. La préfacière en effet, au même titre que l'éditeur et l'éditeur, « (est) susceptible de transformer la réception de l'œuvre de façon radicale. »

L'une de ses tâches essentielles consiste à accompagner et transformer le texte de l'auteur, autrement dit, à lui donner une forme différente de celle qu'il avait à l'origine. En ce sens, l'édition est un acte de trans-formation, terme qui se comprend à la fois comme une élaboration, une médiation et un changement.⁸³

Avec cette édition Bibliothèque Gallimard Jeunesse, c'est la première fois qu'un ouvrage de la série Harry Potter est accompagné dans l'espace public par un auteur se rendant disponible pour le préfacier, ce qui est significatif de la valeur que l'on souhaite voir associée à l'ouvrage, dont un commentaire par une tierce personne est devenu indispensable. Anneliese Depoux le rappelle en effet dans son article « La fabrique de l'événement littéraire, le cas de Truismes » en citant Nicolas Boileau : « Il est de l'essence d'un bon livre d'avoir des censeurs ; et la plus grande disgrâce qui

⁸³ SOUCHIER Emmanuël, « L'image du texte, pour une théorie de l'énonciation éditoriale », article cité, page 142

puisse arriver à un écrit qu'on met au jour, ce n'est pas que beaucoup de gens en disent du mal, c'est que personne n'en dise rien. »⁸⁴.

Cette parole légitimante est celle d'une romancière, Anna Gavalda, dont les ouvrages grand public pour adultes sont publiés chez Gallimard. Elle est également l'auteur de plusieurs romans destinés à la jeunesse, *35 kilos d'espoir* ou *Ma vie, un poil plus belle*. Ce double statut d'auteur jeunesse et d'auteur pour adultes fait d'Anna Gavalda l'illustration parfaite de la dialectique constitutive de l'identité de ce nouvel objet-livre: une figure dans laquelle différentes dimensions culturelles s'incarnent sans heurts vient offrir le poids de sa parole pour accompagner l'ouvrage dans l'espace public. Cette parole incarne donc une forme de légitimation de l'ouvrage en même temps qu'une illustration de sa dimension plurielle : ce roman destiné à la jeunesse peut également être lu par des adultes.

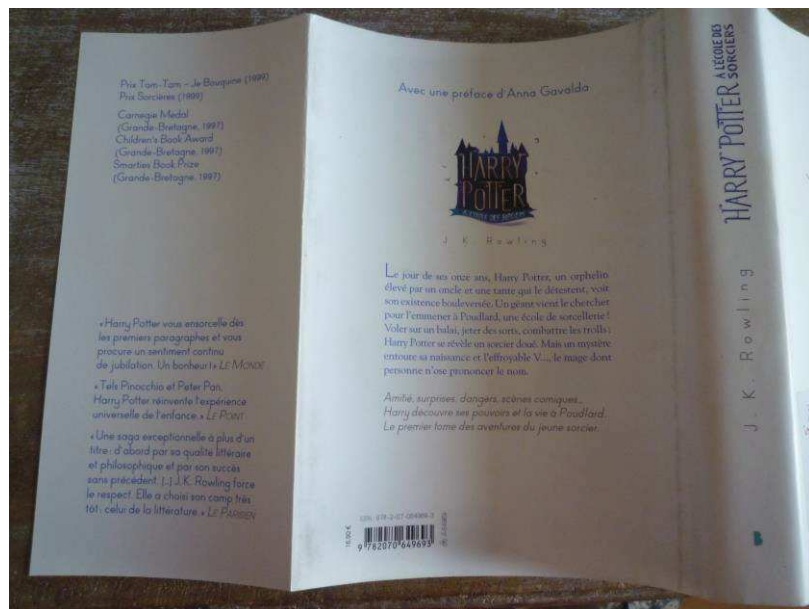


Fig. 16.1 : Jaquette amovible de l'édition Bibliothèque Gallimard Jeunesse, 2012, Dos, Quatrième de couverture, Rabat arrière

⁸⁴ DEPOUX Anneliese citant Nicolas Boileau in « La fabrique de l'événement littéraire, le cas de Truismes », *Communication et Langages* numéro 142, 2004, page 73.

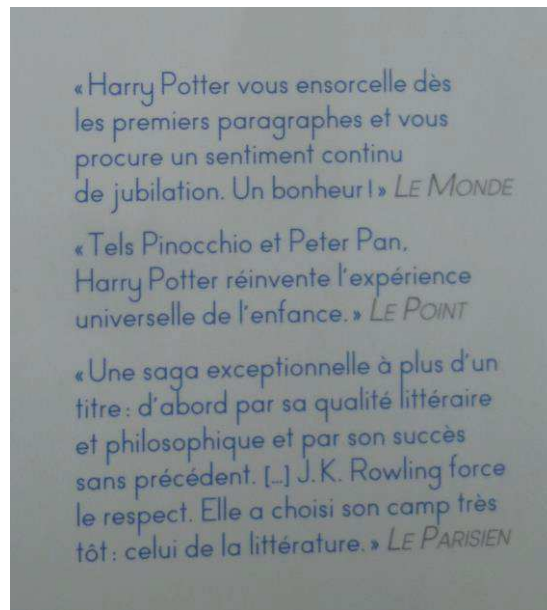


Fig. 16.2 : Détail du rabat arrière de la jaquette amovible, Edition Bibliothèque Gallimard Jeunesse, 2012. Zoom sur les critiques journalistiques.

Les critiques journalistiques⁸⁵ évoquées sur la jaquette renvoient également à ce double statut : nous pouvons voir la mise en avant du champ lexical de l'universalité et de la continuité, ainsi que celui de la qualité littéraire, dans les citations extraites d'articles de presse français. Les mots « un sentiment continu », « l'expérience universelle », permettent d'indiquer que la réception de l'ouvrage comme qualitatif ne varie jamais, quel que soit le lieu ou l'époque de la publication. Cet ouvrage est présenté comme « un bonheur », une « réinvent(ion) », « une saga exceptionnelle (à la) qualité littéraire et philosophique » appartenant au « camp (...) de la littérature ». Les citations sélectionnées soulignent la légitimité littéraire du texte de même que son caractère universel, ce qui est le propre du classique en littérature⁸⁶. L'ensemble des modalités de présentation de cette dernière édition renvoie à cette complexification du statut de l'objet, à la richesse de son image, à la tension dialectique le caractérisant.

2) Des « événements » éditoriaux ?

⁸⁵ « Harry Potter vous ensorcelle dès les premiers paragraphes et vous procure un sentiment continu de jubilation. Un bonheur ! » LE MONDE ; « Tels Pinocchio et Peter Pan, Harry Potter réinvente l'expérience universelle de l'enfance. » LE POINT ; « Une saga exceptionnelle à plus d'un titre : d'abord par sa qualité littéraire et philosophique et par son succès sans précédent. [...] J.K. Rowling force le respect. Elle a choisi son camp très tôt : celui de la littérature » LE PARISIEN », critique présentée à l'intérieur de la jaquette

⁸⁶ Le classique serait l'auteur « digne d'accéder, par la qualité littéraire de ses écrits, au patrimoine culturel de son pays »

Trésor de la langue française, entrée « classique », page consultée le 30 mars 2015
atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe ?13 ?12 ;s=2974717800 ;r=1 :nat= ;sol=1 ;

Cette spectacularisation tant esthétique que culturelle de l'objet-livre se double dans le même temps de l'événementialisation des publications. Nous nous fondons ici sur les définitions données pour la notion d'événement par Anneliese Depoux dans l'article que nous évoquons plus haut. Outre la dimension de surprise, de choc, qui permet de placer sur le même plan communicationnel l'événementialisation et la spectacularisation, il s'agit également d'évoquer l'aspect largement artificiel de l'événement communicationnel, créé pour attirer l'attention du public :

Parce qu'il est frappant et immédiat, l'événement capte notre attention, nous arrachant à ce qui l'a précédé. Il réussit à nous surprendre, tout en nous donnant l'impression d'être évident. C'est un choc. Il nous saisit, nous bouscule. (...) En même temps – le dictionnaire nous le rappelle à propos de l'expression « créer l'événement »- les médias sont en mesure de s'emparer d'un fait quelconque et d'en faire un événement. Il peut donc être aussi le résultat d'une volonté délibérée, il peut être aussi artificiellement créé.⁸⁷

Cette artificialité de l'événement est particulièrement pertinente pour notre objet d'étude dans la mesure où il s'agit bien, pour la maison d'édition, de présenter comme nouvelle, inédite, la réédition d'un texte présent dans son catalogue depuis plus de dix ans.

Il faut de plus noter le caractère tendu de cette événementialisation, qui mise sur la naissance d'un choc, d'une surprise, d'une réaction face à quelque chose d'inattendu et de nouveau, tout en jouant sur le caractère pérenne d'une identité stabilisée. Cet événement artificiellement créé surprend, donc, tout en jouant sur l'impression d'évidence dont la maison d'édition a investi l'objet-livre qu'elle publie.

L'objectif associé à cette événementialisation de la publication n'a en effet pas simplement pour objectif de réinvestir l'objet-livre de nouvelles valeurs ; il s'agit d'en réactualiser l'existence en lui donnant une place au sein de l'univers éditorial en constante redéfinition dans lequel il s'inscrit. Nous pourrions ici comparer le geste éditorial à celui du journaliste critique tel que décrit par Anneliese Depoux : « Dans ce phénomène d'événementialisation, le journaliste constitue un acteur déterminant. Faire le choix de parler d'un écrivain en bien ou en mal à l'occasion de la parution de son livre, c'est le distinguer et lui donner une place au sein de l'actualité littéraire. »⁸⁸. Nous montrerons donc dans un premier temps dans quelle mesure la maison d'édition crée de la nouveauté à partir de l'objet-livre lui-même, pris dans sa matérialité et son apparence formelle, avant d'examiner les modalités d'instrumentalisation d'éléments extérieurs à l'objet-livre pour en faire la promotion.

⁸⁷ DEPOUX Anneliese, article cité, page 71

⁸⁸ DEPOUX Anneliese, article cité, page 73

a) un objet re-créé

Il arrive ainsi que l'objet-livre soit lui-même présenté comme un événement à part entière, quand bien même il ne serait que la réédition d'un texte déjà connu publié dans une collection emblématique de la maison d'édition. Cette logique de réinjection de nouveauté s'est par exemple manifestée, en 2011, à travers la refonte de l'identité graphique de la série *Harry Potter* par le graphiste John Gray : illustrations, polices du titre, disposition de la page, tout dans l'édition Folio Junior s'en était trouvé radicalement transformé.

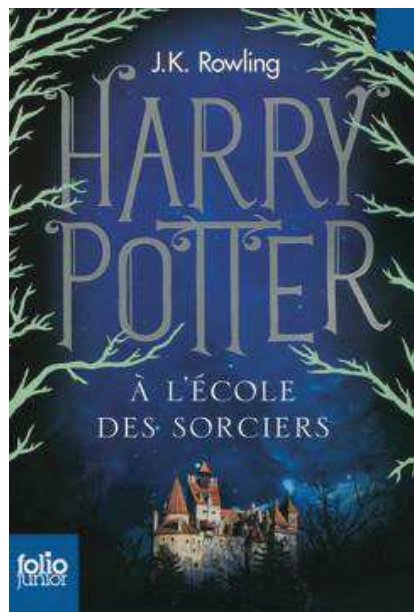


Fig. 17 Première de couverture de l'édition Folio Junior 2011(4^{ème} édition)

Cette refonte de l'identité graphique de l'édition 2011 peut vraiment être qualifiée d'événement dans la mesure où cette réédition est celle ayant suscité le plus de commentaires de la part de la maison d'édition. Gallimard Jeunesse a ainsi choisi de justifier l'adoption de nouvelles couvertures sur son blog officiel⁸⁹ dans un article en date du 5 septembre 2011 et déclare que « Magie, drame, qualité littéraire, universalité » étaient les « les mots-clés (...) donnés à Jon Gray, graphiste de renommée internationale choisi pour 'relooker' Harry Potter », avant d'ajouter que « la nouvelle signature du nom Harry Potter, l'organisation de l'image, ont une autorité élégante et classique qui exprime d'emblée la notion de qualité, de valeur d'une œuvre littéraire. Harry Potter, c'est le livre qui a brisé les frontières traditionnelles entre littérature jeunesse et littérature tout court. Alors la nouvelle identité graphique se devait de ne pas être enfermée dans un 'code' d'âge. »⁹⁰.

⁸⁹ Le blog de la maison Gallimard Jeunesse n'est pas ici considéré comme une partie de notre corpus d'analyse, mais bien comme un support d'expression officiel nous permettant d'étayer nos conclusions et de les illustrer.

⁹⁰ Article « 1998 - 2011 13 ans plus tard, une nouvelle génération arrive en âge de découvrir Harry Potter. Pour elle, les Folio Junior changent de couvertures... » publié sur le blog officiel de Gallimard Jeunesse. Page consultée le 27 janvier 2015.

Le choix d'avoir recourt, non plus à un dessinateur, mais à un graphiste, présenté de plus comme internationalement reconnu⁹¹, et la transformation radicale appliquée à la couverture de l'ouvrage, sont présentés comme une réponse apportée à l'évolution du lectorat, et comme une tentative de convoquer de nouveaux publics. Les notions évoquées ci-dessus, celles de « qualité », de « valeur littéraire », le passage de la « littérature jeunesse » à la « littérature tout court » et le refus de s'enfermer dans un « code d'âge », laissent supposer que la maison d'édition essaye de séduire des lecteurs de tous âges avec ce nouveau graphisme, pour ne pas enfermer la version Folio Junior d'*Harry Potter* dans l'image d'un texte destiné à la jeunesse.

Seulement, c'est bien de jeunes lecteurs qu'il est question avec la collection Folio Junior, et c'est bien de jeunes lecteurs que parlait la maison d'édition quelques lignes plus haut dans son article : « Le jeune lecteur d'aujourd'hui ne fait pas partie de cette 'génération Harry Potter' qui a eu la chance de grandir avec le phénomène, attendant chaque nouveau tome, chaque nouveau film avec fébrilité. C'est pour ces nouveaux lecteurs que ces couvertures ont été faites, pour les inciter à partir à la découverte de cet univers hors du commun. Les couvertures de Jean-Claude Götting restent celles du grand format, mais il nous a semblé important que la nouvelle génération ait 'ses' Harry Potter...»⁹². Les prétextes assignés à cette évolution graphique semblent relativement contradictoires et invitent à interroger la nature de ce que la maison d'édition présente comme un événement. Cependant, l'existence même de ces déclarations montre bien que des discours ont été suscités par cette réédition, qui possède alors une existence propre dans l'espace médiatique.

b) des « anniversaires » en série

Outre l'événementialisation de la sortie des objets-livres eux même dans le cadre des rééditions, présentés comme des objets d'exception par leur apparence formelle, nous observons un phénomène d'association d'événements réels à ces « événements » éditoriaux. Ceux-ci font ainsi figure de prétexte à l'existence d'objets créés de toutes pièces par la maison d'édition.

<http://onlitplusfort.skyrock.com/3029673898-Harry-Potter-tout-commence-ici.html>

⁹¹ « Jonathan Gray, graphiste anglais à la renommée internationale, crée pour Gallimard Jeunesse la nouvelle identité visuelle de la saga Harry Potter. De nombreux univers littéraires ont déjà été confiés à sa créativité: les nouvelles couvertures des titres adultes de Roald Dahl chez Penguin, la dernière couverture emblématique du 1984 d'Orwell ou encore l'édition anglais de L'Élégance du hérisson de Muriel Barbery... », onglet « illustrations », site officiel Harry Potter par Gallimard Jeunesse, page consultée le 22 avril 2015

www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/home.php?p=hp_image&frise=1

⁹² Ibidem

Ainsi, le premier tome de l'édition Grand Format Littérature Luxe et l'édition appartenant au coffret limité à 20 000 exemplaires ont tous les deux été publiés à l'occasion des dix ans de la sortie de la série en France. Deux ouvrages, présentés comme des « collector 10 ans »⁹³, donc, pour un seul anniversaire.



Fig. 18 : Article "10 ans déjà": annonce des publications anniversaire
Disponible sur le site http://harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/texte/popup_actu.php?frise=3&id=28

De même, la sortie de l'ouvrage paru dans la collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse a coïncidé avec les quarante ans de la maison d'édition, anniversaire célébré par le slogan « Joyeux Imaginaire ». Un nouvel anniversaire pour un nouvel objet-livre. Cette association de deux événements, l'un réel, celui d'une naissance, l'autre fabriqué, celui d'une création éditoriale, avait déjà été mise en évidence par Emmanuel Souchier dans son article « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet », où il expliquait que « Deux livres en un pour un double anniversaire, (...) était le moins (que la maison d'édition pouvait) faire ; car outre Gallimard Jeunesse il s'agit de fêter également l'auteur de ces textes, Raymond Queneau. »⁹⁴.

Cette association d'événements extérieurs à l'objet-livre lui-même, qui apparaît dans l'espace public comme « cadeau » offert par la maison d'édition à son public pour l'occasion, correspond à ce que Jean Baudrillard qualifie de « résurrection anachronique ». Il écrit, citant Marx, qu'« il arrive que les mêmes événements se produisent deux fois dans l'histoire : la première, ils ont une portée historique réelle, la seconde ils n'en sont que l'évocation caricaturale (...) vivant d'une *référence légendaire*. Ainsi, la consommation culturelle peut être définie comme le temps et le lieu de la résurrection caricaturale, de l'évocation parodique de ce qui n'est déjà plus – de ce qui est « consommé » au sens premier du terme (achevé et révolu). »⁹⁵. La présentation de chaque nouvelle édition de l'ouvrage *Harry Potter à l'école des sorciers* est un moyen de rappeler l'origine de

⁹³ Discours émis par la maison d'édition sur son site officiel. Article « 10 ans déjà ». Page consultée le 30 mars 2015

http://harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/texte/popup_actu.php?frise=3&id=28

Nous ne nous référons pas à cet espace comme à une partie de notre corpus d'analyse. Les éléments que nous évoquons ont comme fonction de nous permettre d'étayer et d'illustrer nos conclusions.

⁹⁴ SOUCHIER Emmanuël, « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet », article cité, page 46

⁹⁵ BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation*, op. cit., page 147

Agathe NICOLAS

l'aventure éditoriale, tout en le réinscrivant dans une histoire en cours. L'association des publications à d'autres événements, comme ceux célébrant une naissance, permettent la légitimation de cette communication historicisante et patrimonialisante.

Le geste éditorial, tel qu'apposé à l'objet-livre, semble bel et bien relever d'une dynamique de mise en marque. La métamorphose formelle d'objets destinés à générer des bénéfices économiques et commerciaux peut ainsi être assimilée à un geste communicationnel aux vertus valorisantes quasi publicitaires. En effet, en présentant l'objet-livre sous un jour différent à chaque nouvelle étape de son existence dans l'espace public, il l'éclaire de qualités nouvelles. Ces phénomènes de ruptures sémiologiques successifs contribuent à transformer, non seulement les objets-livres dans leur dimension matérielle, mais également le texte dans son identité, et à l'investir de valeurs sociales, symboliques et culturelles différentes à chacun des stades de cette aventure éditoriale. C'est cependant au nom d'impératifs économiques que s'effectuent ces transformations.

Nous souhaitons donc proposer une réponse à la question suivante dans le deuxième temps de notre analyse : est-il possible d'envisager un espace éditorial où soient conciliés des régimes des valeurs différents, économique d'un côté, social, symbolique et culturel de l'autre ?

II) Le livre mis en ligne

Nous avons pu observer, à travers la mise en évidence de ces trois stades du geste éditorial, des opérations de valorisation symbolique, sociale et culturelle d'objets-livres liées à leur existence dans l'espace économique.

Ce processus valorisant double nous semble caractéristique des objets de culture industrialisés. Ces trois stades du geste éditorial peuvent également être envisagés à la lumière de trois notions mises en évidence par Yves Jeanneret dans son dernier ouvrage *Critique de la trivialité, les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*⁹⁶. Il y redéfinit trois concepts qui nous paraissent particulièrement pertinents à convoquer ici : les étapes d'instrumentation, d'instrumentalisation et d'industrialisation qui correspondent à nos yeux à ce que nous observons dans le cadre de la stratégie éditoriale de *Harry Potter à l'école des sorciers* en France.

L'instrumentation, définie comme le « processus d'innovation qui consiste à fournir un support technique à une activité jusque là improvisée »⁹⁷, correspond à la mise à disposition du public d'un outil, conçu de manière à orienter ses pratiques. Ici, il s'agit du don, par la maison d'édition Gallimard Jeunesse, d'un nouvel ouvrage à son public cible, dont elle cherche à orienter la lecture et la réception par une série de procédés formels, comme le recours au stéréotype dans le cadre de la traduction du titre ou de l'illustration. L'instrumentalisation correspond, elle, à un « processus qui consiste à charger une activité culturelle (...) d'objectifs à caractère technique, politique, économique. »⁹⁸ ; il s'agit alors d'investir l'instrument originellement pensé de nouvelles fonctions, de lui ajouter quelque chose pour lui permettre d'avoir une action autre que celle qui était imaginée à l'origine. C'est ce que nous avons en effet pu constater dans le cadre du développement et de l'accélération des gestes de mise en édition de l'ouvrage, actions pensables sur le mode du processus visant à investir l'objet d'un certain nombre de valeurs et ce, dans un objectif économique. Enfin, l'industrialisation, définie comme « la prise en charge d'une partie de la communication par un processus rationalisé, optimisé techniquement et soumis à un principe d'efficience et d'économie »⁹⁹, est une étape dont les caractéristiques correspondent à celles de l'événementialisation et de la spectacularisation d'objets-livres dans le cadre d'une stratégie économique de renouvellement et de dynamisation.

Nous avons pu constater l'omniprésence de l'impératif économique dans les démarches effectuées par la maison d'édition au niveau du travail des seuils des ouvrages. Le geste éditorial tel qu'opposé à

⁹⁶ JEANNERET Yves, *Critique de la trivialité, les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Collection SIC, Editions Non Standard, 2014, 765 pages

⁹⁷ Ibidem, Lexique, entrée « instrumentation », page 10

⁹⁸ Ibidem, Lexique, entrée « instrumentalisation », page 10

⁹⁹ Ibidem, Lexique, entrée « industrialisation », page 9

l'objet-livre semble donc bien relever d'une logique communicationnelle transformante, aux vertus valorisantes. Cependant, il s'agit ici de poser la question de la compatibilité, dans un même espace, de valeurs que l'histoire économique a contribué à distinguer radicalement les unes des autres. Nous chercherons donc ici à donner une réponse à la question suivante : **comment permettre à toutes ces valeurs, économique, sociale, symbolique et littéraire, dont on cherche à enrichir le livre, de se concilier harmonieusement dans un même espace?**

A) Les espaces d'expression en ligne : la perspective théorique des industries culturelles

Afin de répondre à cette question, nous avons choisi de nous tourner vers un nouveau corpus d'analyse, celui des espaces de présentation en ligne des ouvrages étudiés en première partie. La perspective théorique que nous avons adoptée était celle des industries culturelles, dont nous avons cherché à comprendre les enjeux au regard des développements numériques opérés par la maison d'édition.

1) Espaces marchands ou vitrine éditoriale ?

De même que pour le cas des objets livres, ce qui nous a interpellé lors de l'analyse des espaces d'expression en ligne des maisons Gallimard et Gallimard Jeunesse a été leur dimension plurielle. A la fois vitrines destinées à présenter le travail des maisons d'édition, mais aussi leur histoire et leur identité, ces interfaces sont également pour le visiteur le lieu de la découverte de l'univers littéraire dans lequel s'inscrit l'ouvrage qui l'intéresse. La dimension marchande, quoique peu visible au premier abord, ne doit pas non plus être négligée et doit faire l'objet d'une analyse attentive.

a) des espaces pluriels

La richesse de notre objet d'étude se joue dans la tension constante entre les différentes images, les différents statuts, les différents rôles, qu'il se voit assigner à travers les discours des acteurs. Présenté à la fois comme une manne économique¹⁰⁰ et comme l'instrument d'une révolution sociale ayant permis aux enfants de découvrir la lecture¹⁰¹, comme un livre de littérature jeunesse¹⁰² et

¹⁰⁰ « Avec Harry Potter, enfin, la NRF a su damer le pion aux autres maisons vives dans le secteur de la jeunesse et capter à son profit, pour l'Hexagone, le plus grand phénomène éditorial du XXème siècle. Mais avec ses 10% voire 15% du chiffre d'affaires « le petit sorcier » est devenu tout autant une chance qu'un risque pour la rue Sébastien Bottin... » in BESSARD-BANQUY Olivier (dir), *L'édition littéraire aujourd'hui*, Les cahiers du livre, Presses universitaires de Bordeaux, page 158

¹⁰¹ « Qui aurait pu croire, par exemple, qu'il réconcilierait avec la lecture autant d'enfants –surtout des garçons– qui, au bout de 300 pages, jubilent et en redemandent?... Mais le plus étonnant, c'est peut-être que

comme un ouvrage de qualité destiné à tous¹⁰³, la série *Harry Potter* affiche, dans l'espace public, des visages pluriels et mobilise une certaine polyphonie discursive.

Quelle est la part de la voix de la maison d'édition dans cette pluralité de discours ? Nous avons ici souhaité nous intéresser à un nouvel espace, autre que celui de la matérialité de l'objet-livre lui-même, et à son rôle dans le cadre de la construction de l'image du texte dans le corps social. Sur l'espace d'expression qu'offre l'internet, ce sont les modalités de présentation d'un l'objet-livre déjà mis en forme qu'il peut être intéressant d'analyser. **En quoi permettent-elles à la maison d'édition de faire évoluer le statut du livre?**

Nous nous sommes intéressée aux pages internet institutionnelles et officielles de la maison, à savoir les pages <http://www.gallimard-jeunesse.fr/> et <http://www.gallimard.fr/>. Ces deux terrains ne sont pas redondants ; bien que tous deux institutionnels, ces sites internet ne sont pas émis par la même entreprise. Les discours tenus au sujet des mêmes objets diffèrent donc radicalement, de même que les modalités formelles de présentation des ouvrages d'un site à l'autre. Il nous semblait de plus intéressant de nous pencher sur les pages consacrées aux mêmes objets sur les sites internet des deux maisons. Nous supposons en effet la mise en place d'un brouillage énonciatif, de manière à ce que le lecteur ne sache plus « qui parle », de la maison mère ou de sa filiale.

Les espaces que nous avons choisi d'analyser représentent à nos yeux des espaces pluriels, non seulement en raison des différentes instances énonciatives qui y sont convoquées mais également parce que la visée de ces espaces est double. Ces sites institutionnels présentent à la fois les valeurs de la maison d'édition et le fruit de son travail, à savoir les ouvrages qu'elle publie, mais représentent également des lieux de promotion des ouvrages et de mise en relation avec certains espaces de vente. La tension entre vitrine éditoriale et site marchand fait de ces espaces des objets hybrides particulièrement complexes et riches.

b) un seul statut pour des livres différents

L'hypothèse que nous proposons pour répondre à cette question est la suivante : **afin de permettre aux différentes valeurs de se concilier, la maison d'édition travaille à faire évoluer non seulement**

beaucoup d'adultes "marchent" aussi » (Le Monde) », Critique retranscrite sur le site internet de Gallimard Jeunesse, sur la page consacrée à l'édition Folio Junior 2011. Observable grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

¹⁰² « « Tels Pinocchio et Peter Pan, Harry Potter réinvente l'expérience universelle de l'enfance. » LE POINT » Critique affichée sur la jaquette de l'ouvrage *Harry Potter à l'école des sorciers*, Bibliothèque Gallimard Jeunesse, Gallimard Jeunesse, 2012

¹⁰³ « Une saga exceptionnelle à plus d'un titre : d'abord par sa qualité littéraire et philosophique et par son succès sans précédent. [...] J. K. Rowling force le respect. Elle a choisi son camp très tôt : celui de la littérature. » LE POINT », Ibidem

le statut, mais également le rôle et la place de l'ouvrage dans l'espace public ; celui-ci, de livre à lire, devient livre à collectionner, grâce à des discours de l'ordre de la prophétie auto réalisante.

Nous observons donc, sur ces espaces polyphoniques et pluriels, une forme d'unification identitaire autour des livres que nous analysons. Tous finissent, malgré les différences qui les distinguent les uns des autres, par s'inscrire dans un même système, celui de la série *Harry Potter*.

Afin de vérifier ce phénomène d'unification du sens, il nous a semblé pertinent de ne prendre en considération que les pages consacrées à des ouvrages au contenu strictement identique. De plus, nous souhaitons rester en cohérence avec les analyses menées dans le cadre de notre première partie, de manière à pouvoir comparer les conclusions issues de nos différents terrains. C'est pourquoi nous avons choisi de n'analyser que les pages internet traitant du tome I de la série *Harry Potter*¹⁰⁴. Un objet, sur les neuf sélectionnés pour le traitement de notre première hypothèse, a ici posé quelques problèmes : le coffret « collector » publié par Gallimard à l'occasion du dixième anniversaire de la série. N'ayant été tiré qu'à 20000 exemplaires, il n'est plus possible de s'en procurer autrement que sur les sites de revente et d'occasion. Les sites institutionnels Gallimard visent avant tout à vendre les livres de la maison ; il n'est de ce fait nulle part fait mention de cette collection spéciale. Notre analyse consistant à étudier la prise de parole de la maison d'édition sur ses propres espaces, il ne nous paraissait pas pertinent de nous intéresser à la présentation de l'ouvrage sur des sites de e-commerce tels que celui de la *Fnac* ou d'*Amazon*. Cet ouvrage est donc, de fait, exclu du corpus d'analyse que nous avons mis en place pour traiter notre deuxième hypothèse.

Nous avons procédé de la manière suivante: nous avons mené la même recherche sur les pages internet de Gallimard et de Gallimard Jeunesse, en demandant, dans la barre de recherche disponible sur les pages d'accueils de ces deux sites, le mot clé « Harry Potter », avant de sélectionner dans la liste de résultats les pages concernant le tome I de la série. Nous avons également choisi de prendre en compte les espaces traitant des coffrets dans lesquels il peut être vendu, lesdits coffrets incarnant à nos yeux l'aboutissement de la logique de mise en collection. En effet les sept ouvrages constituant la série y sont nécessairement vendus ensemble, et sont considérés comme les parties d'un tout officiellement constitué. Nous avons ainsi isolé cinq espaces différents sur le site de Gallimard Jeunesse¹⁰⁵ et huit espaces différents sur le site de Gallimard¹⁰⁶.

¹⁰⁴ Captures d'écran des sites internet étudiés (annexe 4)

¹⁰⁵ Espaces observables grâce aux liens suivants :

<http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

<http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

<http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>

L'ordre dans lequel nous présenterons ces espaces dépend de l'ordre dans lequel ils apparaissent dans la page de résultats sur chacun des deux sites. Il nous semblait important de préserver cet ordre dans la mesure où il nous paraissait significatif de ce que la maison d'édition souhaite mettre en avant sur ses pages internet. Nous avons également choisi d'analyser en premier les pages de Gallimard Jeunesse, la filiale de Gallimard étant officiellement chargée de la publication des objets livres dont nous étudions les présentations.

L'ensemble de nos analyses est disponible en annexe de ce mémoire, sous forme de tableaux que nous avons organisé de la manière suivante : un tableau type a été créé pour chacun des sites institutionnels analysés, à savoir gallimard-jeunesse.fr et gallimard.fr. Nous les avons divisé en trois colonnes, qui sont les mêmes pour ces deux espaces : une première colonne consacrée à la désignation de l'espace étudié, une deuxième colonne consacrée au répertoire des éléments de dénotation et une troisième colonne consacrée à l'analyse des éléments connotés. Pour chaque site internet, le découpage de ces tableaux en lignes variait légèrement, en fonction de l'empagement. Nous avons dénombré quatre grands espaces sur le site internet de Gallimard Jeunesse, contre cinq sur celui de Gallimard.

2) la « *culturalisation* » du consommable

Afin de rendre compte de la complexité que nous attribuons aux espaces d'expression en ligne des maisons d'édition, nous avons choisi d'utiliser le néologisme de « *culturalisation* » afin de l'associer à l'action de consommation. Le *Trésor de la langue française* en ligne propose une définition du verbe « *culturaliser* »¹⁰⁷ comme renvoyant à « (l'accès à) davantage de culture. » Ce verbe est synonyme

<http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

<http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-I-a-VII>

¹⁰⁶ Espaces observables grâce aux liens suivants :

<http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

<http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-I-a-VII>

<http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers3>

<http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Tirages-limites-sous-etui/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

<http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>

<http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>

<http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

<http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

¹⁰⁷ « Culturel, culturelle », *Trésor de la langue Française*, page consultée le 30 avril 2015

d'une « (amélioration) sur le plan culturel ». La culturalisation est alors le processus facilitant l'accès à la culture. Ici appliqué au consommable, ce nom renvoie au processus d'investissement d'une dimension culturelle dans l'acte de consommation.

a) une alliance impossible?

Les différentes théories liées à l'histoire de l'économie politique, rappelées par Yves Jeanneret dans son dernier ouvrage, rendent difficile, voire impossible, de penser la cohabitation, dans un objet industrialisé, d'une valeur économique et d'une valeur sociale, symbolique ou culturelle. Il écrit ainsi que « (l)'histoire (de l'économie politique) a été marquée par (...) un double détachement : d'abord autonomiser l'échange économique de la justification par le besoin puis centrer la valeur sur la productivité du travail plutôt que sur sa simple mesure. »

Rupture qui marque le passage du projet de réconcilier les prix avec la réalité des besoins à une science capable de modéliser un procès du travail et ainsi de décrire le développement propre d'un système de production. La réflexion théorique sur l'économie politique écarte progressivement la supposée « valeur intrinsèque » des objets en vertu de leur « utilité pour supporter la vie humaine » (John Locke) au bénéfice de leur « pouvoir d'acquérir d'autres objets » (Adam Smith) bientôt banalisé comme la « valeur d'échange ». Ce qui permet de mathématiser la question de la valeur.¹⁰⁸

Les objets, dans cette perspective, n'ont pas de valeur en soi ; leur valeur est déterminée par ce qu'ils permettent à l'individu d'obtenir; il n'y a, de plus, pas de place pour autre chose qu'une valeur mathématique dans le système industriel.

Cette modalité d'approche des théories économiques rend hautement problématique la notion d'objet culturel en régime industriel. Nous nous référons ici aux écrits de Walter Benjamin à ce sujet ; il est impossible, selon lui, de penser cette association entre « industrie » et « culture », ces deux notions étant considérées, par essence, comme largement contradictoires. Il rappelle ainsi à l'aide d'une déclaration de Marx que la valeur d'usage et la valeur d'échange telles qu'assignées à l'objet sont absolument incompatibles avec la notion de valeur culturelle, qui permet, elle, le « progrès intellectuel »¹⁰⁹ : « La propriété nous a rendus si sots et si bornés qu'un objet n'est *nôtre* que lorsque nous l'avons, qu'il existe donc pour nous comme capital ou qu'il est... *utilisé* par nous. »¹¹⁰. Nous pouvons même observer dans son ouvrage *Paris, Capitale du XIXème siècle* une assimilation de

<http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?24;s=116996040;r=2;nat=;sol=0;>

¹⁰⁸ JEANNERET Yves, *Critique de la trivialité, les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Collection SIC, Editions Non Standard, 2014, page 519

¹⁰⁹ « Culture » : « Bien moral, progrès intellectuel, savoir à la possession desquels peuvent accéder les individus et les sociétés grâce à l'éducation, aux divers organes de diffusion des idées, des œuvres, etc. », Trésor de la Langue Française, entrée « culture », page consultée le 2 avril 2015

<http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?12;s=2005466625;r=1;nat=;sol=1>

¹¹⁰ BENJAMIN Walter, op. cit., page 226, citation extraite de Karl Marx, *Der historische Materialismus. Die Frühschriften*, ed par Landshut et Mayer, Leipzig.

l'industrialisation, pensée comme un phénomène « d'accumulation », à la « mort chez les individus comme dans les sociétés. »¹¹¹.

Ce thème de la mort est également envisagé par Jean Baudrillard, qui assimile le « recyclage culturel » à une « 'obsolescence dirigée' que le cycle de production et de mode impose aux objets matériels »¹¹². L'industrialisation des objets culturels en fait des objets industrialisés et non plus des objets de culture :

Ce qui a lieu c'est que les œuvres ainsi multipliées deviennent effectivement, en tant qu'objets sériels, homogènes « à la paire de bas et au fauteuil de jardin », et prennent leur sens par rapport à ceux-ci. Ils ne s'opposent plus en tant qu'*œuvre* et substance de sens, en tant que signification *ouverte*, aux autres objets *finis*, ils sont devenus eux-mêmes objets finis, et rentrent dans la panoplie, la constellation d'accessoires par où se définit le standing « socio-culturel » du citoyen moyen.¹¹³

Notre hypothèse nous invite à considérer comme possible l'association de l'industrialisation des objets et de leur dimension culturelle. Nous supposons la compatibilité de ces deux dimensions pouvant constituer une nouvelle forme d'enrichissement des objets en circulation dans le corps social. Nous nous référons ici aux travaux menés par Philippe Bouquillion dans le cadre de ses recherches sur les industries de la culture et de la communication. Il convient à ses yeux de « relier les industries de la culture et de la communication à la marche du capitalisme. »

Comme l'a souligné Bernard Miège (1984 et 1989), on ne peut ignorer un phénomène inhérent au capitalisme, la nécessité pour la sphère de production marchande de trouver sans cesse de nouveaux espaces de valorisation des capitaux. Le renouvellement des champs de valorisation du capital est particulièrement intensif aujourd'hui. La sphère de production marchande cherche, et réussit, à s'étendre à des domaines antérieurement occupés de manière totale ou partielle par des institutions non marchandes ou régulées de façon non marchande. Les industries de la culture et de la communication représentent un espace, très attractif, de valorisation des capitaux.¹¹⁴

Dimensions économique et culturelle peuvent ainsi fonctionner ensemble au sein d'un même système ; c'est ce que nous chercherons à démontrer ici en étudiant les modalités de transformation de l'ouvrage, qui de support de lecture devient objet de collection : la figure du collectionneur, en effet, permet de dépasser cette incompatibilité entre culture et industrie dans la mesure où celui-ci « libère effectivement les choses de la servitude d'être utiles. »¹¹⁵.

¹¹¹ Ibidem, page 225

¹¹² BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, op. cit., page 149

¹¹³ BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation, ses mythes, ses structures*, opus cité, page 160

¹¹⁴ BOUQUILLION Philippe, *Les industries de la culture et de la communication, les stratégies du capitalisme*, PUG, 2008, page 10

¹¹⁵ BENJAMIN Walter, *Le système des objets*, op. cit., page 226

b) l'objet de collection, « agrégateur de valeurs »

Nous avons cherché à déterminer les caractéristiques principales de l'objet de collection afin de pouvoir élaborer une grille d'analyse pour notre corpus et mettre en place nos hypothèses de travail. Nous nous sommes pour ce faire appuyée sur les analyses de la notion de collection par Walter Benjamin et Jean Baudrillard.

- Beauté, rareté

L'objet de collection est un objet d'exception, du fait de ses dimensions esthétique, artistique, mais également de sa rareté. Afin de définir ce premier axe, nous nous sommes penchée sur ce fragment extrait du *Livre des Passages* :

On peut partir du fait que le vrai collectionneur détache l'objet de ses rapports fonctionnels. Mais cela ne suffit pas à expliquer complètement ce type singulier de comportement. N'est-ce pas en effet le fondement sur lequel se bâtit une contemplation « désintéressée », au sens de Kant et de Schopenhauer ?¹¹⁶

Nous avons analysé ce passage à la lumière des écrits de Kant sur la notion de beau. Pour Kant, « lorsque toutefois la question est de savoir si une chose est belle, on ne désire pas savoir si nous-mêmes, ou toute autre personne portons ou même pourrions porter un intérêt à l'existence de la chose, mais comme nous la jugeons en la considérant simplement. »

On voit aisément que ce qui importe pour dire l'objet *beau* et prouver que j'ai du goût, c'est ce que je découvre en moi en fonction de cette représentation et non ce par quoi je dépends de l'existence de l'objet. Chacun doit reconnaître qu'un jugement sur la beauté en lequel se mêle le plus petit intérêt est très partial et ne peut être un jugement de goût pur. Pour jouer le rôle de juge en matière de goût il ne faut pas se soucier le moins du monde de l'existence de l'objet, mais bien au contraire être indifférent en ce qui y touche.¹¹⁷

Le détachement de l'objet de ses rapports fonctionnels, que postule Benjamin, nous permet bel et bien de rapprocher l'objet de collection du bel objet, de l'objet d'art, tel que les définit Kant dans la *Critique de la faculté de juger*. Baudrillard rejoint ces affirmations lorsqu'il écrit au sujet du collectionneur de livres que « les enquêtes montrent que les clients des collections de livres (10/18, Que sais-je?) une fois pris dans le sillage de la collection, continuent d'acheter tel ou tel titre qui ne les intéresse pas (...) la spécificité de la lecture tend alors à disparaître. »¹¹⁸.

¹¹⁶ BENJAMIN Walter, op. cit., page 224

¹¹⁷ KANT Emmanuel, *Critique de la faculté de juger*, 6ème tirage, Librairie Philosophique J. Vrin, 1984, page 50-51.

¹¹⁸ BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, op. cit., page 147

L'objet de collection, une fois possédé par le collectionneur, perd son statut d'objet utile et devient, selon la définition proposée par Kant, un bel objet, un objet esthétique.

Plus généralement, nous avons choisi de conclure que l'objet de collection est investi par son propriétaire d'une valeur qu'il n'était pas supposé avoir au moment de sa création ; celle-ci peut être esthétique, mais également artistique, culturelle, ou encore, nous le disions plus haut, liée à sa rareté. En effet, il s'agit bien de distinguer la notion de collection de celle « d'accumulation », à l'image de Baudrillard, qui rappelle que « le concept de collection (colligere: choisir et rassembler) se distingue de celui d'accumulation. (...) La collection, elle, émerge vers la culture (...) En même temps que par sa complexité culturelle, c'est par le manque, l'inachèvement que la collection s'arrache à l'accumulation pure.»¹¹⁹.

Nous avons donc repéré dans notre corpus d'analyse les éléments renvoyant à une valorisation esthétique ou culturelle des livres, ou encore à la mise en évidence de leur rareté dans le paysage éditorial français.

- Le tout et la partie

Le deuxième élément que nous considérons comme constitutif du statut de l'objet de collection relève d'une tension dialectique. Il consiste à affirmer l'appartenance de l'objet à un tout sans lequel il n'est rien, mais dont il constitue une partie absolument indispensable. Ce deuxième élément est largement solidaire de la première dimension que nous évoquons, à savoir celui consistant à sortir l'objet de son statut utilitaire. Benjamin affirme ainsi que « ce qui est décisif, dans l'art de collectionner (Sammeln), c'est que l'objet soit détaché de toutes ses fonctions primitives, pour nouer la relation la plus étroite possible avec les objets qui lui sont semblables. »

Celle-ci est diamétralement opposée à l'utilité et se place sous la catégorie remarquable de la complétude. Qu'est-ce que cette « complétude » ? Une tentative grandiose pour dépasser le caractère parfaitement irrationnel de la simple présence de l'objet dans le monde, en l'intégrant dans un système historique nouveau, créé spécialement à cette fin, la collection.¹²⁰

De même, Baudrillard dans *Le système des objets* parle de la reconstitution par le collectionneur d' « un monde, une totalité privée. »¹²¹ et rappelle que « la motivation sérielle est partout visible. (...) la différence dans la série suffit à créer un intérêt formel qui tient lieu d'intérêt réel. C'est une pure contrainte d'association qui joue dans la motivation d'achat. »¹²².

¹¹⁹ Ibidem, pages 146 à 148

¹²⁰ BENJAMIN Walter, op. cit., page 222

¹²¹ BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, op. cit., page 121

¹²² Ibidem, page 147

Nous avons donc cherché dans notre corpus tous les éléments consistant à valoriser l'appartenance du roman à un tout plus large, que ce soit le tout constitué par la série *Harry Potter* ou par la collection de publication de l'objet-livre. Nous avons également cherché à comprendre comment l'énonciateur cherchait à créer une unité à partir de cette pluralité, et à ramener l'inconnu au connu à travers un certain nombre de procédés que nous évoquerons plus loin.

- Genèse et Historicisation

Enfin, nous avons choisi de définir l'objet de collection comme un objet ancré dans une histoire, une genèse qui participe à la création de valeur. Ce dernier élément de définition de l'objet de collection nous a été inspiré par Benjamin:

Il suffit de se rappeler, en effet, l'importance que prennent pour tout collectionneur non seulement l'objet lui-même mais aussi son passé tout entier, qu'il s'agisse de sa genèse et de ses caractéristiques objectives, ou des détails de son histoire apparemment externe : les personnes qui l'ont possédé auparavant, le prix auquel il a été adjugé, sa valeur, etc. Aux yeux du vrai collectionneur, tout cela – les données « objectives » comme les autres – se combinent dans chacune de ses possessions pour former une encyclopédie complète de l'organisation du monde dont l'esquisse est le *destin* de son objet.¹²³

Ce dernier élément de définition nous semblait particulièrement intéressant dans la mesure où il rassemble en son sein les deux premiers, considérés finalement comme des « données 'objectives' » par Benjamin, tout en les ancrant dans un processus plus large, celui de l'historicisation de l'objet. **Nous avons ainsi recherché les éléments caractéristiques de la création d'une genèse de l'ouvrage, ou de ses formes d'historicisation, ces deux procédés permettant d'ancrer l'objet-livre dans une histoire plus large que la sienne propre.**

B) Harry Potter : livre à lire ou livre à collectionner ?

Nous chercherons ici à analyser les modalités de présentation choisies pour introduire les ouvrages auprès du public sur les espaces d'expression en ligne au regard des éléments de définition de la notion de collection. La question, en effet, reste entière : sur ces espaces dédiés à la présentation de livres, les ouvrages sont-ils décrits comme supports de lecture ou deviennent-ils l'objet d'une consommation d'un autre type ?

1) de la mise en scène de l'intrigue au bel objet et à l'objet rare

Les modalités de valorisation esthétique et culturelle des différents livres étudiés laissent néanmoins la place à la présentation de la dimension utilitaire des ouvrages, à savoir leurs intrigues. Dans quelle

¹²³ BENJAMIN Walter, op. cit., page 224

mesure ces dimensions peuvent-elles se présenter comme compatibles les unes avec les autres, venant enrichir les objets livres d'une nouvelle dimension et transformer leur statut et leur identité ?

a) la plus-value de l'intrigue

L'organisation scénographique des pages présentant l'ouvrage *Harry Potter à l'école des sorciers* sur les deux sites internet que nous analysons nous permet d'observer la mise en valeur d'un espace en particulier : celui consacré au résumé de l'ouvrage. La mise en scène des pages internet s'articule en effet autour d'une opposition entre un cœur de page, clairement identifié par son encadrement, la couleur de son fond, et l'importance de sa taille, et une périphérie composée d'une combinaison d'autres encadrés dont l'articulation compose l'unité. Nous observons pour les deux sites internet le choix d'un même fond blanc pour cet espace consacré à la présentation de l'ouvrage, la même répartition du texte et des images avec la mise en évidence de la première de couverture sur la gauche de l'encadré et la mention du nom de l'auteur, du titre et du résumé sur la droite. Des encadrés de couleurs différentes, comme du gris, du rouge, du beige clair, permettent de séparer cet espace de grande taille à l'unité sémiotique affirmée du reste de la page, dont l'apparence relève davantage du patchwork ou du composite.



Fig. 19 : Page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

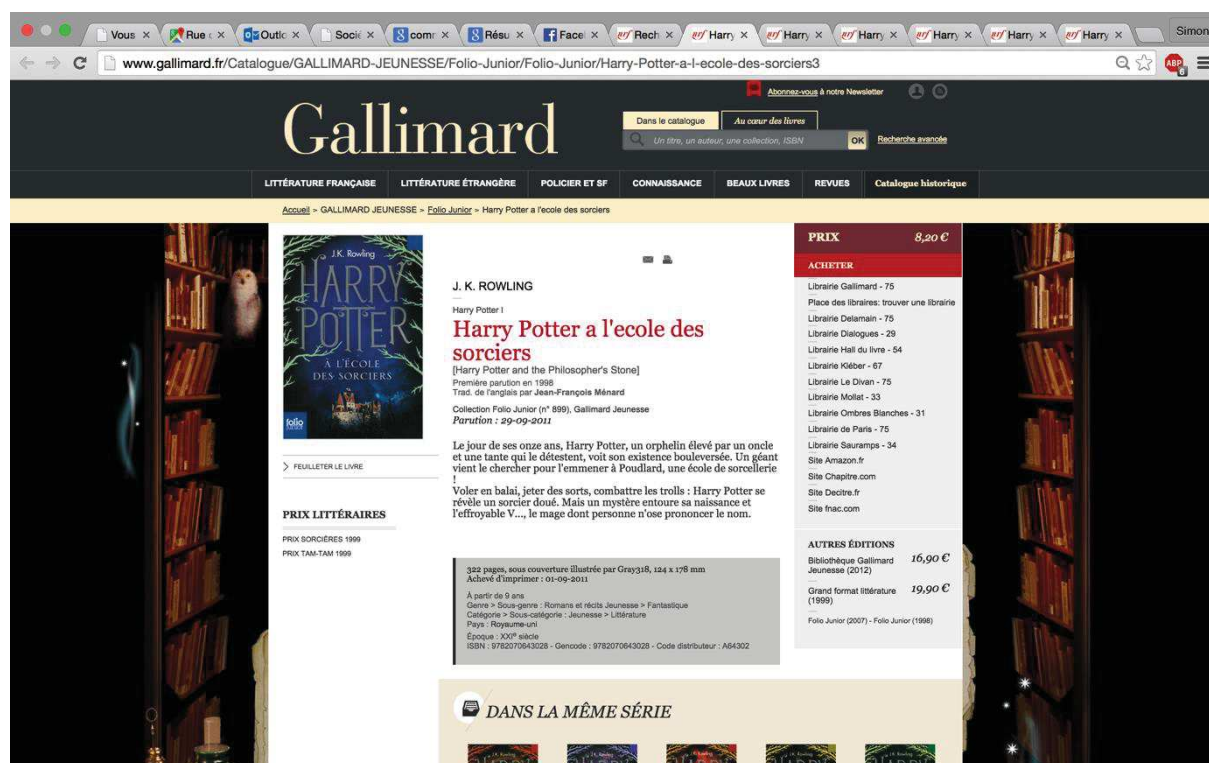


Fig. 20 : Page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site Gallimard - Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers3>

En incarnant le cœur de la page, l'espace de résumé et de présentation de l'ouvrage prend donc une place centrale et son contenu lui-même est présenté comme primordial. Nous observons dans tous les cas la reprise de résumés existant sur les objets livres eux-mêmes. L'espace du site internet n'est donc pas, pour la présentation des ouvrages, un espace de créativité éditoriale. L'enjeu de ces espaces se situe ailleurs que dans la mise en valeur du contenu des ouvrages, pour lesquels la maison d'édition ne cherche pas à intégrer des formes inédites et originales de présentation.

Nous pouvons observer que cet espace est parfois remanié dans le sens d'un effacement du contenu du roman. Cela est d'autant plus surprenant que ce phénomène se produit dans les espaces dédiés à la présentation des intrigues des ouvrages sur ces pages internet. Un élément nous a particulièrement frappée : il s'agit des modalités de présentation de l'édition Folio Junior 2011, sur le site internet de Gallimard Jeunesse comme de Gallimard. Celles-ci présentent une particularité que nous n'avons observée sur aucune autre page de présentation du tome I de la série *Harry Potter*, celle de proposer au visiteur de « Feuillet(e)r l'ouvrage » ou de « Feuillet(e) le livre » :



Fig. 21 : Zoom sur les visuels choisis pour les pages consacrées à l'édition Folio Junior 2011 - Pages consultées le 30 avril 2015

Ces deux mentions sont présentées sous forme de liens, affichés en dessous des visuels de la première de couverture, nous menant sur une page où le PDF de l'ouvrage est disponible. Ce PDF, disponible à l'achat, nous permet, dans sa version gratuite, d'accéder à la première de couverture et aux dernières lignes du premier chapitre du roman. En plus de mettre en avant les avancées digitales opérées par la maison d'édition, qui donne accès aux ouvrages en version numérique, cette modalité de présentation constitue une forme de suspense. Elle institue un halo de désirabilité autour de l'objet en permettant au visiteur d'en découvrir quelques lignes tout en lui interdisant de lire les autres. Là où nous pourrions conclure à une mise en valeur du contenu de l'ouvrage, dont on nous donne à lire quelques mots, nous avons choisi de voir une fois encore un effacement de l'importance de la lecture. En effet, l'emploi du mot « feuilleter » implique une lecture rapide et peu approfondie, impression renforcée par le fait que l'on n'ait accès qu'à un seul paragraphe du premier chapitre, les derniers mots qui plus est. Mis à part le lecteur déjà familier de l'ouvrage, en mesure de dire qui parle, personne ne peut savoir qui prononce les mots « Bonne chance, Harry », par lesquels se conclut le chapitre. Sans les précisions des pages précédentes, il ne peut pas découvrir que le personnage qui s'adresse ainsi à un « tas de couvertures » est le professeur Dumbledore. Nous pouvons donc voir que le contenu de l'objet-livre n'est pas autant mis en valeur que le lien cliquable « feuilleter l'ouvrage » pouvait le laisser présager.

b) Le valorisation esthétique de la matérialité

Cet effacement de l'intrigue des ouvrages se double d'une mise en valeur de la dimension esthétique des livres que la maison d'édition présente sur ses espaces. Quelle que soit la page que nous observons, nous pouvons constater la valorisation de la dimension visuelle des ouvrages, puisque l'élément donné en premier sur l'espace est la première de couverture. Quel que soit le livre présenté, nous ne voyons ni les dos, ni les quatrièmes de couverture, espaces dédiés, comme nous le disions en première partie, à la présentation textuelle des caractéristiques de l'ouvrage.

Les modalités de présentation de certains des ouvrages nous ont intriguée. En effet, nous pouvons constater, pour plusieurs d'entre eux, l'absence de résumés sur l'espace pourtant consacré à donner plus de précisions sur l'ouvrage lui-même, au profit d'une valorisation de sa forme. Cela était par exemple le cas sur la page du « coffret I à VII »: le visuel choisi, tout d'abord, ne présente pas les premières de couverture des sept objets-livres contenus dans le coffret, mais le coffret lui-même, dans des modalités exaltant sa dimension luxueuse. Il s'agit d'une boîte dont le design imite la forme d'un coffret à bijou ou d'un coffre à trésor, ornementé et travaillé comme tels. Les précisions au sujet de l'objet-livre lui-même ne concernent plus son contenu, ni les commentaires ayant pu circuler dans l'espace public (comme les prix littéraires ou les recommandations du ministère de l'éducation par exemple) ; nous observons au contraire une légitimation de l'objet par lui-même, passant par une mise en avant de ses qualités esthétiques. Il est en effet question d'« élégan(ce) », de « finitions soignées », de la dimension « collector », et de caractéristiques purement physiques voire techniques (« fermoir magnétique », « épais », « solide »).

Il est de plus très intéressant de lire que ce coffret réunit « les sept volumes en Folio Junior ». On ne nous dit pas quels sont ces sept volumes : si le titre de la série est rappelé à la droite du visuel, nous ne pouvons lire nulle part les titres des sept ouvrages fournis dans la boîte, comme si cela relevait de l'évidence. Nous sommes face à une valorisation de l'objet par le silence : comme un produit de luxe, il n'est plus nécessaire de nous donner de détails, même les plus élémentaires pour que le visiteur puisse l'identifier.

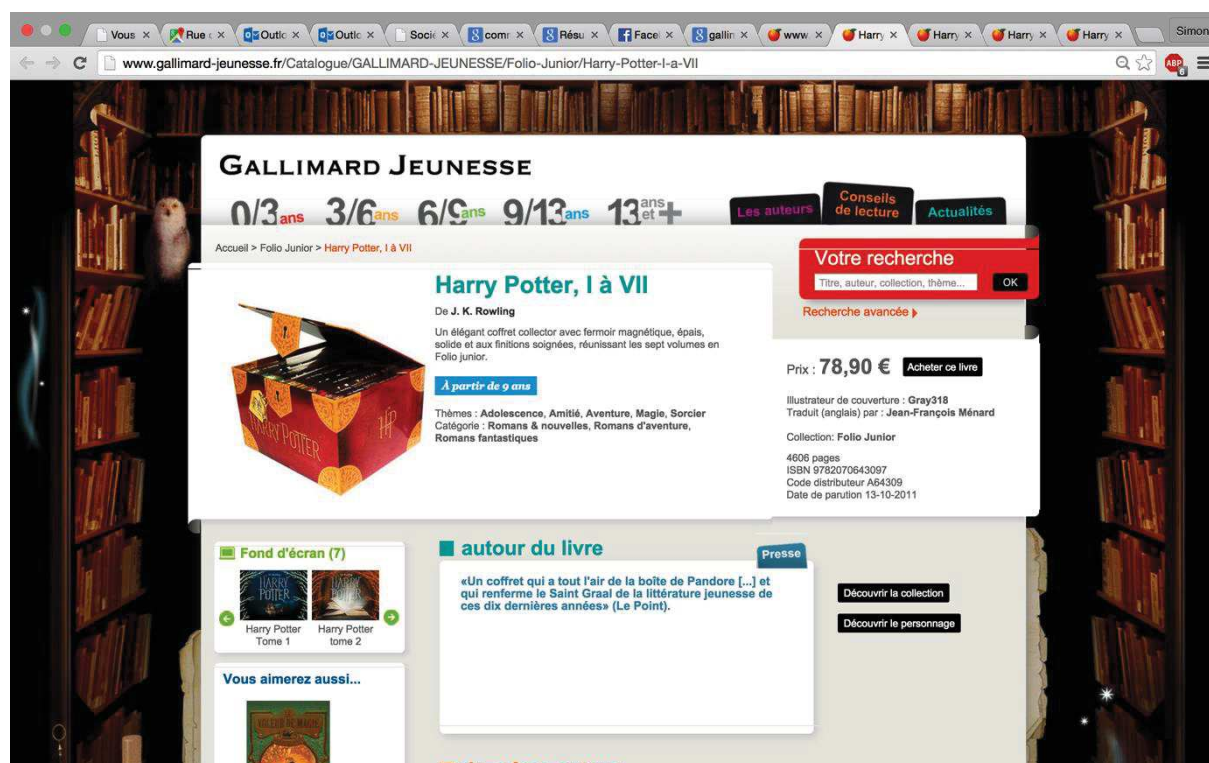


Fig. 22 : Page consacrée au coffret Harry Potter I à VII - Site Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-I-a-VII>



Fig. 23 : Zoom sur l'encadré de présentation du coffret I à VII Folio Junior 2011 - site internet Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-I-a-VII>

Nous pouvons observer des similitudes entre les modalités de présentation de ce coffret et celles renvoyant à la collection de luxe. Les mentions référant à l'intrigue du roman ont également disparu de l'espace de présentation puisque nous n'observons ni résumé, ni commentaires sur le texte. En revanche, une phrase complète est consacrée aux particularités de cette édition ainsi qu'à ses caractéristiques matérielles. Le vocabulaire utilisé connote le luxe et le beau, à travers les mentions « de luxe », « sous coffret », ou encore « reliure d'art ». Le mot « sous » donne par exemple l'impression d'un objet placé sous une vitrine, protégé, mis à l'écart du monde en raison de sa trop grande valeur. De même, l'expression « reliure d'art » renvoie bel et bien à quelque chose de l'ordre de l'esthétique telle que Kant l'entendait. Enfin, la mention de la « tranche dorée » correspond aux

codes esthétiques de la bibliothèque de la Pléiade dont tous les ouvrages arborent des tranches dorées à l'or fin.



Fig. 24 : Page consacrée à l'édition de luxe - site Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>

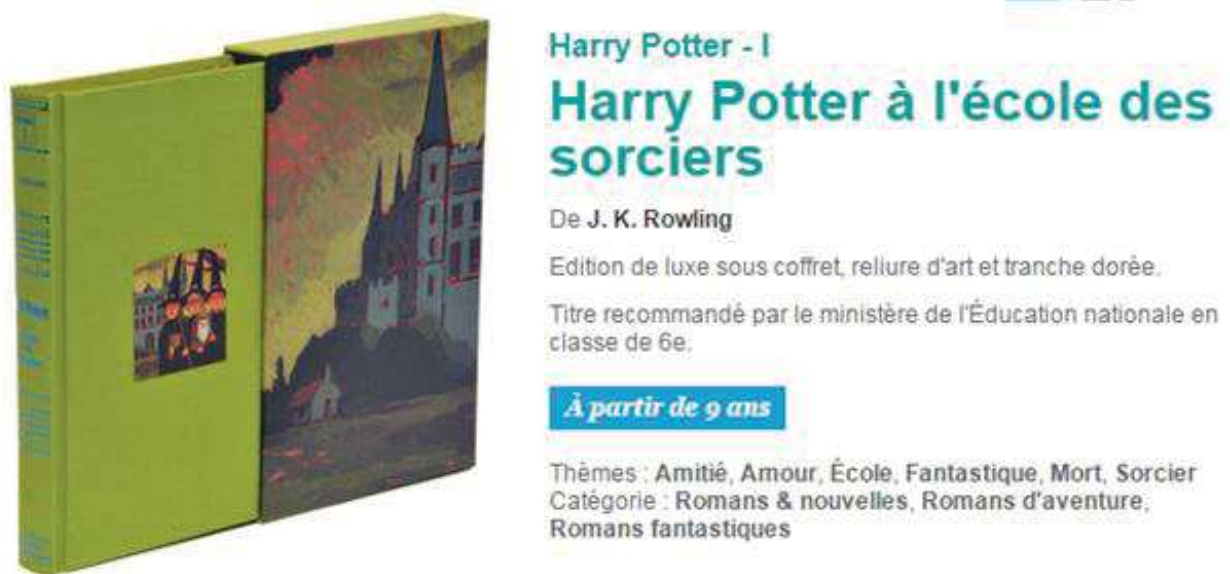


Fig. 25 : Zoom sur l'espace de présentation de l'édition de luxe 2008 - site internet Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>

c) L' exaltation de la rareté

Nous l'avons vu, les livres sont valorisés pour leur dimension matérielle au détriment de l'intrigue qui, elle, semble devenir secondaire. La dimension utilitariste, que nous avons assignée à la fiction

comme divertissement, est toujours présente sur l'espace de la page, quoique peu valorisée ; nous observons en revanche une mise en avant de la beauté des ouvrages.

Un dernier élément constitutif de la définition d'objet de collection nous semblait également développé par endroits : celui de la rareté. Cette notion est à nos yeux absolument indissociable de celle de collection, puisqu'elle en constitue l'intérêt et la force motrice. Sans impression de rareté, la collection ne présente pas d'intérêt ; la quête des objets rares donne son souffle et sa motivation au collectionneur, et sa particularité à la collection. Le choix de considérer la rareté comme l'aboutissement définitionnel de la collection nous permet de nous placer dans la lignée de Benjamin, qui affirme qu' « en ce qui concerne le collectionneur, sa collection n'est jamais complète ; lui manque-t-il une seule pièce (Stucl), et tout ce qu'il a recueilli n'est qu'une œuvre fragmentaire (Stuckwerk)... »¹²⁴ ou encore de Baudrillard, qui affirme que l'on sent dans la collection « avec une évidence arithmétique l'équivalence vécue entre toute la série moins un et le dernier terme absent de la série. ».

Celui-ci, sans qui la série n'est rien, la résume symboliquement: il prend alors une qualité étrange, quintessentielle de tout l'échelonnement quantitatif. C'est un objet unique, spécifié de par sa position finale, et donnant ainsi l'illusion d'une finalité particulière. (...) Il faut se demander si la collection est faite pour être achevée, et si le manque n'y joue pas un rôle essentiel, positif d'ailleurs (...) Ce manque est vécu comme souffrance mais il est aussi la rupture qui permet d'échapper à l'achèvement de la collection qui signifierait l'élimination définitive de la réalité.¹²⁵

La mise en valeur de la dernière qualité que nous avons choisi d'assigner à l'objet de collection, la rareté, passe à nos yeux principalement par les modalités de présentation de l'espace consacré à la vente des objets-livres. Cela peut sembler paradoxal dans la mesure où, Philippe Bouquillion le rappelle dans ses travaux, il est courant de présenter « la cohabitation entre création et industrialisation sous les traits d'une opposition entre deux pôles naturellement faits pour s'exclure mutuellement »¹²⁶. Ici, les pôles économique, de mise en vente des livres, et culturel, de mise en valeur de la dimension symbolique des ouvrages, sont ainsi réunis dans un même espace et fonctionnent en synergie.

Si l'objet d'art est difficilement envisageable sous un angle commercial¹²⁷, il n'en est pas de même des objets de collection qui sont, pour Baudrillard, « des objets différenciés, qui ont souvent valeur

¹²⁴ BENJAMIN, Walter, op. cit., Page 228

¹²⁵ BAUDRILLARD Jean, *le système des objets*, op. cit., page 129 à 130

¹²⁶ BOUQUILLION Philippe, MIEGE Bernard, MOEGLIN Pierre, *L'industrialisation des biens symboliques, les industries créatives en regard des industries culturelles*, PUG, 2013, page 15.

¹²⁷ Le bénéfice économique permis par un objet en constitue la finalité dans les circuits commerciaux, or l'un des quatre éléments définitionnels du « beau » selon Kant réside dans le fait que la beauté constitue la finalité de l'objet (KANT Emmanuel, op. cit., page 76 « La beauté est la forme de la finalité d'un objet, en tant qu'elle est perçue en celui-ci sans représentation d'une fin »).

d'échange, qui sont aussi "objets" de conservation, de trafic, de rituel social, d'exhibition, - peut-être même source de bénéfices. »¹²⁸. Les sites internet que nous avons étudiés sont certes des espaces de présentation des ouvrages, mais également des lieux de vente sur lesquels des informations renvoyant aux prix des livres sont disponibles. Ces espaces commerciaux mettent en évidence des éléments que nous évoquions plus haut, à savoir la dimension d'exception de certains ouvrages, leur statut d'objets rares. Nous avons isolé ces espaces dans notre analyse, considérant que leur présentation sous forme d'encadrés leur conférait une indépendance vis à vis du reste de la page. Bien que Gallimard Jeunesse et Gallimard les mettent en scène de manières différentes, une mise en parallèle nous a paru pertinente dans la mesure où, dans les deux cas, le prix et les possibilités d'achat du livre sont livrés aux visiteurs.

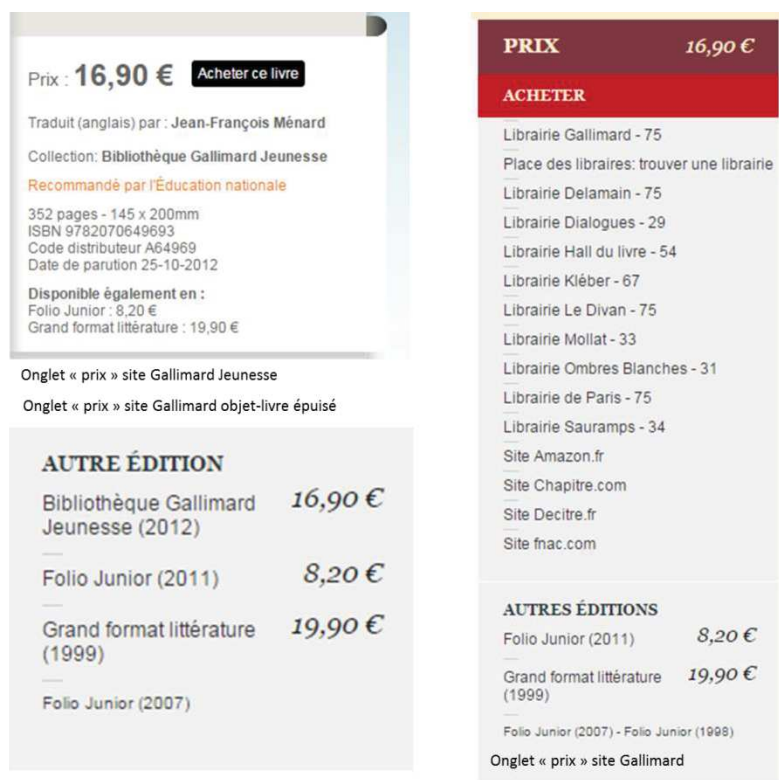


Fig. 26 : Zoom sur trois types d'encadrés prix - Visuel en haut à gauche : encadré prix de la page Bibliothèque Gallimard Jeunesse- site Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers> - Visuel en bas à gauche : encadré prix de la page Folio Junior 1998 – site Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers> - Visuel sur la droite : encadré prix de la page Bibliothèque Gallimard Jeunesse – site Gallimard - Page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

Nous avons établi une typologie distinguant trois modalités différentes de mise en vente des objets-livres : l'encadré « prix » du site Gallimard Jeunesse, l'encadré « prix » du site Gallimard pour les

¹²⁸ BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, op. cit., page 146

objets-livres encore édités et enfin l'encadré « prix » du site Gallimard pour les objets n'étant plus en circulation dans l'espace économique contemporain.

Dans tous les cas, nous observons dans ces espaces une insistance autour de la dimension commerciale et économique de l'objet-livre, à travers une insistance sur sa valeur économique mais également sur les possibilités d'achat pour le visiteur de la page. Ces sites institutionnels, qui pouvaient passer pour des seuils permettant d'entrer dans l'ouvrage à travers la découverte de son résumé, de son auteur, des personnages, revêtent en réalité le statut de sites marchands dont la finalité est de vendre. De même que sur les couvertures des objets-livres, nous observons ici la réunion des deux modalités de définition de la notion de valeur, dont nous disions, en introduction de cette partie, qu'elles entraînent en tension dialectique. Nous voyons bien le visage pluriel et complexe que prend la parole de la maison d'édition sur cet espace : le prix s'immisce en effet dans la valorisation culturelle et esthétique du livre. Cela est le cas dans les espaces consacrés à « d'autres éditions », où la comparaison entre le prix de l'objet présenté sur la page et celui des objets présentés comme voisins permet de le valoriser. Les dimensions commerciale et économique d'une part et culturelle et esthétique d'autre part deviennent inséparables, et contribuent toutes à enrichir la définition de la notion de valeur.

Ces modalités de présentation et de valorisation sont valables pour les livres que le visiteur peut acheter sur le site internet ; cela n'est cependant pas le cas de tous. Il est très intéressant de noter que certains ouvrages présentés sur le site de Gallimard sont absents du site de Gallimard Jeunesse, pour la raison qu'ils ne sont plus disponibles à la vente. Si le site de Gallimard Jeunesse est bien un site de vente, puisque tous les objets qui y sont présentés sont acheteables, cela n'est pas le cas du site de Gallimard. Trois exemples nous permettront d'illustrer cette affirmation : les pages de présentation des éditions Folio Junior 2000, 2007 et « sous étui ».



Fig. 27.1 : Zoom sur la présentation de trois ouvrages non disponibles à la vente - Edition Folio Junior 1998 Site Gallimard, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>



Fig. 27.2 Zoom sur la présentation de trois ouvrages non disponible à la vente - Edition Folio Junior 2007 Site Gallimard, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>



Fig. 27.3 : Zoom sur la présentation de trois ouvrages non disponible à la vente - Edition Limitée Folio Junior 2007 Site Gallimard, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Tirages-limites-sous-etui/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

Nous pouvons voir sur ces trois espaces l'absence de proposition d'achat, de prix ou encore d'indications sur les lieux de vente. En effet, ces éditions n'existent plus depuis longtemps¹²⁹. Le fait de présenter ces objets sur un site de vente alors qu'ils ne sont plus en circulation dans l'espace économique peut sembler tout à fait étonnant. Cela contribue à donner à cette page une dimension « inutile » en créant une impression de manque sur un espace en tout point semblable aux pages voisines ; les pages correspondant à ces livres sont en effet proposées aux visiteurs sur l'espace de résultats de la page d'accueil du site de la même manière que les autres, comme s'ils étaient soumis aux mêmes règles.

Cette rhétorique du manque, commune à la plupart des espaces de vente en ligne, contribue à faire de ces objets des éléments inaccessibles, rares, difficiles à obtenir, et donc à renforcer le désir autour de ces objets de collection. Ce processus de valorisation, par les objets achetables, de ceux qui ne le sont plus, consiste à rendre présent et actuel ce qui ne l'est pas. Cette démarcation formelle entre des objets achetables et ceux qui ne sont plus disponibles à la vente est également visible dans le sous-encadré « autres éditions », dans lequel ces derniers sont affichés en plus petit et sans qu'aucun prix ne soit mentionné. Bien qu'ils soient affichés dans une police discrète, ils sont néanmoins présents, ce qui vient renforcer cette logique de démonstration de la rareté d'objets épuisés donc « collector ». Cette valorisation de la notion de collection se fait au moyen d'un ancrage dans le monde commercial puisqu'elle a lieu dans l'espace consacré à la vente des livres.

¹²⁹ Il s'agit en effet d'éditions vendues entre 2000 et 2007 et d'une édition qui n'était à l'origine disponible qu'en tirage limité.

2) *le divers et l'homogène: la navigation comme ouverture contrôlée*

Si l'objet de collection est dépouillé de sa dimension utilitaire et instrumentale pour être valorisé en tant que bel objet, objet de culture ou encore objet rare, il est également injecté dans un ensemble organisé qui est celui de la collection dont il n'est qu'une partie. Cette action d'association d'objets entre eux est conceptualisée par Benjamin qui en fait un axe fondamental de la notion de collection. Pour lui, « le collectionneur (...) réunit les choses qui vont ensemble »¹³⁰.

Nous souhaitons à sa suite nous attarder sur la notion de « système », qui résume cette nécessité pour les objets d'une collection de s'inscrire au monde les uns par rapport aux autres. Ils constituent alors un tout qui n'a de raison d'être que parce que ces objets sont associés tous ensemble. Nous citerons pour illustrer cette affirmation Baudrillard, qui écrit que « tous les objets possédés participent de la même abstraction et renvoient les uns aux autres (...). Ils se constituent alors en système grâce auquel le sujet tente de reconstituer un monde, une totalité privée. »¹³¹. Notre analyse portera donc sur les modalités d'inscription du livre dans le tout très large de l'espace social, ainsi que dans l'espace plus restreint de la série *Harry Potter*.

Il s'agit cependant de ne pas négliger le fait que, si l'objet de collection n'existe en tant que tel que parce qu'il s'inscrit dans un ensemble plus large, celui de la collection, celle-ci n'existe que parce que les objets qui la constituent peuvent s'y inscrire. L'irruption d'un objet précis dans l'ensemble de la collection conduit à produire «(d)es modifications (...) dans toutes les autres pièces »¹³². L'objet de collection est en permanence pris dans un rapport de tension dialectique avec la collection qui le constitue mais qu'il constitue dans le même temps ; nous chercherons ici à comprendre dans quelle mesure cette tension se manifeste dans les discours en ligne des maisons d'édition.

a) *Le social et le sériel : la dialectique du tout et de la partie*

Le processus de création d'un « tout » agrégateur, dans lequel les objets-livres se constituent en système, est visible à travers la mise en valeur, sur l'espace du site internet, de l'univers de la série *Harry Potter*. La scénographie générale des pages analysées présente une opposition entre un cœur de page consacré à l'objet-livre lui-même et une périphérie composée de multiples encadrés dont l'association sous forme de patchwork constitue l'unité.

C'est au sein de cet espace composite que nous avons sélectionné un certain nombre de traits significatifs de cette logique de mise en avant de l'univers *Harry Potter*, à travers des encadrés

¹³⁰ BENJAMIN Walter, op. cit., page 228

¹³¹ BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, op. cit., page 121

¹³² BENJAMIN Walter, op. cit., page 223

comme « Autour du livre », « Listes de lectures associées » « Voir le site Harry Potter », « Découvrir la collection », « Découvrir le personnage », « Du même auteur » et « Dans la même série » présents sur le site Gallimard Jeunesse.



Fig. 28 : Présentation de l'édition de luxe, site internet Gallimard Jeunesse. Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>

Ces objets assument des statuts différents ; nous avons en effet choisi d'observer des encadrés, comme « Autour du livre » ou « Dans la même série », au même titre que des vignettes, comme « Voir le site Harry Potter », « Découvrir la collection » ou encore « Découvrir le personnage ». Il peut sembler abusif de mettre ces deux types d'espaces sur le même plan dans le cadre d'une analyse. Les vignettes incarnent en effet la figure de « petites formes », c'est à dire de « formes de petites tailles ne présentant aucun contenu » comme au sens où l'entendent Etienne Candé, Valérie Jeanne-Perrier et Emmanuel Souchier dans un article récent¹³³. En effet, dans ce cadre précis, les vignettes « *donne(nt) à voir – ou donne(nt) à prévoir – ce qui peut être donné à lire.* (Leur) fonction indicielle est puissante. »¹³⁴. La vignette relève donc de la promesse communicationnelle, celle d'offrir, à partir d'un espace restreint par les cadres de la page, une ouverture vers un espace plus large, celui du site internet dans sa totalité, contrairement à l'encadré qui n'offre à lire que ce qu'il contient déjà sur l'espace de la page elle-même. Les auteurs remarquent ainsi qu'« une propriété particulière des petites formes est qu'elles constituent en général des promesses d'accès à des contenus sur les sites Internet. ».

Et cette multiplication des modes et des voies d'accès a pour particularité d'agir comme un faux-semblant : en multipliant les voies d'accès, souvent à des contenus similaires, en

¹³³ CANDEL Etienne, JEANNE-PERRIER Valérie, SOUCHIER Emmanuel, « Petites formes, grands desseins : d'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures », in DAVALLON Jean (dir.), *L'économie des écritures sur le web, volume 1 : Traces d'usage dans un corpus de sites de tourisme*, Hermès-Lavoisier, 2012, pages 135 à 166

¹³⁴ Ibidem page 26

travaillant sur la redondance des signes passeurs, ces différentes formes donnent souvent l'impression que les sites étudiés sont riches et foisonnants.¹³⁵

Ces espaces de natures différentes peuvent être comparés entre eux dans la mesure où ils présentent tous des éléments renvoyant à l'univers de la série : son personnage, les ouvrages suivant le tome I, les collections spécifiques dans lesquelles ils sont publiés, le site internet consacré à la série complète.

- Vignette « autour du livre »

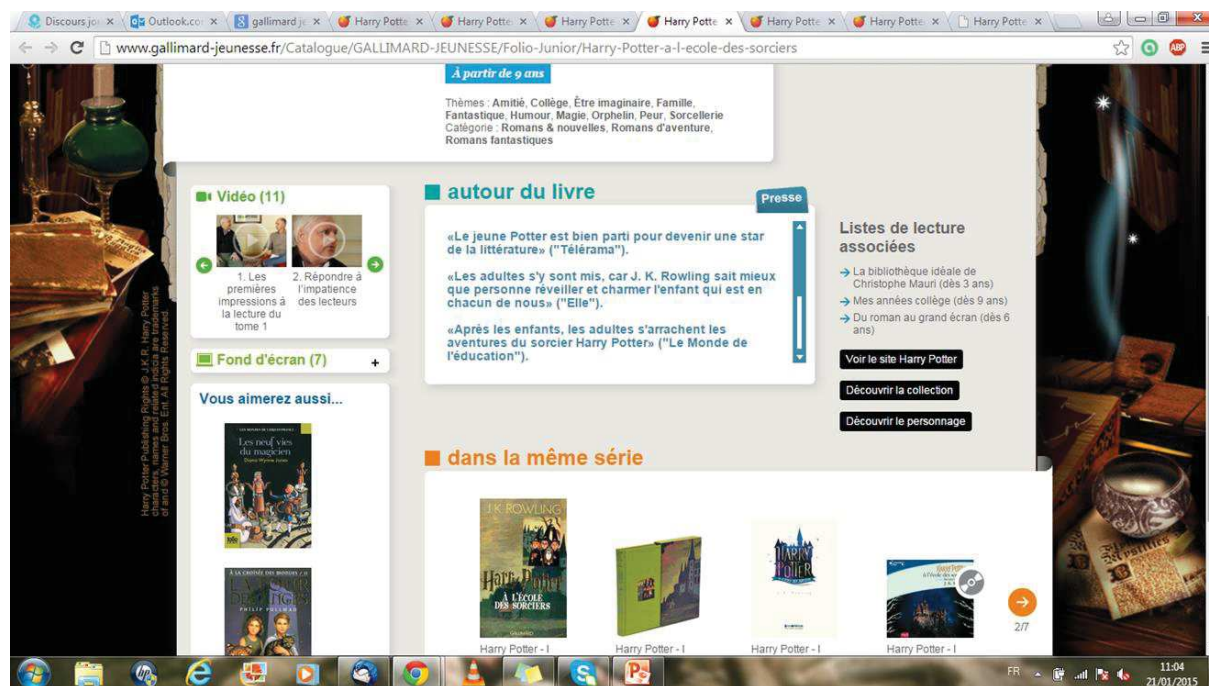


Fig. 29 : Bas de page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site internet Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

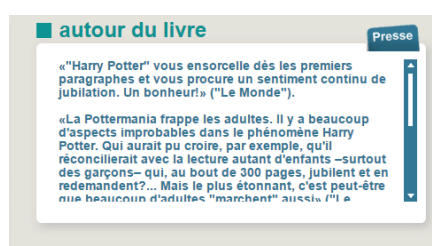


Fig. 30 : Zoom sur l'onglet "autour du livre" - édition Folio Junior 2011 - Site internet Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

Cet onglet, présenté sous la forme d'un menu déroulant permettant au visiteur de découvrir un certain nombre d'extraits d'articles de presse, représente une forme de légitimation de la qualité de l'ouvrage tout en contribuant à l'inscrire dans le tout très large de l'espace public. En soulignant le fait qu'*Harry Potter à l'école des sorciers* soit un livre dont il est fait état dans les médias, Gallimard

¹³⁵ Ibidem, page 15

montre qu'il est un élément à part entière du social faisant l'objet de partage d'idées, d'opinions et de débats. En plus d'inscrire l'ouvrage dans l'espace public, cette référence aux médias permet de le positionner dans le paysage littéraire français. Ce livre est en effet présenté comme un ouvrage de qualité (« *Le jeune Potter est bien parti pour devenir une star de la littérature*») destiné à tout type de lecteurs (« *beaucoup d'adultes "marchent" aussi* », « *Les adultes s'y sont mis* », « *Après les enfants, les adultes s'arrachent les aventures du sorcier Harry Potter*»). La maison d'édition choisit également, à travers cet espace et la sélection d'extraits bien précis, d'attribuer une dimension magique à cette production littéraire. Ancrée dans le genre fantastique, cette fiction est présentée comme ayant également des qualités surnaturelles lui permettant d'« ensorceler » le public « dès les premiers paragraphes ». Les pouvoirs « magiques » de l'auteur sont également évoqués, J.K Rowling étant présentée comme capable de « réveiller et charmer l'enfant qui est en chacun de nous ». La mise en valeur des instances émettrices de ces articles contribue à légitimer ces propos et à leur donner une valeur qui se répercute sur le livre lui-même. La présentation des commentaires effectués au sujet de l'ouvrage dans l'espace public, en plus d'assumer une dimension légitimante, contribue à ancrer l'objet-livre dans le tout très large du social, et à en faire une partie d'un système bien plus grand, celui du paysage littéraire français.

- Onglet « listes de lectures associées »



Fig. 31 : Zoom sur l'onglet "listes de lecture associées" - Folio Junior 2011- Site internet de Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

Cette démarche d'ancrage du livre dans le tout très large du social se manifeste également à travers l'onglet « liste de lectures associées ». Cette rubrique est construite selon une logique dialogique de proposition de lectures complémentaires à celle de l'ouvrage concerné par la page, et vient s'inscrire dans l'espace comme si le visiteur avait effectué une demande à ce sujet. Il est intéressant de voir que cette invitation à d'autres lectures se fait selon une catégorisation par tranches d'âges ; la maison d'édition propose ainsi un accès à « La bibliothèque idéale de Christophe Mauri (dès 3 ans) », à la liste « mes années collège (dès 9 ans) » et enfin à la liste « du roman au grand écran (dès 6 ans) ».

Ces listes de lecture, bien que présentées comme « associées » au contenu de la page visitée, adjectif véhiculant l’imaginaire de l’attention et du soin porté au lecteur, ne semblent avoir en réalité que peu de lien avec la série *Harry Potter*. Il semble en effet étrange de proposer des lectures pour des enfants de moins de 6 ans sur la page internet consacrée à un livre destiné au plus de 9 ans. Nous pouvons dès lors douter que ces listes de lecture soient réellement pensées pour s’inscrire spécifiquement sur l’espace de la page *Harry Potter à l’école des sorciers*. C’est au lecteur d’ouvrages publiés chez Gallimard Jeunesse que la maison s’adresse ici ; en « associant » l’ensemble de ses lecteurs dans un même système, la maison d’édition associe également entre eux l’ensemble des textes qu’elle publie. La présentation de telles listes de lectures contribue donc bel et bien à inscrire l’ouvrage *Harry Potter à l’école des sorciers* dans le tout très large de la maison d’édition.

- Onglet « Découvrir la collection »

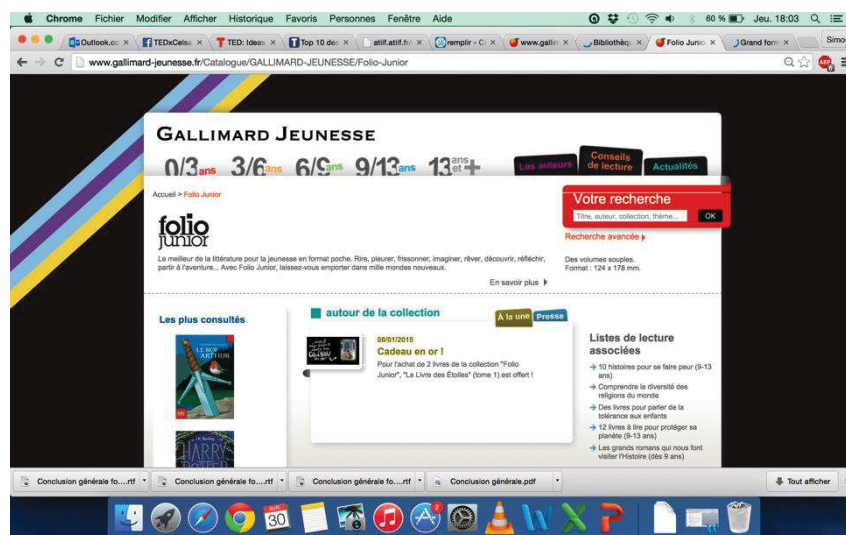


Fig. 32 : Découvrir la collection" - pages consacrée la collection Folio Junior – Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior>

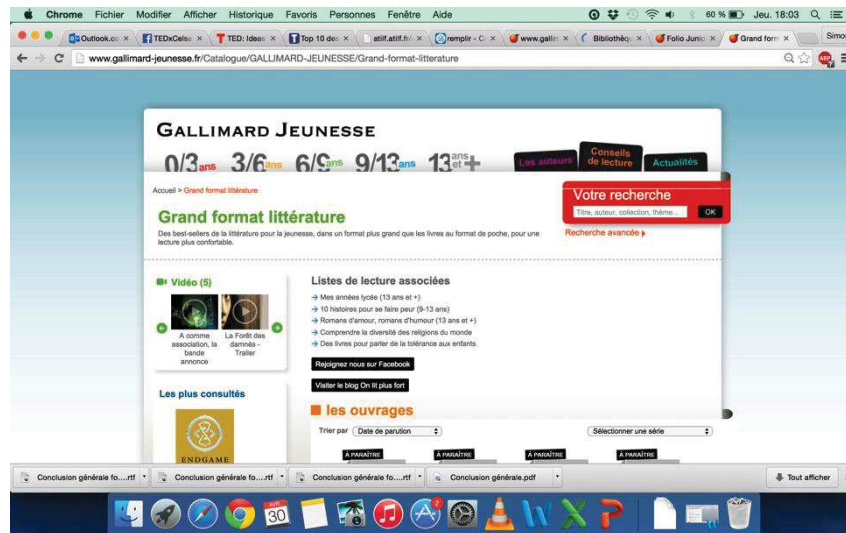


Fig. 33 : "Découvrir la collection" - pages consacrée la collection Grand Format Littérature – Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature>

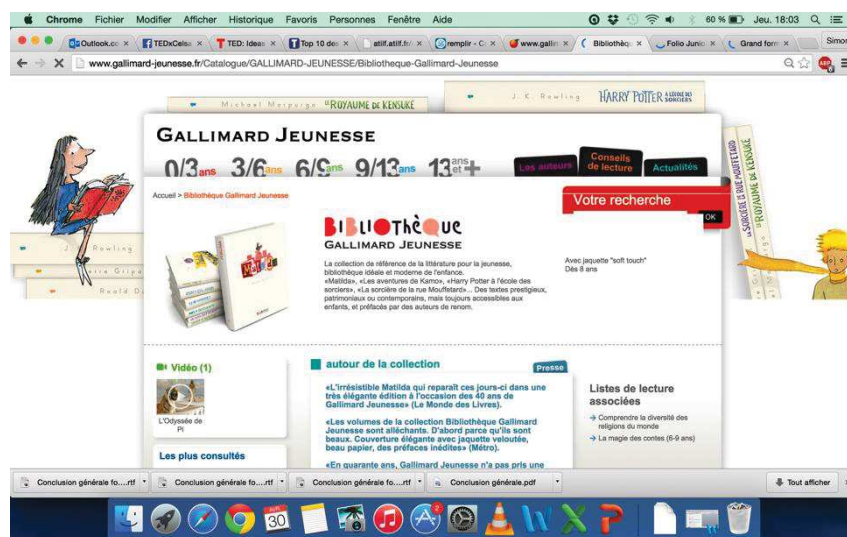


Fig. 34 : "Découvrir la collection" - pages consacrée la collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse – Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliothèque-Gallimard-Jeunesse>

L'inscription des ouvrages de la série *Harry Potter* dans le tout très large des productions de la maison d'édition se double également d'un ancrage de ces livres dans des systèmes de collections. Si ces dernières sont des productions émises spécifiquement par Gallimard Jeunesse, elles n'en constituent pas moins des ensembles dans lesquels les ouvrages viennent s'inscrire. Les onglets « découvrir la collection » sont ainsi le lieu de la mise en valeur des collections que nous avons étudiées comme la collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse, création la plus récente de la maison d'édition, la collection Grand Format Littérature ou encore la collection Folio Junior.

Cliquer sur les liens offerts par ces onglets permet d'arriver sur des pages internet indépendantes traitant des partis pris éditoriaux relatifs à chacune des collections. Le visiteur peut y découvrir des informations concernant la charte graphique de ces différentes éditions, les types d'ouvrages publiés en leurs seins, des extraits d'articles journalistiques recensant leurs différentes qualités ainsi que des suggestions de lecture. En plus de constituer une forme de valorisation de la maison d'édition, nous observons la mise en avant d'une genèse d'un système dont l'ouvrage présenté n'est qu'une partie. En présentant la collection complète à partir de cet ouvrage, la maison d'édition ramène l'inconnu, ici l'ouvrage, en passant par le connu, à savoir la collection dans laquelle il est publié. Ce jeu sur les valeurs et images associées à ces deux pôles correspond bel et bien à une logique d'inscription de l'ouvrage dans un système, un élargissement du système de valeur qui lui est associé.

- Onglet « découvrir le personnage »

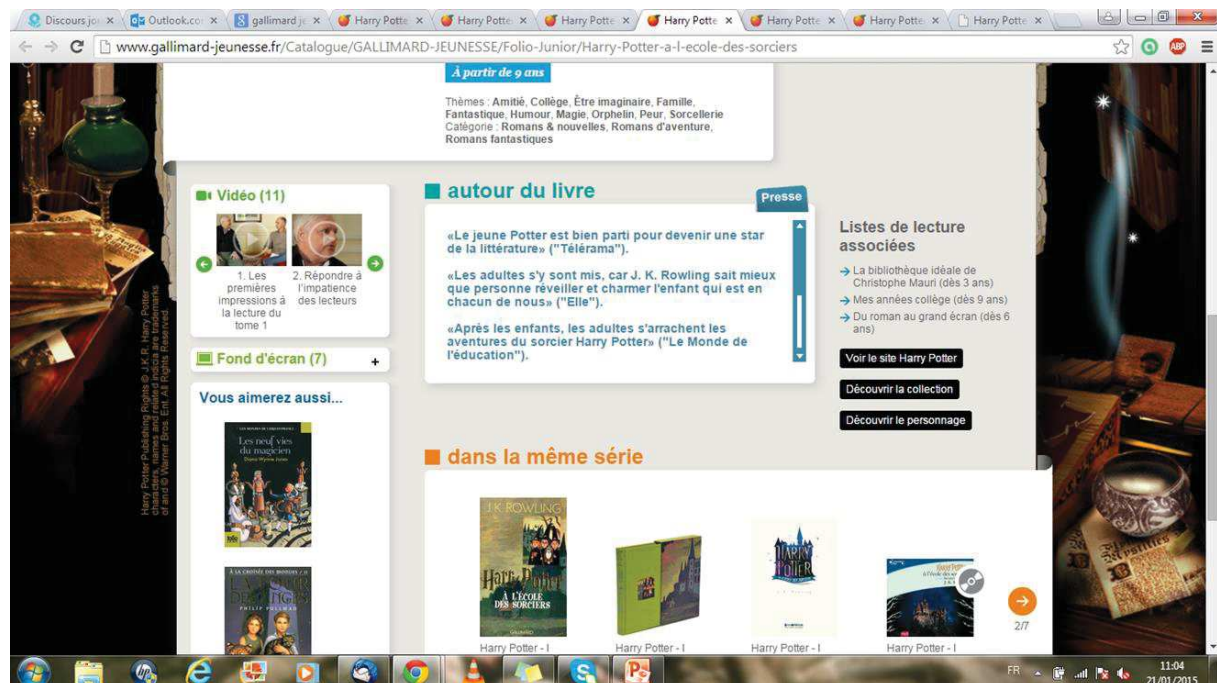


Fig. 35 : Onglet "découvrir le personnage"- page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

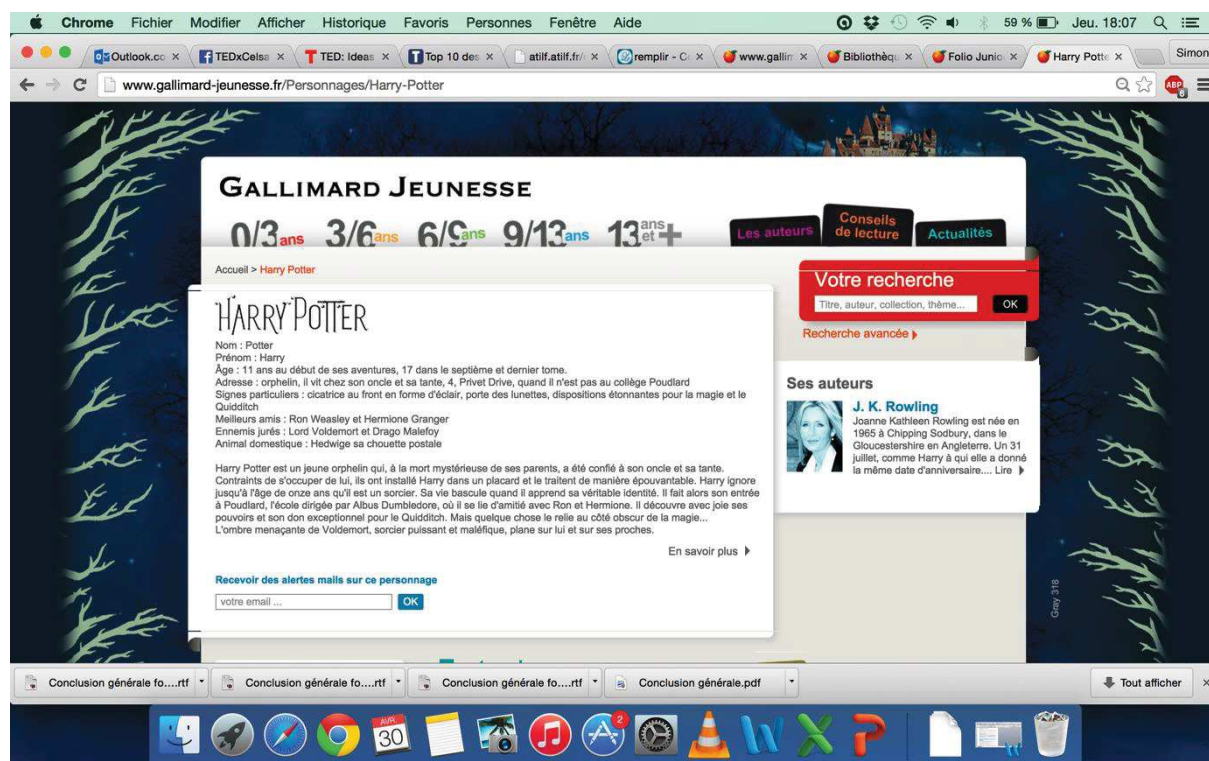


Fig. 36 : Page "découvrir le personnage", accessible depuis l'onglet "découvrir le personnage" affiché sur la page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Personnages/Harry-Potter>

L'ancrage de l'ouvrage dans l'univers éditorial français et dans l'ensemble de la collection n'est pas le seul pilier de la stratégie d'élargissement systémique de la maison d'édition. L'inscription de l'ouvrage dans différents systèmes est aussi marquée par la mise en avant de l'univers de la série *Harry Potter* lui-même. L'onglet « découvrir le personnage » est à nos yeux l'un des trois vecteurs principaux mis en œuvre à cet effet. En cliquant sur cette vignette, l'utilisateur découvre l'existence d'espaces à part sur le site internet institutionnel de la maison d'édition, consacrés, non à l'entreprise, mais à Harry Potter lui-même en tant qu'individu singulier. Ce personnage nous est présenté à travers une fiche signalétique dont nous pourrions comparer les caractéristiques à celles d'un profil utilisateur. Nous avons ainsi accès à son nom, son prénom, son âge, son adresse ainsi qu'aux noms de ses « meilleurs amis » et de ses « ennemis jurés », en passant par l'identité de son « animal domestique ». Un bref résumé de son existence est également disponible à la lecture, donnant accès, non seulement au contenu de l'intrigue elle-même, mais également au ressenti et aux caractéristiques spécifiques de ce personnage précis.

Le personnage principal de l'intrigue est ici présenté comme un être humain à part entière, dont l'existence est simplifiée de manière à être catégorisée, à entrer dans des cases facilitant la prise de contact avec d'autres. Ces modalités de présentation rapide sont comparables aux fiches de renseignement indispensables à l'inscription sur des sites de réseaux sociaux ou de rencontre.

Cette dynamique de valorisation de la série à travers la mise en avant de tous les éléments connus, comme l'identité des autres personnages, ou moins connus, comme les sentiments de Harry

« découv(ant) avec joie ses pouvoirs », contribue à donner une certaine épaisseur à l'univers de la saga, en lui associant des émotions.

- Menu déroulant « du même auteur »



Fig. 37 : Zoom sur le menu déroulant "du même auteur" – Page consacrée au Coffret I à VII - Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2011 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-I-a-VII>

L'humanisation de l'univers de la série passe par la présentation d'une autre instance associée au monde de *Harry Potter*, à savoir son auteur. Ainsi, le menu déroulant « Du même auteur » permet de découvrir tous les ouvrages écrits par J.K Rowling dans le cadre de l'univers de Harry Potter, et non plus seulement les livres mettant en scène ce personnage, comme nous pouvions l'observer avec le menu déroulant « dans la même série ». Nous pouvons ainsi découvrir les ouvrages publiés dans le cadre de la collection « La bibliothèque de Poudlard¹³⁶ ». Il semble que l'univers de Harry Potter soit considéré comme suffisamment connu pour que la maison d'édition puisse publier, sous le nom de l'école des sorciers, une série d'ouvrages traitant d'autres éléments que du personnage Harry Potter lui-même. Il en est ainsi pour des textes tels que *Le Quidditch à travers les âges*, *Les Contes de Beedle le Barde* ou encore *Les Animaux Fantastiques*. Ces trois ouvrages traitent d'activités typiques du monde des sorciers, des contes et légendes fondateurs de leur société et même de la zoologie spécifique à l'Angleterre fantastique. La part accordée à l'univers de Harry Potter est telle qu'il en devient une entité éditoriale à part entière.

- Onglet « voir le site Harry Potter »

¹³⁶ Poudlard est l'école dans laquelle Harry est scolarisé tout au long des ouvrages publiés dans la série.

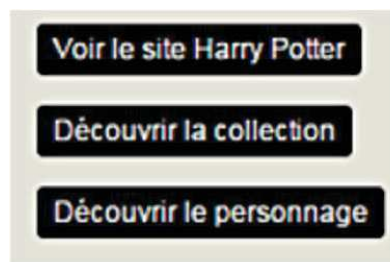


Fig. 38 : Zoom sur l'onglet "voir le site Harry Potter" disponible sur la page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 – Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

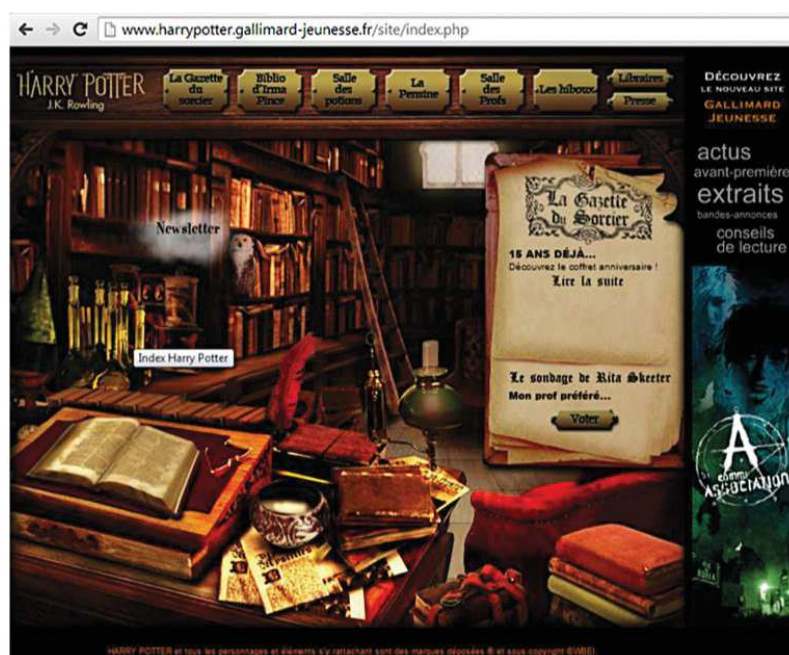


Fig. 39 : Page d'accueil du site internet harrypotter.gallimard-jeunesse.fr - accessible depuis l'onglet "voir le site internet" affiché sur le site Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/index.php>

Parmi les encadrés complémentaires disponibles sur les pages consacrées aux tomes I de la série, le dernier nous invite à découvrir « le site Harry Potter ». Cliquer sur ce lien permet de se rendre dans un autre espace¹³⁷, celui d'un site internet que nous avons choisi de qualifier d' « hybride »¹³⁸. Cette dimension plurielle et composite est visible dès l'abord du lien hypertexte, au sein duquel deux instances énonciatives distinctes sont présentes : la série elle-même et la maison d'édition¹³⁹. Cet espace a en effet été créé par Gallimard Jeunesse pour la série *Harry Potter* ; bien que les contenus de ces pages soient consacrés à l'édition française des ouvrages, c'est à l'univers d'Harry Potter que

¹³⁷ Des captures d'écran renvoyant à ce site internet sont disponibles en annexe de ce mémoire (annexe 6)

¹³⁸ « Hybride » : « en parlant d'animaux, de plantes : qui provient du croisement naturel ou artificiel de deux individus d'espèces, de races ou de variétés différentes (...) qui n'appartient à aucun type, genre, style particulier ; qui est bizarrement composé d'éléments divers. »

Trésor de la Langue Française en ligne, entrée « hybride », page consultée le 21 avril 2015
atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=2941312035;

¹³⁹ www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr

les textes publiés sont consacrés. Cette hybridité est visible à un autre niveau : celui des contenus du site lui-même. En plusieurs endroits, en effet, nous pouvons découvrir des textes invitant « l'éditeur » à s'exprimer au sujet du phénomène éditorial qu'il a accompagné. C'est le cas de la rubrique « le mot de l'éditeur ». La dimension composite de cet espace d'expression, elle-même née de la symphonie énonciative que nous évoquions en première partie, est clairement visible dans le fait que l'identité de l'éditeur ne soit jamais précisée. Ainsi, il est impossible de savoir si l'éditeur qui s'exprime est Antoine Gallimard, dirigeant de l'entreprise Gallimard, où le directeur de publication de la maison Gallimard Jeunesse. Les deux entités sont représentées dans l'espace de ce site internet dont il n'est jamais vraiment dit qui il invite à s'exprimer.

Les éléments disponibles à la lecture relèvent eux-mêmes du composite. L'on peut lire des textes relatifs au travail de la maison d'édition française, mais également au travail de l'auteur ; des éléments clés renvoyant à l'univers de la série, comme un glossaire mythologique expliquant les références culturelles injectées dans l'intrigue, ou encore un répertoire des personnages, sont également présents sur cet espace. Si ces éléments permettent certes de mettre en valeur le rôle joué par la maison d'édition française dans le développement de la série à qui elle consacre des espaces à part, cela renforce également l'univers créé autour de cette série dont on donne à lire plus d'informations. Il s'agit bien là d'une ouverture, à partir de l'ouvrage, à un univers plus large auquel il appartient. Les contenus disponibles constituent ainsi une sorte de genèse de la série et de l'ouvrage dont on peut apprendre beaucoup de choses sur ce nouveau site.

Cette démarche est, à nos yeux, tout à fait démonstrative du travail de collectionneur. Non content d'acheter des ouvrages isolés les uns des autres, il les identifie les uns par rapport aux autres et cherche à obtenir autant d'informations qu'il le peut au sujet du livre mais également de la série complète. Le fait que des informations sur l'intrigue soient disponibles uniquement en dehors des ouvrages, ce qui est par exemple le cas pour les informations au sujet du choix du titre *Harry Potter et les reliques de la mort*, montre que l'univers de la série ne s'arrête pas à la série elle-même. Donner un accès à plus d'informations sur la série complète dans un espace consacré à un ouvrage précis montre bien que la maison d'édition cherche à l'inscrire dans un univers symbolique bien plus large.

b) une insistance sur l'identité du livre

La complexité du système de la collection naît de la relation d'interdépendance entretenue entre l'objet collectionné et l'ensemble dans lequel il s'inscrit. Chaque objet collectionné, bien que défini par rapport à ses voisins, devient unique pour le collectionneur à qui il appartient. Les qualités de l'objet de collection ne lui viennent plus de sa valeur d'échange ; « sa singularité absolue, par contre,

lui vient d'être possédé par moi »¹⁴⁰. Nous travaillons ici sur des objets inscrits sur un espace marchand. Ils ne sont donc possédés par personne. La singularité des objets livres doit donc nécessairement se manifester à travers d'autres biais que celui de la propriété. Nous avons décidé ici d'explorer l'espace d'inscription du titre sur la page. Nous l'observons précédemment, l'empagement général des sites internet que nous étudions réserve un emplacement privilégié à ce que nous avons qualifié de « cœur de page ». La navigation, quoique ouverte grâce à la logique de l'optionnel, est néanmoins relativement encadrée puisque les diverses possibilités de navigation, présentées sous forme de vignettes, encadrent un espace particulièrement mis en valeur par la présence d'une illustration.



Fig. 40 : Zoom sur les titres affichés dans l'espace de présentation - Visuel du haut : site internet Gallimard Jeunesse, page consacrée à l'édition Folio Junior 2011, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien suivant <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers> - Visuel du bas : site internet Gallimard, page consacrée à l'édition Folio Junior 2011, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien suivant <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers3>

Au delà de la dimension illustrative de cet espace, c'est sur le travail du titre que nous souhaitons nous attarder ici. Quel que soit le site internet observé et quel que soit le livre considéré, nous observons la persistance d'une forme unique de présentation du titre : le nom de la série *Harry Potter*, le numéro de tome, ici le *I*, puis en dessous de cette première mention le nom de l'ouvrage précis : *Harry Potter à l'école des sorciers*. Contrairement à ce que nous avons pu observer dans le cadre des ouvrages papiers, la partition entre le titre de la série et le titre de l'ouvrage n'est, à aucun moment, mis en visibilité par un travail sur les polices. Le titre de l'ouvrage se présente comme une entité intégrant en son sein le nom de la série et le sous-titre du roman sans qu'aucune distinction ne soit faite. De même, le numéro de tome de l'ouvrage, inscrit après le nom de la série *Harry Potter*, s'inscrit dans sa continuité graphique. La série n'est donc pas mise plus en avant que le titre de l'ouvrage lui-même, à qui la maison d'édition attribue une police de plus grande taille, par conséquent plus visible. L'identité du livre se trouve doublement mise en valeur : la précision du numéro de tome de l'ouvrage est en effet une grande nouveauté par rapport aux objets livres papier sur lesquels il était impossible, dans la majorité des cas, de savoir clairement quel était le sien.

Cette valorisation de l'identité du roman, présenté comme un individu singulier au cœur d'un système plus global, est également visible dans les modalités de présentation des hyperliens

¹⁴⁰ BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, op. cit., page 127

permettant à l'utilisateur d'arriver sur la page. Les deux exemples que nous avons choisi d'analyser ici correspondent à l'ouvrage « Folio Junior 2011 » tel que présenté sur le site de Gallimard Jeunesse et sur le site de Gallimard :

<http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

et

<http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers3>

Nous pouvons ici aussi deviner un jeu entre le système dans lequel s'inscrit le livre et le livre lui-même. L'espace de l'hyperlien est en effet l'occasion pour la maison d'édition de mettre en valeur la polyphonie énonciative, caractéristique de sa structure administrative et économique. L'identité de la maison d'édition, considérée ici comme un espace agrégateur dans lequel viennent s'inscrire les ouvrages afin d'exister dans le corps social, est martelée à quatre reprises pour le site de Gallimard Jeunesse et à cinq reprises pour le site de Gallimard. En plus des mentions renvoyant explicitement à la maison d'édition, il est en effet question du « catalogue », donc du patrimoine, de cette structure, puis de la collection précise, « Folio Junior », dans laquelle s'inscrit le livre. Le titre *Harry Potter à l'école des sorciers* arrive en dernier dans l'hyperlien, alors même que c'est dans un espace qui lui est consacré que l'utilisateur souhaite arriver. Cet emplacement dans l'hyperlien n'amoindrit pas l'importance de ce titre. L'exemple de l'hyperlien choisi pour le site de Gallimard nous permettra d'en faire une meilleure démonstration. En effet, en plus du titre complet, réunissant titre de la série et sous-titre de l'ouvrage dans l'unité d'une même police, nous observons la présence d'un numéro surprenant à la suite du mot « sorciers », à savoir le « 3 ». Ce chiffre ne renvoie pas à l'ouvrage lui-même, puisqu'il est le premier de la série, mais à l'édition Folio Junior, dont la version 2011 est la troisième à avoir été publiée par la maison d'édition. Nous observons autre chose que la valorisation de l'ouvrage *Harry Potter à l'école des sorciers* comme objet-livre singulier dans le cadre de la série *Harry Potter* ; nous voyons également la valorisation de l'identité du livre publié dans l'édition Folio Junior 2011 comme étant le troisième de cette collection à arriver dans l'espace public. La présentation des ouvrages sur le site internet permet par là de différencier les exemplaires du tome I les uns des autres et d'affirmer leur singularité éditoriale.

3) La logique de l'archive

Nous l'évoquons dans l'introduction de cette partie, la logique de l'archive est caractéristique du comportement du collectionneur par rapport aux objets qu'il possède. Nous avons choisi d'explorer les modalités opératoires de cette démarche à travers deux partis-pris énonciatifs visibles sur les

sites internet que nous analysons: celui de la création d'une genèse de l'objet et celui de son historicisation. Ces deux logiques relevant à la fois de l'accumulation, celle d'un passé de l'objet, et du figement, celui du livre dans son temps, ont été mises en évidence par Benjamin dans le *Livre des Passages* :

Pour le vrai collectionneur, chaque chose particulière devient, dans ce système, une encyclopédie rassemblant tout ce qu'on sait de l'époque, du paysage, de l'industrie, de propriétaire dont elle provient. Le sortilège le plus profond du collectionneur consiste à enfermer la chose particulière dans un cercle magique où elle se fige tandis qu'un dernier frisson la parcourt (le frisson de la chose qui fait l'objet d'une acquisition).¹⁴¹

La mise en place d'un savoir autour des ouvrages ainsi que leur ancrage dans une histoire précise relèvent à nos yeux d'une démarche encyclopédique que nous nous attacherons à mettre au jour. Nous nous intéresserons ici à la manière dont la maison d'édition, et non le collectionneur lui-même, travaille à investir le livre de cette dimension historique dont la jeunesse de l'ouvrage pouvait faire douter qu'elle existe.

a) création d'une genèse de l'objet

Si nous avons choisi de qualifier de « genèse »¹⁴² le fait de « rassembler tout ce qu'on sait de l'époque, du paysage, de l'industrie » dans lesquels s'inscrit le livre, c'est parce que nous voyons dans cette notion une action relevant de l'érudition, de la quête du savoir. La « genèse » renvoie stricto sensu à un « processus de création » ; une fois cette démarche « de formation et de développement » terminée, la « genèse » désigne également tout ce que l'on sait de ce processus. Nous nous appuyons ici sur la définition suivante, qui précise que la genèse correspond au « premier livre de l'Ancien Testament, contenant le récit de la création du monde. »¹⁴³. L'acte énonciatif de la maison d'édition sur son propre site internet correspond alors à la mise en évidence des éléments renvoyant au processus de création de l'ouvrage, des choix donnant lieu à ses modalités d'existence et de circulation.

Nous avons sélectionné un espace présent sur la page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 sur le site Gallimard Jeunesse : l'onglet « vidéos ». Nous choisissons cet exemple bien qu'il ne soit présent que sur une seule des pages que nous avons étudiées ; nous considérons en effet qu'il est le lieu le plus représentatif de cette création d'une genèse pour l'objet-livre.

¹⁴¹ BENJAMIN Walter, op. cit., page 222

¹⁴² Genèse : « substantif féminin (...) processus de formation et de développement (d'une réalité abstraite ou concrète) (...) élaboration d'un courant de pensée, d'un sentiment (...) en particulier processus de création d'une œuvre artistique, littéraire, musicale »

Trésor de la langue française, entrée « genèse », page consultée le 20 avril 2015

atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?s=3476037600;r=1;nat=;sol=0;

¹⁴³ Ibidem



Fig. 41 : Zoom sur le menu déroulant "Vidéos" – page de présentation consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - site internet Gallimard Jeunesse – page consultée le 30 avril 2015

Cet onglet se présente sous la forme d'un menu déroulant. Les onze vidéos présentées ne sont donc pas toutes visibles immédiatement. Les intitulés de ces documents sont les suivants :

- 1) Les premières impressions à la lecture du tome I
- 2) Répondre à l'impatience des lecteurs
- 3) Dans les secrets d'un traducteur
- 4) Traduction des noms propres
- 5) Une saga universelle et so british
- 6) Les sources d'inspiration de J.K Rowling
- 7) L'identification des lecteurs au jeune sorcier
- 8) « Harry Potter » école de la tolérance ?
- 9) Une nouvelle génération de lecteurs
- 10) Un souffle nouveau pour les écrivains « jeunesse »
- 11) Pourquoi avoir changé le titre du tome I en français ?

Nous pouvons voir dès la lecture des titres que les vidéos ne portent pas sur les contenus de l'ouvrage. Elles traitent de l'acte de lecture lui-même, considéré dans sa dimension émotionnelle (« premières impressions à la lecture », « répondre à l'impatience des lecteurs »), des partis pris éditoriaux pour l'édition française (« dans les secrets d'un traducteur », « traduction des noms propres », « pourquoi avoir changé le titre du tome 1 en Français »), de la genèse de l'écriture (« Les sources d'inspirations de J.K Rowling ») et enfin des conséquences de la publication sur le monde des lettres (« une nouvelle génération de lecteurs », « un souffle nouveau pour les écrivains 'jeunesse' », « une saga universelle »).

L'onglet « vidéos » vise donc bien à présenter le livre comme né d'un ensemble de discours, d'une symphonie énonciative, avec pour conséquence la mise en évidence de toutes les instances le constituant en tant que figure du social. Les pôles de la lecture, de l'écriture, de la traduction et de l'édition sont ainsi très nettement mis en avant. La maison d'édition ne se contente pas de présenter ces acteurs comme ayant un rôle dans la création de l'ouvrage ; elle donne accès aux différentes

étapes de l'aventure éditoriale, transformant cette rubrique « vidéos » en une sorte de « coulisses » auxquelles le visiteur aurait accès au titre d'invité exceptionnel et privilégié. Le champ lexical du mystère se retrouve en plusieurs endroits (avec l'usage du mot « secrets », du mot interrogatif « pourquoi » et l'inscription par deux fois de points d'interrogation) de même que la notion d'immersion dans un territoire d'ordinaire inaccessible (« les premières impressions » d'autres lecteurs que le visiteur lui-même, « dans les secrets » d'un acteur d'ordinaire laissé dans l'ombre, le traducteur, « les sources d'inspiration » de l'entité mystérieuse et lointaine qu'incarne l'auteur, « l'identification des lecteurs » au personnage).

b) Une historicisation du contemporain

La notion d'historicisation¹⁴⁴ renvoie au processus permettant de charger un objet d'une dimension historique. Il s'agit d'une démarche de mise en évidence, voire de création, de l'ensemble des marqueurs historiques permettant de situer un objet dans son temps. Nous utilisons le terme de « création » car les objets que nous étudions sont relativement jeunes. Seules 17 années nous séparent de la première publication de l'ouvrage en France ; ils sont pourtant présentés comme porteurs d'une histoire. Nous avons choisi d'extraire de notre corpus de sites internet tous les éléments renvoyant à la mise en date ou à la mise en contexte de l'ouvrage dans une période précise. Ce processus est davantage visible sur le site internet de la maison d'édition Gallimard ; en effet, nous trouvons sur cet espace d'expression des informations relevant de la temporalité de publication, mais également de l'origine géographique et culturelle de l'ouvrage, ainsi que de ses modalités de transformation par la maison d'édition française. Le phénomène d'historicisation des ouvrages n'est perceptible qu'à travers une remise en date sur le site de Gallimard Jeunesse ; la mise en contexte culturelle et sociale est beaucoup moins sensible sur cet espace, c'est pourquoi nous privilégierons des exemples tirés du site internet de Gallimard.

¹⁴⁴ Historicité : « caractère d'un fait, d'une personne qui appartient à l'histoire, dont la réalité est attestée par elle (...) ensemble des facteurs qui constituent l'histoire d'une personne et qui conditionnent son comportement dans une situation donnée »

Trésor de la langue française, entrée « historicité », page consultée le 20 avril 2015
atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?85;s=3476037600;r=3;nat=;sol=1;



Fig. 42 : Zoom sur l'espace résumé – page consacrée à l'édition Bibliothèque Gallimard Jeunesse - Site internet Gallimard – page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien suivant <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

Le phénomène de datation du livre est visible en trois endroits situés hors du cœur de la page. Nous avons ainsi accès à la date de la première publication en France de l'ouvrage (« 1998 »), à la date de publication de l'édition sur laquelle porte la page (« 25-10-2012 »), à la date d'achèvement d'imprimer (« 01.10.2012 ») ainsi qu'à l'« époque » de la publication (« XXI^e siècle »). En l'espace de quelques lignes, le lecteur peut découvrir quatre dates clés de l'existence de l'ouvrage ; ces bornes temporelles lui permettent de situer l'ouvrage par rapport aux circuits du secteur de l'édition, grâce à l'achèvement d'imprimer, mais aussi par rapport à la série *Harry Potter*, puisqu'il sait que cette collection précise arrive sur le marché quatorze ans après la première édition. Enfin, elles le situent par rapport à l'époque et au contexte global de publication, puisque cet ouvrage s'inscrit dans la littérature du XXI^e siècle. Au même titre qu'un individu vivant, le livre se voit attribuer une date de naissance ; les grandes étapes de son existence dans le corps social sont soulignées, marquant ainsi le chemin parcouru par l'objet-livre dans l'espace public.

La mise en évidence de l'historicité de l'ouvrage passe également par sa remise en contexte culturel et social. Contrairement à ce que le visiteur pouvait observer sur le site de Gallimard Jeunesse, ou encore sur les objets-livres eux-mêmes, nous avons ici accès au titre original de l'ouvrage, *Harry Potter and the philosopher's stone*, au nom du traducteur, « Jean-François Ménard » et au pays d'origine du texte, le Royaume-Uni. La démonstration de la complexité de l'existence du livre, qui a connu plusieurs éditions et est le terrain d'expression de plusieurs acteurs différents, contribue à en instituer la dimension historique.

De même, la précision du « genre », du « sous-genre », de la « catégorie » et de la « sous-catégorie » dans lesquels vient s'inscrire l'objet permettent à la maison d'édition d'en affirmer l'existence au sein de son catalogue et donc de son capital symbolique. En donnant au visiteur les clés de compréhension de l'inscription de l'ouvrage dans tout ce que la maison d'édition a jamais publié, elle joue sur sa patrimonialisation. Le livre, en plus de correspondre à une série et à une époque, appartient à l'ensemble historique des ouvrages publiés par la maison d'édition.

La démonstration du travail accompli autour du texte, à travers notamment la transformation du titre de l'ouvrage et la traduction de son contenu, met en évidence les différentes transformations subies par le livre et permet d'expliquer ses modalités d'existence présente dans le corps social. Nous sommes bien dans une démarche relevant de la mise en valeur de l'historicité de l'objet puisque ce sont bien les facteurs constitutifs de son histoire et « conditionn(ant) son comportement dans une situation donnée » que nous pouvons voir apparaître sur l'espace de la page.

C) Quand l'éditeur crée le collectionneur: la prophétie auto-réalisatrice éditoriale

Toutes les démarches que nous avons mises en évidence jusqu'à présent, à savoir la valorisation du livre comme « bel objet » ou « objet rare », l'ancrage de l'ouvrage dans le tout plus large incarné par la collection, ou encore l'adoption d'une logique de l'archive, relèvent normalement du travail du collectionneur lui-même. Il est intéressant de préciser ici que, dans le cadre de notre corpus, ce travail d'identification du livre à l'objet de collection est effectué par l'instance émettrice, la maison d'édition, et non par les individus s'appropriant l'objet. Cette caractéristique surprenante du travail de transformation du statut du livre nous a conduite à explorer une dernière dimension liée aux discours éditoriaux : celle de leur opérativité symbolique. Nous postulons ainsi l'hypothèse selon laquelle les discours adoptés par Gallimard et Gallimard Jeunesse conduisent à créer la figure de leurs interlocuteurs qui, de lecteurs, deviennent collectionneurs.

Nous avons choisi d'attribuer aux discours des maisons d'éditions sur leurs propres espaces d'expressions la caractéristique de la « prophétie autoréalisatrice » telle que définie par Jean Baudrillard dans *La société de consommation*. La lecture de l'article « Petites formes, grands desseins : d'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures » a constitué pour nous une véritable piste d'analyse. Les auteurs y définissent en effet le pouvoir des discours en ligne perçus comme de « formidables outils de civilisation (qui) nous permettent d'appréhender et de comprendre notre univers. Mais ils forment le monde tout autant qu'ils nous forment, nous

laissant ainsi croire qu'il est tel qu'ils nous le donnent à voir. »¹⁴⁵. Cette dynamique des discours, capables à la fois d'assumer une fonction didactique et une fonction réalisante, est cohérente avec une vision selon laquelle ils « ne suppos(ent) pas de vérité antérieure (celle de la valeur d'usage de l'objet), mais une confirmation ultérieure par la réalité du signe prophétique qu'(ils) émet(tent)¹⁴⁶ ». Cette négation d'une « vérité antérieure » avec pour conséquence une évolution de la réalité « ultérieure » ne porterait pas ici sur le livre, mais sur la figure de son utilisateur.

Notre dernier axe d'analyse ne porte donc plus sur la définition de l'objet de collection, mais sur celle du « collectionneur ». Cette nouvelle notion nous semble pouvoir compléter notre définition de la collection, en ce sens que, sans cette figure, la collection ne peut émerger du chaos grâce à un travail d'organisation spécifique. La caractéristique principale de cet acteur est son obstination à acquérir des objets auxquels il accorde un crédit particulier, ou encore, suivant la formule utilisée par Baudrillard, son « fanatisme » : « Sublime, le collectionneur ne l'est donc pas par la nature des objets qu'il collectionne (ceux-ci varient avec l'âge, la profession, le milieu social), mais par son fanatisme »¹⁴⁷.

Nous avons choisi de postuler l'invitation, par l'énonciation de la maison d'édition sur son site internet, à une métamorphose : celle du lecteur en collectionneur. Nous supposons que l'énonciation, en traduisant l'expression du contrat de lecture souhaité par l'énonciateur, nous dit beaucoup de la figure du public projeté et attendu par la maison d'édition pour ses livres. Nous avons choisi d'appliquer aux modalités de présentation des ouvrages la notion de « logique prophétique » telle que proposée par Jean Baudrillard dans *La Société de consommation*. Cette notion, issue des théories économiques, lui permet de définir le concept de « publicité » comme relevant des « mythes et paroles magiques, (...) se fond(ant) sur un autre type de *vérification* – celui de la *selffulfilling prophecy* (la parole qui se réalise de par sa profération même). L'agent publicitaire à succès est le maître d'un art nouveau : l'art de rendre les choses vraies en affirmant qu'elles le sont. C'est un adepte de la technique des prophéties s'accomplissant elles-mêmes. »¹⁴⁸.

Les modalités de présentation de l'ouvrage, en supposant un type de consommation bien particulier de l'objet-livre, contribuent à faire du visiteur de la page non un lecteur, comme nous pourrions le supposer, mais un collectionneur, en jouant sur la notion de « fanatisme ». C'est en fonction de ce dernier axe d'analyse que nous avons étudié les objets de notre corpus.

¹⁴⁵ CANDEL Etienne, JEANNE-PERRIER Valérie, SOUCHIER Emmanuël, « Petites formes, grands desseins : d'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures », article cité, page 32

¹⁴⁶ BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation, ses mythes, ses structures*, op. cit., page 198

¹⁴⁷ Ibidem, page 124

¹⁴⁸ Ibidem, page 197

1) La naissance du collectionneur

La notion de collection ne peut se comprendre sans celle de collectionneur. Non content d'être à l'origine de la collection, la figure du collectionneur en est également la finalité. Jean Baudrillard définit cette figure centrale de cette manière en affirmant que « la collection est faite d'une succession de termes, mais le terme final en est la personne du collectionneur ». Il ajoute à ce sujet que « même si la collection se fait discours aux autres, elle est toujours d'abord un discours à soi-même. ». C'est en vertu de ces différents éléments de définition qu'il nous semble pertinent de postuler l'existence d'une stratégie communicationnelle relevant de la prophétie autoréalisatrice. En effet, si l'objet de collection a pour finalité l'émergence de la figure du collectionneur, il est impossible de ne pas considérer le discours de la maison d'édition sur les objets comme un discours de la maison d'édition sur ses publics. En projetant une image, un statut précis sur les objets qu'elle commercialise, la maison d'édition en projette également des modalités très précises de consommation. Elle définit ce faisant une figure du visiteur et du lecteur final de l'ouvrage. Nous mettrons ci après en évidence trois procédés principaux menant à cette projection de la figure du lectorat par la maison d'édition : la catégorisation des objets-livre, la mise en place d'une logique conversationnelle sur l'espace de la page, et une forme d'exhortation communautaire.

2) Une projection claire de la figure du visiteur à travers la catégorisation de l'ouvrage

La première modalité de cette prophétie autoréalisatrice éditoriale s'incarne dans la mise en avant, par la forme du texte, de la figure du lectorat projeté. Outre la répétition sur toutes les pages de l'âge de lecture minimum conseillé, à savoir neuf ans, un certain nombre d'indices semblent élargir le public attendu à une population d'adultes. Si la maison d'édition projette partout la figure d'un lectorat jeune, ancrant ainsi sa publication dans le genre de la littérature enfance jeunesse, elle affirme à de nombreuses reprises que cette lecture peut s'étendre à tous.

À partir de 9 ans

**Thèmes : Amitié, Collège, Être imaginaire, Famille,
Fantastique, Humour, Magie, Orphelin, Peur, Sorcellerie
Catégorie : Romans & nouvelles, Romans d'aventure,
Romans fantastiques**

Fig. 43 : Zoom sur la rubrique « catégorisation » - page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site internet Gallimard Jeunesse – page consultée le 30 avril 2015 – disponible grâce au lien suivant <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>



Fig. 44 : Zoom sur la rubrique « catégorisation » - page consacrée à l'édition de Luxe - Site internet Gallimard Jeunesse- page consultée le 30 avril 2015 – disponible grâce au lien suivant <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>

Nous avons choisi ici de développer l'exemple de la catégorisation de l'ouvrage à travers des listes de thèmes associés. Cette rubrique est en effet caractéristique de la tension entre la figure du lectorat projeté par la maison d'édition, à travers l'encadré « à partir de 9 ans » rendu extrêmement visible par l'association de bleu et de blanc, et l'élargissement implicite de cette figure du lectorat à tous types de lecteurs.

L'annonce de thèmes permet de situer l'ouvrage dans le paysage éditorial en l'inscrivant dans des thématiques qui en définissent la nature. Cette démarche conduit à ramener l'ouvrage à des éléments connus et officiels, comme celui du « fantastique » et de la « sorcellerie », ou de la « magie ». Le voisinage curieux de mots clés tels que « amitié » et « collègue » avec d'autres, bien plus sérieux, comme « orphelin », « peur », ou encore sur une autre page, « mort », doit être interrogé. Ces mots clés, relevant d'un registre beaucoup plus sombre que tout ce que l'on avait observé jusqu'alors, font radicalement évoluer le champ de catégorisation de l'ouvrage. La maison d'édition s'adresse ici à des individus nécessairement plus murs, plus adultes, que des jeunes gens d'une dizaine d'années à qui l'on ne donne pas à lire des livres dont l'un des sujets principaux est la mort.

A travers la présentation de « thèmes » et de « catégories », la maison d'édition ne se contente pas de donner plus d'éléments de compréhension sur le texte lui-même ; elle indique au visiteur ce qu'il peut s'attendre à découvrir à travers l'intrigue, et oriente ainsi nécessairement la figure de lectorat à qui ces ouvrages s'adressent. Nous pouvons reprendre à notre compte les développements opérés par Karine Berthelot-Guiet au sujet de la marque dans son article « La marque, médiation marchande ou mythologie adolescente ». Elle y opère une comparaison entre la marque et le mythe entendu au sens barthésien du terme, comparaison qui nous semble adaptable aux discours de catégorisation effectués autour de la série *Harry Potter* :

La marque a un fonctionnement sémiotique comparable à celui du mythe au sens barthésien, car elle active à la fois des significations potentielles et neutralise des significations présentes (Barthes, 1957). Elle a une puissante opérativité symbolique et présente la plasticité de la conceptualisation du mythe; comme lui, elle ne cache rien, sa fonction est de déformer, il n'y a pas de masquage possible de la nature marchande de ses discours, il n'y a que des déformations. (...) (Les marques) fonctionnent comme des matrices sémiotiques et mythologiques pouvant transformer en systèmes de signes tout

élément pensé sous leurs modalités, puis en permettre la consommation, ou, à défaut, l'appropriation symbolique.¹⁴⁹

La présentation de l'ouvrage à travers des catégories relève bien de ce fonctionnement mythique tel que présenté par Roland Barthes ; en activant des thèmes potentiels, comme celui de la mort qui n'est pas revendiqué par l'auteur comme central, et en neutralisant d'autres thèmes pourtant présents dans l'intrigue, comme celui de la tolérance, la maison d'édition transforme le système de signes associé au roman. L'opérativité symbolique des discours est donc déjà présente à ce premier niveau. L'adoption d'une forme de logique conversationnelle est à nos yeux un deuxième pilier caractéristique de cette stratégie de prophétie autoréalisatrice.

3) la « logique conversationnelle »

Le terme de conversation, appliqué au domaine marchand, doit faire l'objet d'un sérieux travail de définition. En effet, pris dans un contexte commercial et marketing, la conversation ne désigne pas tant l'action d'échange réciproque qu'« un dispositif caractérisé par l'intention de favoriser la communication entre les possibles participants. »¹⁵⁰. Ce terme, mis entre guillemets par l'auteur de manière à insister sur la duplicité de son sens, désigne ainsi « un imaginaire et une pratique possible sans être nécessairement avérée, dans la mesure où le dispositif préexiste et survit à l'usage qui pourrait en être fait. »¹⁵¹.

Nous avons choisi de nous référer à cette notion dans la mesure où elle désigne une démarche ayant pour objectif de figurer un échange entre une marque et son public cible. La « conversation » appliquée au marketing permet également aux marques de prétendre que « la communication se débarrasse du marketing au moment même où son emprise est la plus aboutie. (...) Sa dénomination (de marketing conversationnel) est la trace d'un maquillage destiné à revaloriser symboliquement des pratiques à visée marchande. ». Caroline de Montety et Valérie Patrin-Leclère affirment ainsi dans un autre article que la conversation en régime marketing n'est qu'une manière de rendre

¹⁴⁹ BERTHELOT GUIET Karine, « La marque médiation marchande ou mythologie adolescente », à paraître, 2015, page 5

¹⁵⁰ PATRIN-LECLERE Valérie, « La communication revisitée par la conversation, Introduction », *Communication et Langages* numéro 169, 2011, page 16

¹⁵¹ Ibidem

marchand du non marchand¹⁵² tout en remplissant des objectifs commerciaux : celui de valoriser les « postures »¹⁵³ de la marque, de son public et pourquoi pas, des produits eux-mêmes.

L'adoption d'une logique de la conversation sur les sites internet étudiés remplit ainsi un double objectif : celui de définir la posture du public cible projeté par la maison d'édition et celui de valoriser la figure de la maison d'édition et de ses produits. Nous prendrons ici l'exemple du menu déroulant « vous aimerez aussi » :

Vous aimerez aussi...



Fig. 45 : Zoom sur le menu déroulant "vous aimerez aussi" - Page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site internet Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 – disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

Cet encadré, affiché en bas à droite sur la page, permet au visiteur de découvrir trois autres titres considérés comme proches de l'ouvrage alors consulté. Les livres *Les neuf vies du magicien*, *Ma sœur est une sorcière* de Diana Wynne Jones et *La tour des anges* de Philip Pullman sont ainsi suggérés au visiteur.

La dimension conversationnelle de cet encadré est perceptible à plusieurs niveaux ici. L'intitulé de cet espace, « Vous aimerez aussi », revient à présupposer une question du visiteur (« que lire maintenant ») et à lui apporter une réponse instantanée. La maison d'édition valorise alors sa posture comme étant celle d'un expert, suffisamment proche de ses publics pour connaître ses goûts, et se présente comme étant proactive. L'attente est supprimée, les demandes non encore existantes prises en compte, l'expertise de l'acteur professionnel mise à disposition de son public sans qu'il ait eu besoin d'en faire la demande. La conversation semble bel et bien simulée ici, mais

¹⁵² DE MONTETY Caroline, PATRIN-LECLERE Valérie, « La conversion à la conversation : le succès d'un succédané » *Communication et Langages* numéro 169, 2011, page 30 : « Le « marketing conversationnel » réussit à banaliser un oxymore : le marché du non marchand. Il donne à voir l'intention d'échanger, comme si échanger était une fin en soi, sans autre objectif afférent à la communication organisationnelle. »

¹⁵³ Ibidem

contribue indubitablement à revaloriser les postures des différents acteurs concernés par le processus.

4) *l'exhortation communautaire et l'invitation à la réflexivité des pratiques*

L'objet de collection, nous l'avons dit, cesse d'être un simple objet du quotidien. Il perd sa dimension objective et utilitaire pour acquérir un autre statut. Celui-ci renvoie, non plus à ce que l'utilisateur peut faire de sa possession, mais au rapport émotionnel qu'il peut entretenir avec lui. C'est en travaillant cette dimension émotionnelle faisant de l'objet « la cause, le sujet d'une passion », un « objet aimé »¹⁵⁴, que les maisons d'édition présentent le livre sur les sites étudiés. Ce processus relève bel et bien d'une « parole qui se réalise de par sa profération même¹⁵⁵ ». En effet, en affirmant au visiteur qu'il est amené à ressentir quelque chose pour le livre, la maison d'édition impose comme vrai le fait que l'on puisse ressentir des sentiments pour sa production.



Fig. 46 : Zoom sur les espaces consacrés aux réseaux sociaux – Pages consacrées à l'édition Folio Junior 2011 - visuel du haut : Site internet Gallimard, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers3> - Visuel du bas : Site internet Gallimard Jeunesse, disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers> - Pages consultée le 30 avril 2015

Cette invitation à manifester des sentiments pour les objets présentés sur les sites internet des maisons d'édition est visible à travers la référence constante, et en plusieurs lieux, aux réseaux sociaux. Sur chacune des pages présentant les ouvrages de la série *Harry Potter*, le visiteur est invité à rejoindre la communauté des lecteurs sur les réseaux sociaux « Twitter » et « Facebook ». Lui est également offerte la possibilité de cliquer sur une icône représentant un cœur, à côté de laquelle figure la mention « j'aime » ainsi que le nombre de personnes ayant aimé la page. Cette icône et le nombre associé est spécifique à chaque page ; ainsi, bien que présentant le même texte, elles ne totalisent pas toutes le même nombre de « like ».

¹⁵⁴ BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, op. cit., page 120

¹⁵⁵ BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation*, op. cit., page 197

Cette dimension émotionnelle associée aux livres se double d'une exhortation communautaire forte, à travers l'incitation constante au partage. Les invitations à rejoindre les réseaux sociaux, à s'inscrire aux flux RSS, à la newsletter, ou encore à « envoyer (le contenu de cette) page à un ami » se retrouvent en haut de page, en bas de page et dans le cœur de la page. Cette disposition jouant sur la répétition constitue une dynamique de construction d'une communauté de fans qui affichent et commentent leurs pratiques en inscrivant leur présence sur des pages dédiées à l'objet.

Cette exhortation à former une communauté de fans implique d'une part la supposition de l'existence d'individus suffisamment attachés à l'ouvrage pour vouloir se réunir sur des dispositifs autres que celui dédié à la maison d'édition sur lequel les visiteurs sont en visite. Elle constitue d'autre part une invitation à une réflexivité des utilisateurs sur leurs propres pratiques. Valérie Jeanne-Perrier le rappelle dans son article « Parler de la télévision sur Twitter : une 'réception' oblique à partir d'une 'conversation' médiatique ? »¹⁵⁶, l'expression sur des dispositifs à l'architexte très contraignant, comme Twitter ou Facebook, engage « les publics (à) qualifi(er) leurs pratiques de réception de manière autoréflexive. »¹⁵⁷. Elle ajoute que « le fait de parler d'un programme (sur ces dispositifs) sert d'appui à une stylistique des comportements et des jugements. »¹⁵⁸. En invitant ses visiteurs à se rendre sur d'autres espaces pour commenter les pratiques liées aux ouvrages présentés sur son site institutionnel, Gallimard Jeunesse les incite à se redéfinir eux-mêmes comme utilisateurs investis dans une communauté et un univers spécifique, celui de la série.

Cette même dimension est observable sur le site institutionnel de la maison Gallimard, qui imite pourtant dans sa forme les caractéristiques d'un site officiel très indépendant du reste du réseau. Nous pouvons pourtant découvrir sous forme de pictogrammes des éléments reliant les pages internes au site au reste du web. Tous renvoient à des liens cliquables menant dans divers espaces. Une petite enveloppe renvoie ainsi à la plateforme Outlook et permet de « partager cet entretien ». De même, l'onglet affichant l'oiseau bleu de Twitter et la mention « tweeter » permet à l'utilisateur de mentionner le contenu de la page au sein d'un tweet, tout comme l'onglet affichant le bleu emblématique de Facebook, son logo et la mention « J'aime » permet d'aimer la page correspondante sur ce réseau social. Les formes de ces deux derniers onglets renvoient aux formes officielles choisies pour leur identité graphique par ces deux sites extérieurs. Cette reprise des logos officiels des espaces auxquels Gallimard renvoie témoigne bien d'une mise en relation de ses pages avec le reste du web ; en invitant les visiteurs du site à s'exprimer en dehors de son sein et, par là, à

¹⁵⁶ JEANNE-PERRIER Valérie, « Parler de la télévision sur Twitter : une « réception » oblique à partir d'une « conversation » médiatique », *Communication et Langages* numéro 166, 2010, pages 127 à 147

¹⁵⁷ Ibidem, page 127

¹⁵⁸ Ibidem, page 129

Agathe NICOLAS

requalifier ses pratiques, la maison d'édition propose bien une redéfinition de l'identité de ses visiteurs qui, de simples lecteurs, deviennent aussi acteurs et auteurs.

Conclusion

L'élaboration de ce mémoire de recherche a été l'occasion pour nous d'interroger plusieurs notions problématiques. L'examen des concepts de « valeur », de « livrée graphique », mais aussi de « marque » et de « collection » à l'aune de notre objet d'étude nous a permis de mettre en évidence les stratégies mises en place par une maison d'édition au cours des différents stades de son travail. Nous avons pu répondre aux questions que nous posions en introduction de ce mémoire, en démontrant que la mise en différentes collections et les métamorphoses formelles d'un même texte transforment bel et bien son statut. Nous avons également constaté l'opérativité symbolique des discours analysés. Ceux-ci agissent à deux niveaux : au niveau du statut juridique et économique des objets-livres, qui se voient intégrés à un système de marque, et au niveau du statut culturel et symbolique d'ouvrages qui deviennent objets de collection.

Ces éléments de conclusion constituent une réponse partielle à la problématique que nous soulevions en introduction : dans quelle mesure le geste éditorial, à travers la mise en différentes éditions d'un même texte, constitue-t-il une transformation de l'objet-livre l'investissant de valeurs relevant à la fois du social, du symbolique, du littéraire et du marchand ?

Nous souhaitons, à l'origine de ce projet de recherche, interroger deux tensions. La première était celle consistant à mettre paradoxalement le contenu de l'objet-livre de côté au profit de son apparence formelle afin de donner sa valeur littéraire et symbolique au texte. La seconde était celle consistant à mettre en valeur un livre à travers une transformation de son statut n'en encourageant pas nécessairement la lecture, mais la consommation en tant qu'objet de collection. Nos analyses, bien que confirmant certaines de nos intuitions, ont également permis de mettre au jour certaines pistes que nous n'avions pas envisagées.

Sur les modalités de valorisation du contenu de l'objet-livre par un travail sur sa forme, tout d'abord. Nous avons posé comme hypothèse l'intégration des livres à un système de marque, agrégateur et pourvoyeur de valeurs nouvelles, qu'elles soient économique ou symbolique, sociale et culturelle. Ce que nous n'avions pas prévu, en revanche, est le mouvement de valorisation marchande tout à fait paradoxal qui s'opère au cours des différents stades du geste éditorial. L'assignation de valeurs culturelle, sociale et symbolique à l'objet-livre, perceptible à travers les différents discours tenus sur l'objet et sur la forme qui lui est attribuée, a toujours pour objectif la vente de ces objets, leur circulation dans l'espace commercial. Ce processus de création de valeurs passe cependant par l'escamotage de tous les signes renvoyant au marchand sur les objets-livres. Ce mouvement, tout à fait paradoxal, n'est pas uniquement visible sur les couvertures des objets-livres eux-mêmes. Bien que les discours tenus sur les sites internet n'aillent pas dans le sens d'une apparente valorisation du vide, ils se fondent néanmoins sur l'apparente disparition de la dimension utilitaire des intrigues. Les

livres restent à vendre, mais en tant qu'objets dépourvus de fonction autre que celle répondant au besoin de l'accumulation. Devenus objets de collection, leur prix n'est pas ce qu'il importe de mettre en valeur sur les espaces d'expression en ligne. Apparemment détachés de toute considération économique car détachés de toute utilité, les ouvrages n'en sont que plus inscrits dans la culture de masse. En apparence détachés du commercial, les livres deviennent objets, par excellence, de la société de consommation, renvoyant à leurs voisins par un discours métonymique, où la partie renvoie au tout dans lequel il s'inscrit.¹⁵⁹

La révélation de cette tension dialectique permanente entre deux types de valeurs apparemment inconciliables mais dépendantes l'une de l'autre a donné lieu à de nouvelles interrogations. L'observation du processus de création de valeur économique, dont on cherche à dissimuler l'importance dans la livrée graphique, couplé à la mise en évidence de valeurs culturelle, symbolique et sociale, au service de cette valeur économique, nous a invité à questionner une nouvelle notion : celle des industries culturelles. Nous avons initialement prévu de consacrer un développement complet à ce concept hautement problématique. Le format du présent travail ne nous permettait cependant pas d'y consacrer suffisamment de temps et d'espace pour que les analyses produites soient pertinentes. Nous évoquerons donc nos premières pistes de réflexion en guise de conclusion, afin de dessiner le tracé de nos futures recherches.

Les premières recherches que nous avons menées à ce sujet nous ont permis de dégager deux périodes dans l'analyse des phénomènes d'industrialisation des objets de culture. Nous avons centré nos lectures concernant la première période, très pessimiste, de l'étude du courant des industries culturelles, sur les écrits de Walter Benjamin et de Jean Baudrillard. Bien qu'abordant des thèmes très différents, tous deux voient, dans les processus propres à la société de consommation, la « mort » des objets comme des individus. L'accumulation est définie comme la principale caractéristique du comportement des individus et de la mise en scène des objets en régime de culture de masse¹⁶⁰ ; quant au « besoin d'accumuler », il « est un des signes avant-coureur de la mort

¹⁵⁹ BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation*, op. cit., page 19 : « Il y a quelque chose de plus dans l'amoncellement que la somme des produits : l'évidence du surplus, la négation magique et définitive de la rareté, la présomption maternelle et luxueuse du pays de Cocagne. (...) Vous achetez la partie pour le tout. Et ce discours métonymique, répétitif, de la matière consommable, de la *marchandise*, redevient, par une grande métaphore collective grâce à son excès même, l'image du *don*, de la prodigalité inépuisable et spectaculaire qui est celle de la *fête*. »

¹⁶⁰ Ibidem, page 20

« Au-delà de l'entassement, qui est la forme la plus rudimentaire, mais la plus prégnante, de l'abondance, les objets s'organisent en *panoplie*, ou en *collection*. (...) Peu d'objets sont aujourd'hui offerts *seuls* sans un contexte d'objet qui les parlent. Et la relation du consommateur à l'objet en est changée : il ne se réfère plus à tel objet dans son utilité spécifique, mais à un ensemble d'objet dans sa signification totale. (...) La vitrine, l'annonce publicitaire, la firme productrice et la *marque* qui joue ici un rôle essentiel en imposent la vision cohérente, collective comme d'un tout presque indissociable, comme d'une chaîne, qui est alors non plus un

chez les individus comme dans les sociétés. »¹⁶¹. Dans ces modalités de définition de la société de consommation et de la culture de masse, la question des industries culturelles se traduit par une forme d'inquiétude autour de l'imaginaire de la perte et de l'appauvrissement. Baudrillard propose ainsi une assimilation des œuvres d'art en régime industriel aux objets du quotidien dépourvus de valeur artistique ou culturelle :

Multiplier les œuvres n'implique en soi aucune « vulgarisation » ni « perte de qualité » : ce qui a lieu c'est que les œuvres ainsi multipliées deviennent effectivement, en tant qu'objets sériels, homogènes « à la paire de bas et au fauteuil de jardin », et prennent leur sens par rapport à ceux-ci. Ils ne s'opposent plus en tant qu'*œuvre* et substance de sens, en tant que signification *ouverte*, aux autres objets *finis*, ils sont devenus eux-mêmes objets finis, et rentrent dans la panoplie, la constellation d'accessoires par où se définit le standing « socio-culturel » du citoyen moyen ». Ceci dans le meilleur des cas, où chacun y aurait réellement accès. Pour l'instant, tout en cessant d'être œuvres, ces pseudo-œuvres n'en restent pas moins des objets rares, économiquement ou « psychologiquement » accessibles à la plupart, comme objets distinctifs, un marché parallèle un peu élargi de la culture.¹⁶²

Nous avons choisi de nous inscrire dans une ligne de recherche plus récente consistant à accepter que l'industrialisation des biens culturels en constitue une forme d'enrichissement n'entraînant pas nécessairement une déperdition de leur valeur symbolique. Nous nous sommes pour cela référée aux travaux de Philippe Bouquillion et d'Yves Jeanneret. Dans son dernier ouvrage, *Critique de la trivialité, les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, celui-ci affirme que « lorsque l'on passe d'une industrie des marchandises fabriquées (...) à une industrie des biens culturels, puis à une industrie des médias, l'échange social, communicationnel, symbolique devient de plus en plus le lieu où se produit la valeur marchande des dispositifs. »¹⁶³. Il ajoute peu après que « cette plus-value (...) ne fonctionne que dans la circulation incessante entre les multiples significations de la valeur (économique, morale, politique, intellectuelle) de l'échange (social, communicationnel, marchand) et de l'usage (culturel, personnel, technique). »¹⁶⁴

L'économie politique classique nous invitait à ne pas confondre entre elles les valeurs économique, sociale, symbolique, culturelle. Elle affirmait de plus l'impossibilité pour ces différents types de valeurs de cohabiter au sein d'un même objet. Nous souhaitons, à la suite d'Yves Jeanneret, affirmer le fonctionnement des valeurs en systèmes et étudier ces données comme imbriquées les unes dans

enchaînement de simples objets mais un enchaînement de *signifiants* dans la mesure où ils se signifient l'un l'autre comme super-objet plus complexe et entraînant le consommateur dans une série de motivations plus complexes »

¹⁶¹ BENJAMIN Walter, op. cit., page 225

¹⁶² BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation*, op. cit., page 160

¹⁶³ JEANNERET Yves, *Critique de la trivialité, les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Collection SIC, Editions Non Standard, 2014, page 529

¹⁶⁴ Ibidem, page 530

les autres. C'est la relation de tension dialectique unissant les différents types de valeurs que nous souhaitons comprendre et mettre au jour.

L'étude de notre objet à travers le prisme de la question des industries culturelles nous semble donc primordiale à mettre en place. Nous considérons en effet la mise en collection du texte comme une forme de réponse possible face aux nouveaux enjeux du secteur de l'édition. Celui-ci navigue entre deux impératifs qu'il cherche à conjuguer, celui de la création de valeur économique et celui de la valorisation du rôle dans lequel les imaginaires veulent le placer : honorer la richesse du monde des lettres. Cette dualité est à penser dans le cadre des mutations actuelles de ce secteur, à l'heure des inquiétudes autour de l'imaginaire de la dématérialisation¹⁶⁵ et de la disparition du papier liés au développement des supports numériques. **Dans quelle mesure la complexité nouvelle d'objets culturels composites, tant au niveau de leurs valeurs que de leur statut social, peut elle être comprise comme une réaction face aux craintes suscitées par les évolutions projetées du secteur culturel ?** Nous souhaitons relier cette interrogation à celles soulevées par Yves Jeanneret dans son dernier ouvrage au sujet de « l'économie politique de la communication ». Cette notion, définie comme ce qui « concerne les relations entre l'industrialisation des médias, les évolutions de l'espace publics et les enjeux sociétaux »¹⁶⁶, permet de penser le lien entre les imaginaires liés aux évolutions technologiques actuelles des processus de médiation, les enjeux économiques et sociaux liés à la transformation de la société et de certains secteurs professionnels, et les métamorphoses des objets culturels.

C'est au regard de cette notion que nous considérons la mise en différentes collections d'un même texte comme un processus de création de valeur jouant sur un glissement de l'image de marque « Harry Potter » vers « Gallimard Jeunesse » puis « Gallimard ». La transformation du statut et des valeurs associées à un livre, objet de culture, a ainsi un rôle dans l'évolution culturelle et sociale, et non plus seulement économique, de l'instance émettrice. Le mouvement de valorisation mutuel se jouant entre les ouvrages et la maison d'édition les publiant relève certes de l'évidence marketing. Ce jeu de boucles valorisantes n'aurait rien de surprenant s'il n'impliquait que ces deux acteurs, l'objet publié et la maison d'édition le publiant. Notre objet d'étude représente un intérêt particulier dans la mesure où il implique la présence d'un troisième acteur, apparemment muet mais omniprésent : Gallimard, maison mère de Gallimard Jeunesse.

¹⁶⁵ La dématérialisation est l'un des imaginaires les plus répandus au sujet de l'évolution des supports, du papier vers le numérique : « ce fameux espace immatériel de l'information (...) n'(a) sans doute d'existence que dans l'esprit de ceux qui souhaitent y croire », JEANNERET Yves, SOUCHIER Emmanuël, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran » *Communication et Langages* numéro 145, 2005, page 5

¹⁶⁶ JEANNERET Yves, *Critique de la trivialité, les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, op. cit., page 523

Nous aurions souhaité aborder la question des industries culturelles à travers l'étude de ce phénomène de boucles de valeurs. Nous considérons, dans le cadre de notre étude, que toute valeur associée à l'objet-livre finit, par extension, par s'imposer sur la maison d'édition elle-même. Ce phénomène se joue à travers un processus de brouillage énonciatif conduisant à ne plus savoir qui parle, et donc qui est le sujet de la valorisation mise en œuvre. Cela est visible au niveau des couvertures des objets-livres eux même, ainsi que sur les espaces d'expression en ligne qui leur sont liés.

Ce brouillage énonciatif est, à nos yeux, révélateur de l'irréductible complexité des objets choisis pour la présente recherche. Nous l'avons montré dans le corps de ce travail, il est difficile, voire impossible, de désigner l'instance énonciative s'exprimant sur les objets étudiés. La symphonie énonciative caractéristique des couvertures se retrouve sur les pages internet. Nous y observons la cohabitation entre les éléments renvoyant à la maison d'édition, à l'auteur, à l'intrigue, aux instances légitimantes extérieures comme la presse, les prix littéraires, le ministère de l'éducation. Même les publics sont représentés et invités à manifester leur point de vue sur l'espace de la page à travers la mention « j'aime ». Que nous étudions les objets livres ou les sites internet, nous nous intéressons à des espaces complexes marqués par une évidente polyphonie énonciative.

Cette polyphonie énonciative est rendue plus complexe encore par l'ouverture de cette énonciation à d'autres espaces économiques. La présence de la compagnie Warner Bros se manifeste ainsi subtilement à plusieurs reprises. Celle-ci peut se deviner à travers le logo Harry Potter sur la première de couverture des objets-livres, ainsi que le sigle « TM ». De même, la mention « *Harry Potter, les noms et tous les éléments associés sont soumis au copyright et au dépôt de marque par Warner Bros.* », en deuxième page des livres renvoie bien à l'industrie cinématographique. Cette dernière est également présente sur les sites internet. Une mention, rédigée dans une police très discrète, est ainsi affichée horizontalement en bas de chaque page et annonce : « *Harry Potter Publishing Rights © J.K.R Harry Potter characters, names and related indicia are trademarks of and © Warner Bros Ent. All Rights Reserved* »¹⁶⁷.

Au sein même de cette symphonie énonciative, les modalités d'existence de l'un des acteurs nous a intriguée. La figure de la maison d'édition, constituée d'une maison mère et d'une maison fille, peut à nos yeux être qualifiée de « composite ». Nous avons en effet pu constater que cette entité culturelle se présente, à travers son travail sur les objets livres et sur ses sites internet, comme une unité, comportant en son sein différents acteurs. La réalité est cependant autre ; Gallimard

¹⁶⁷ « *Les droits de publication liés à Harry Potter appartiennent à JK Rowling ; les personnages, noms et tous les éléments associés à Harry Potter sont des marques déposées de et appartenant à la Warner Bros Entreprise, tous droits réservés.* » (traduction libre)

Jeunesse assume en effet le statut de filiale, ce qui signifie que cette entreprise dispose d'une certaine autonomie et indépendance. Il est donc relativement surprenant de constater l'assimilation de ces deux maisons l'une à l'autre dans le cadre de la présentation des ouvrages issus de la série *Harry Potter*. Nous pouvons constater dans nos objets d'étude l'existence d'une réelle tension énonciative, significative de cette dynamique valorisante en forme de « boucles ».

Ce phénomène de tension énonciative se devine à plusieurs niveaux et à plusieurs stades du travail de la maison d'édition autour de la série *Harry Potter*. La mise en scène adoptée pour l'architecture des sites internet laisse à penser que la responsabilité de la publication des ouvrages appartenant à cette série est attribuée à Gallimard Jeunesse. Le travail effectué sur les liens hypertextes¹⁶⁸ permettant l'accès aux pages est significatif de cette démarche. Bien que l'énonciateur officiel soit la maison d'édition Gallimard, dont le logo est clairement affiché en haut de page, le « catalogue » auquel le lien hypertexte renvoie est celui de la maison « Gallimard Jeunesse ». La mention de « catalogue » renvoie au « fond » de la maison d'édition, à savoir son patrimoine, l'ensemble des ouvrages qu'elle ait jamais publiés.

La situation semble simple, mais une observation attentive de la mise en scène de ces mêmes espaces d'expression révèle l'existence de tensions énonciatives fortes. Nous pouvons interpréter celles-ci dans le sens d'une délégation de la parole comme d'une appropriation de l'auctorialité d'une instance à l'autre. L'architecture dévolue aux pages consacrées à la série *Harry Potter* sur le site de Gallimard est tout à fait significative de ces phénomènes. Le fond choisi pour orner ces espaces peut être perçu comme une forme d'hybridation forte entre les différentes instances énonciatives. Ainsi, le fond choisi pour les bandeaux encadrant le cœur de page est celui affiché partout ailleurs sur ce site institutionnel ; le cœur de page, en revanche, est orné du même visuel que celui observable sur le site de Gallimard Jeunesse.

Ce phénomène d'hybridation se traduit, de manière beaucoup plus radicale, par une réappropriation par Gallimard de la parole de Gallimard Jeunesse sur certains objets-livres. Ainsi des éditions Grand Format Littérature, sur lesquelles nous pouvons voir affiché le logo de la maison « Gallimard » et non celui de sa maison fille, pourtant à l'origine de la publication. De même, les choix esthétiques effectués autour des derniers ouvrages parus chez Gallimard Jeunesse tendent vers une forme d'« interformalité »¹⁶⁹. La couverture blanche de la collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse invite à l'assimiler à la collection Blanche de Gallimard ; de même, la tranche dorée à l'or fin de la collection de luxe permet le parallèle avec les ouvrages publiés dans la collection de la Pléiade.

¹⁶⁸ Exemple de lien hypertexte :

<http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>

¹⁶⁹ Ce néologisme renvoie à la notion d'intertextualité appliquée à la forme ; la matérialité des ouvrages est travaillée de manière à faire référence à la mise en forme d'autres publications.

Ces choix formels variés conduisent à rendre omniprésent, quoique de manière implicite, un acteur pourtant extérieur au phénomène éditorial que nous étudions. Cet acteur, presque invisible, est ainsi réincarné dans tous les espaces laissés disponibles par la maison d'édition responsable de la publication. Nous proposons une approche selon laquelle le travail communicationnel effectué sur un livre par des acteurs, officiellement impliqués dans le processus de publication ou non, les conduit en réalité à faire leur propre promotion. Ces boucles communicationnelles se jouent à nos yeux à travers un phénomène de mime formel ; le processus de mise en scène d'un mutisme apparent des ouvrages, que nous observons au niveau de l'objet-livre, se manifeste également dans la présentation, sur ces mêmes espaces, de la maison d'édition Gallimard.

La question des industries culturelles ne semble pas résolue à ce jour. Si les spécialistes de la question en proposent des définitions¹⁷⁰, et affirment la compatibilité dans un même espace des différents types de valeurs dont l'histoire économique refuse d'accepter l'union, aucun ne revient sur la question qui nous semble centrale : comment, et à quelles conditions, ces différents types de valeurs peuvent-ils se concilier harmonieusement au sein d'un même espace ?

Nous proposons, à la suite du présent mémoire de recherche, une première piste de réflexion : celle du contournement. Pour faire se concilier au sein d'un objet culturel des valeurs intellectuelles et économiques, il est indispensable de faire évoluer son statut. L'objet culturel étudié n'en est ainsi plus vraiment un ; il est chargé d'une nouvelle identité, ici celle de marque, ou encore d'objet de collection. De même, l'institution de valeurs au sein d'un objet ou d'une entité passe par l'adoption d'une rhétorique du mutisme, d'une politique de l'invisibilité.

La proposition de cette notion de contournement montre bien à quel point la question des objets de culture en régime industriel mérite réflexion. Loin d'être résolue, elle demande à être étudiée plus avant dans le cadre d'une prochaine recherche.

Nous souhaitons, dans le cadre d'une thèse, proposer une réflexion autour de ces problématiques très générales, à travers l'analyse du « renouveau numérique » de la série *Harry Potter*. Deux points majeurs nous permettront de structurer notre étude: celui de l'analyse des circulations numériques et celui de l'examen des espaces numériques de circulation. Une série de questions constituent le socle de notre réflexion : en quoi la présentation numérique et la mise en ligne des ouvrages conduisent-ils à une évolution de leur statut, voire à une transformation de leur identité ? Comment cette mise en ligne conduit-elle à redéfinir la question de la valeur ? D'autre part,

¹⁷⁰ « Les industries de la culture comprennent pour l'essentiel les filières du cinéma et de l'audiovisuel, de la musique enregistrées, du livre, de la presse et de l'information » in BOUQUILLION Philippe, op. cit., page 5

en quoi les circulations générées par l'architecture de ces espaces numériques les conduisent-elles à se charger eux-mêmes de valeurs?

L'analyse des espaces d'expression en ligne de Gallimard Jeunesse et de Gallimard nous a permis de mettre en évidence un certain nombre de points caractéristiques que nous souhaiterions étudier plus avant. L'une de nos hypothèses porte sur la complexité et l'hybridité des espaces numériques. Cette dernière qualité se manifeste tant au niveau des contenus, qui font des espaces étudiés à la fois des lieux de vente, des vitrines institutionnelles et des lieux d'échange, que des individus s'y exprimant. La parole y est en effet donnée aux institutions émettrices, aux visiteurs de la page, et les sujets abordés sont variés.

Notre deuxième hypothèse porte sur les conséquences de ces caractéristiques sur les contenus observés. Nous avons ici pu conclure à une indétermination des frontières entre le marchand et le non marchand. Nous considérons l'hybridité de ces espaces numériques comme à l'origine de ce flou. De même, nous postulons que la complexité et la pluralité des discours circulant en ligne au sujet de la série entraînent la recréation de son identité et de son statut. Cette hybridité des espaces numériques et des discours qu'ils abritent implique de redéfinir la notion même de culture. Articuler notre recherche autour de la question du « nouveau » numérique nous permettra d'apporter un nouvel éclairage à la question des industries culturelles. Évaluer les effets du numérique sur ce que l'on désigne comme littéraire nous permettra ainsi de proposer une redéfinition de la notion de culture comme comportant également une valeur économique.

Les questions que nous pourrions aborder à travers ce prisme d'analyse sont variées. Outre la question des transformations du littéraire par le numérique, nous pourrions réfléchir à la question de la culture comme intégrant en son sein la valeur marchande. Une autre dimension qu'il s'agira de ne pas négliger est celle de la matérialité des supports. En effet, les imaginaires de la dématérialisation liés au passage de formats papiers aux formats numériques doivent être dépassés, et orientent ainsi notre recherche dans le sens d'un repositionnement de la question de la matérialité. La circulation des livres sur internet nous impose de redéfinir et de retravailler cette notion dont le sens et les implications évoluent nécessairement, mais dont l'importance ne décroît pas. La question du numérique nous conduira également à repenser le statut de l'auteur, celui du lecteur comme commentateur et acteur valorisant et celui des ouvrages eux-mêmes. De même que la présentation des livres en ligne conduit à une évolution du statut de la série et de la collection, la circulation en ligne de ces acteurs entraîne une redéfinition de leur identité. Tous ces éléments impliquent de répondre à la question suivante : comment la mise en ligne redistribue-t-elle les figures de valeur ?

Bibliographie

Nous répertorions ici l'ensemble des ouvrages nous ayant servi pour l'élaboration de ce mémoire. Nous n'opérons aucune distinction entre les sources citées dans le corps de notre travail et celles nous ayant servi à sa conceptualisation théorique en amont de la rédaction.

Corpus

ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Folio Junior, Gallimard Jeunesse, 1998, 306 pages

ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Grand Format Littérature, Gallimard Jeunesse, 1999, 325 pages

ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Folio Junior, Gallimard Jeunesse, 2000, 306 pages

ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Folio Junior, Gallimard Jeunesse, 2007, 312 pages

ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Edition de Luxe, Grand Format Littérature, Gallimard Jeunesse, 2008, 325 pages

ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Edition Limitée à 20 000 exemplaires, Folio Junior, Gallimard Jeunesse, 312 pages

ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Folio Junior, Gallimard Jeunesse, 2011, 312 pages

ROWLING, Joanne Kathleen, *Harry Potter à l'école des sorciers*, Bibliothèque Gallimard Jeunesse, Gallimard Jeunesse, 2012, 345 pages

Dictionnaires et Encyclopédies

Trésor de la langue française en ligne, <http://atilf.atilf.fr/>

DUBOIS Jean (édition mise à jour), *Lexis Larousse de la langue française, 76000 mots*, Larousse, 2005, 2109 pages

Agathe NICOLAS

PASTOUREAU Michel, *Dictionnaire des couleurs de notre temps, Symbolique et société*, Collection Images et symboles, Editions Bonneton, 1992, 231 pages

Dictionnaires et Encyclopédies à destination des professionnels

LEHU Jean-Marc, *L'encyclopédie du Marketing*, Editions d'Organisation, 2004, 955 pages

VAN DICK Rémi, *Dictionnaire du marketing et des affaires*, Eyrolles, 1991, 201 pages

Sciences de l'information et de la communication

AMOSSY Ruth, HERSCHBERG PIERROT Anne, *Stéréotypes et clichés*, collection 128, Armand Colin, 2009, 128 pages

BARTHES Roland, « Eléments de sémiologie », *Communications* numéro 4, « Recherches sémiologiques », 1964, pages 91 à 134

BERTELLI Dominique, « La fabrique de l'événement littéraire, l'exemple de *La Vie mode d'emploi* », pages 31 à 42, in *Communication et Langages* numéro 159, 2009, 143 pages

DE MIRIBEL Marielle, "Les métamorphoses du livre, clés de l'imaginaire", *Communication et Langages* numéro 126, 2000, pages 108 à 116

DEPOUX Anneliese, « La fabrique de l'événement littéraire, le cas de Truismes », *Communication et Langages* numéro 142, 2004, pages 71 à 83

DUCAS Sylvie et POURCHET Maria, « Introduction : de la prescription, comment le livre vient au lecteur », *Communication et Langages* numéro 179, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », 2014, page 21 à 31

DUCAS Sylvie, « Ce que font les prix à la littérature », *Communication et Langages* numéro 179, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », 2014, pages 61 à 73

ESCARPIT Robert, *L'écrit et la communication*, Que sais-je, PUF, 5^{ème} édition, 1993, 125 pages

JOLY Martine, *Introduction à l'analyse de l'image*, 128, Armand Colin, 2005, 128 pages

Agathe NICOLAS

LIQUETE Vincent, « Présentation Générale : formes et enjeux de la médiation », in WOLTON Dominique (directeur de publication), LIQUETE Vincent (numéro coordonné par), *Médiations*, Les essentiels d'Hermès, 2010, pages 9 à 31

JEANNERET Yves, *Penser la trivialité, la vie triviale des êtres culturels*, Collection Communication, médiation et construits sociaux, Hermès, Lavoisier, 2008, 242 pages

JEANNERET Yves, *Where is Monna Lisa ? Et autres lieux de la culture*, Lieux de..., Editions le Cavalier Bleu, 2011, 171 pages

JEANNERET Yves, SOUCHIER Emmanuel, « Introduction », *Communication et Langages* numéro 135 Dossier « Littérature et Trivialité », 2003, pages 25 à 26

JEANNERET Yves, SOUCHIER Emmanuël, « La « valeur » de la médiation littéraire », *Communication et Langages* numéro 150, « Signes, objets et pratiques : la valeur de la médiation littéraire », 2006, pages 35 à 44

MAINGUENEAU Dominique, *Analyser les textes de communication*, ICOM, Armand Colin, réédition de 2012, première parution 1998, 280 pages

PINET-FERNANDES Catherine, « Les ressorts extra-textuels du jugement littéraire aujourd'hui », *Communication et Langages* numéro 135, Dossier « Littérature et Trivialité », 2003, pages 87 à 103

REUTER Yves, *L'analyse du récit*, 128, Armand Colin, 2007, 127 pages

SOUCHIER Emmanuël, « L'image du texte, pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Cahiers de Médiologie* numéro 6, 1998, pages 137 à 145

SOUCHIER Emmanuël, « L'exercice de style éditorial, Avatars et réception d'une œuvre à travers l'histoire, des manuscrits à internet », *Communication et Langages* numéro 135 Dossier « Littérature et Trivialité », 2003, pages 42 à 72

SOUMAGNAC Karel "La médiation éditoriale sur les sites de littérature jeunesse entre prescription du livre et médiation éditoriale partagée", *Communication et Langages* numéro 150, 2006, pages 77 à 91

WINCKLER Martin, *Petit éloge des séries télé*, Collection Folio, Editions Gallimard, 2012, 116 pages

WOLTON Dominique, « La médiation au regard de la communication (entretien inédit) », in WOLTON Dominique (directeur de publication), LIQUETE Vincent (numéro coordonné par), *Médiations*, Les essentiels d'Hermès, 2010, pages 141 à 147

Agathe NICOLAS

Théorie Littéraire

BERSANI Jacques, COLLOT Michel, JEANNERET Yves, REGNIER Philippe (eds), *Roger Fayolle, Comment la littérature nous arrive*, Presses Sorbonne Nouvelle, 2009, 316 pages

FERNANDEZ Dominique, « Préface » in DUMAS, Alexandre, *Vingt ans après*, Folio Classique, Gallimard, pages 7 à 15

DUBOIS Jacques, *L'institution de la littérature*, Espace nord, Références, 2005, 238 pages

ECO Umberto, *L'œuvre ouverte*, Collection Points, éditions du Seuil, 1965, 314 pages

JEANNERET Yves, MEEUS Nicolas (dir), *Que faisons-nous du texte?, Travaux de stylistique et de linguistique françaises : études linguistiques*, PUPS, 2012, 188 pages

PAVEL Thomas, *La pensée du roman*, NRF Essais, Gallimard, 2003, 435 pages

Numérique et mise en ligne

ANGE Caroline, DESEILLIGNY Oriane, « L'écriture inspirée des 'homo viator' contemporains », *Communication et Langages* numéro 174 « Signes, objets et pratiques : les écritures émergentes des objets communicationnels », 2012, pages 41 à 54

BERTHOU Benoît, « La prescription des librairies en ligne, expression, association, collaboration », *Communication et Langages* numéro 179, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », 2014, pages 75 à 89

CANDEL Etienne, JEANNE-PERRIER Valérie, SOUCHIER Emmanuël, « Petites formes, grands desseins : d'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures », in DAVALLON Jean (dir.), *L'économie des écritures sur le web, volume 1 : Traces d'usage dans un corpus de sites de tourisme*, Hermès-Lavoisier, 2012, pages 135 à 166

DEPRES-LONNET Marie, COTTE Dominique, « Nouvelles formes éditoriales en ligne », *Communication et Langages* numéro 154, 2007, pages 111 à 121

DESEILLIGNY Oriane, « La recommandation sur le Web : entre héritages formels et logiques comptables », *Communication et Langages* numéro 179, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », 2014, 134 pages

Agathe NICOLAS

JEANNE-PERRIER Valérie, « Parler de la télévision sur Twitter : une « réception » oblique à partir d'une « conversation » médiatique », *Communication et Langages* numéro 166, 2010, pages 127 à 147

JEANNERET Yves, SOUCHIER Emmanuël, « Pour une poétique de l'écrit d'écran », *Xoana* numéro 6, 1999, pages 97 à 107

JEANNERET Yves, SOUCHIER Emmanuël, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Communication et Langages* numéro 145, 2005, pages 3 à 15

MALAIS Nicolas, « Prescrire à Babel, prescription et numérisation du patrimoine », *Communication et Langages* numéro 179, « De la prescription : comment le livre vient au lecteur », 2014, pages 91 à 104

PERAYA Daniel, « Médiatisation et médiation, des médias éducatifs aux ENT », in WOLTON Dominique (directeur de publication), LIQUETE Vincent (numéro coordonné par), *Médiations, Les essentiels d'Hermès*, 2010, pages 33 à 48

SOUCHIER Emmanuël, « L'écrit d'écran, pratiques d'écritures et informatique », *Communication et Langages* numéro 107, 1996, pages 105 à 119

Industries culturelles

BAUDRILLARD Jean, *La société de consommation, ses mythes, ses structures*, Folio Essais, Gallimard, 2010, Première édition Denoël, 1970, 318 pages

BAUDRILLARD Jean, *Le système des objets*, NRF, Gallimard, 1970, 288 pages

BENJAMIN Walter, *Paris, Capitale du XIXème siècle, Le livre des passages*, 3^{ème} édition, Les éditions du Cerf, 2009, 970 pages

BOUQUILLION Philippe, *Les industries de la culture et de la communication, les stratégies du capitalisme*, Collection Communication, Médias et Sociétés, PUG, 2008, 306 pages

BOUQUILLION Philippe, MIEGE Bernard, MOEGLIN Pierre, *L'industrialisation des biens symboliques, les industries créatives en regard des industries culturelles*, PUG, 2013, 248 pages

CHANTEPIE Philippe, LE DIBERDER Alain, *Révolution numérique et industries culturelles*, Nouvelle édition 2012, Collection Repères, La Découverte, 2010, 120 pages

Agathe NICOLAS

JEANNERET Yves, *Critique de la trivialité, les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Collection SIC, Editions Non Standard, 2014, 765 pages

Edition et éditeurs

BESSARD-BANQUY Olivier (dir), *L'édition littéraire aujourd'hui*, Les cahiers du livre, Presses universitaires de Bordeaux, 2012, 230 pages

CERISIER Alban, *Une histoire de La NRF*, Nrf, Gallimard, 2009, 611 pages

CHARTIER Roger, *Culture écrite et société, L'ordre des livres (XIV^{ème} – XVIII^{ème} siècle)*, bibliothèque Albin Michel Histoire, Albin Michel, 1996, 241 pages

Autour de la valeur

BOURDIEU Pierre, *Langage et pouvoir symbolique*, Collection Points, Editions du Seuil, 2001, 423 pages

KANT Emmanuel, *Critique de la faculté de juger*, 6^{ème} tirage, Librairie Philosophique J. Vrin, 1984, 308 pages

Théories de la marque et de la publicité

BARGIEL Réjane, THORNTON Sara, (sous la direction de), *Littérature et Publicité, de Balzac à Beigbeder*, éditions Gaussen, 2012, 447 pages

BERTHELOT-GUIET Karine, DE MONTETY Caroline, PATRIN-LECLERE Valérie, *Les métamorphoses de la communication de marque et des médias, publicitarisation, dépublicitarisation, hyperpublicitarisation, publicitarité*, Dossier de textes scientifiques 2000-2011, CELSA Paris Sorbonne 2011

BERTHELOT-GUIET Karine, *Paroles de pub, la vie triviale de la publicité*, Collection SIC recherches en SICS, Editions Non Standard, 2013, 333 pages

BERTHELOT GUIET Karine, « La marque médiation marchande ou mythologie adolescente », à paraître, 2015, 10 pages

DE MONTETY Caroline, PATRIN-LECLERE Valérie, « La conversion à la conversation : le succès d'un succédané », *Communication et Langages* numéro 169, 2011, pages 23 à 37

PATRIN-LECLERE Valérie, « La communication revisitée par la conversation, Introduction », *Communication et Langages* numéro 169, 2011, pages 15 à 22

Agathe NICOLAS

SEMPRINI Andrea, *La marque, une puissance fragile*, Vuibert, 2005, 288 pages

SEMPRINI Andrea, *Le marketing de la marque, approche sémiotique*, Collection Marketing, Editions Liaisons, 1992, 193 pages

Annexes

Annexe 1 : Table des illustrations

Fig. 1 : Les huit objets-livres étudiés, éditions Folio Junior, Grand Format Littérature, Grand Format Littérature de Luxe, Limitée et Bibliothèque Gallimard Jeunesse	18
Fig. 2 : Edition Folio Junior 1998 (1ère édition)	20
Fig. 3 : Détail de la première de couverture de l'édition Folio Junior 1998 (1ère édition) Espace du titre.....	26
Fig. 4 : Détail de la première de couverture, Folio Junior 1998 (1ère édition), Espace de l'illustration	29
Fig. 5 : Détails de la première de couverture, Edition Folio Junior 1998 (1 ^{ère} édition). Le balai volant, le grimoire et le hibou: stéréotypes du fantastique	32
Fig. 6 : Détails de la première et de la quatrième de couverture de l'édition Folio Junior 1998 (1 ^{ère} édition). Les huit Harry	34
Fig. 7 : Première de couverture de l'édition Folio Junior 2000 (2ème édition)	36
Fig. 8 : Détails des premières de couverture des éditions Grand Format Littérature 1999, Folio Junior 2000 et Folio Junior 2007. Le "logo" Harry Potter	38
Fig. 9 : Détail de la première de couverture de l'édition Limitée 2008, Espace du Titre. Le sigle "TM", ancrage de lettres flottantes	40
Fig. 10 : Première de couverture de l'édition Folio Junior 2011 (4ème édition)	42
Fig. 11 : Le coffret Folio Junior 2011	43
Fig. 12 : Le coffret "collector", édition limitée 2008	44
Fig. 13 : Première et Quatrième de couverture, Edition de Luxe 2008.....	45
Fig. 14 : Couverture de l'édition limitée à 20 000 exemplaires, 2008.....	45
Fig. 15 : Quatrième de couverture de l'édition Limitée à 20000 exemplaires, 2008, résumé et logo exaltés par le vide.....	47
Fig. 16 : Première de couverture de l'édition Bibliothèque Gallimard Jeunesse, 2012	51
Fig. 17 Première de couverture de l'édition Folio Junior 2011(4 ^{ème} édition).....	55
Fig. 18 : Article "10 ans déjà": annonce des publications anniversaire.....	57
Fig. 19 : Page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers	70
Fig. 20 : Page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site Gallimard - Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers3	71
Fig. 21 : Zoom sur les visuels choisis pour les pages consacrées à l'édition Folio Junior 2011 - Pages consultées le 30 avril 2015	72
Fig. 22 : Page consacrée au coffret Harry Potter I à VII - Site Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 disponible grâce au lien http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-I-a-VII	74
Fig. 23 : Zoom sur l'encadré de présentation du coffret I à VII Folio Junior 2011 - site internet Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 disponible grâce au lien http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-I-a-VII	74
Fig. 24 : Page consacrée à l'édition de luxe - site Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 disponible grâce au lien http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2	75
Fig. 25 : Zoom sur l'espace de présentation de l'édition de luxe 2008 - site internet Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 disponible grâce au lien http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2	75

- Fig. 26 : Zoom sur trois types d'encadrés prix - Visuel en haut à gauche : encadré prix de la page Bibliothèque Gallimard Jeunesse- site Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers> - Visuel en bas à gauche : encadré prix de la page Folio Junior 1998 – site Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers> - Visuel sur la droite : encadré prix de la page Bibliothèque Gallimard Jeunesse – site Gallimard - Page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers> 77
- Fig. 27.3 : Zoom sur la présentation de trois ouvrages non disponible à la vente - Edition Limitée Folio Junior 2007 Site Gallimard, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Tirages-limites-sous-etui/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers> 79
- Fig. 28 : Présentation de l'édition de luxe, site internet Gallimard Jeunesse. Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2> 81
- Fig. 29 : Bas de page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site internet Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers82>
- Fig. 30 : Zoom sur l'onglet "autour du livre" - édition Folio Junior 2011 - Site internet Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers82>
- Fig. 31 : Zoom sur l'onglet "listes de lecture associées" - Folio Junior 2011- Site internet de Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers83>
- Fig. 32 : Découvrir la collection" - pages consacrée la collection Folio Junior – Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior>..... 84
- Fig. 33 : Découvrir la collection" - pages consacrée la collection Grand Format Littérature – Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature> 85
- Fig. 34 : "Découvrir la collection" - pages consacrée la collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse – Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse> 85
- Fig. 35 : Onglet "découvrir le personnage"- page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers> 86
- Fig. 36 : Page "découvrir le personnage", accessible depuis l'onglet "découvrir le personnage" affiché sur la page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Personnages/Harry-Potter> 87
- Fig. 37 : Zoom sur le menu déroulant "du même auteur" – Page consacrée au Coffret I à VII - Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2011 – Disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-I-a-VII> 88
- Fig. 38 : Zoom sur l'onglet "voir le site Harry Potter" disponible sur la page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 – Site internet Gallimard Jeunesse – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible

grâce au lien http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers	89
Fig. 39 : Page d'accueil du site internet harrypotter.gallimard-jeunesse.fr - accessible depuis l'onglet "voir le site internet" affiché sur le site Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien http://www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/index.php	89
Fig. 40 : Zoom sur les titres affichés dans l'espace de présentation - Visuel du haut : site internet Gallimard Jeunesse, page consacrée à l'édition Folio Junior 2011, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien suivant http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers - Visuel du bas: site internet Gallimard, page consacrée à l'édition Folio Junior 2011, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien suivant http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers3	91
Fig. 41 : Zoom sur le menu déroulant "Vidéos" – page de présentation consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - site internet Gallimard Jeunesse – page consultée le 30 avril 2015	94
Fig. 42 : Zoom sur l'espace résumé – page consacrée à l'édition Bibliothèque Gallimard Jeunesse - Site internet Gallimard – page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien suivant http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers	96
Fig. 43 : Zoom sur la rubrique « catégorisation » - page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site internet Gallimard Jeunesse – page consultée le 30 avril 2015 – disponible grâce au lien suivant http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers	99
Fig. 44 : Zoom sur la rubrique « catégorisation » - page consacrée à l'édition de Luxe - Site internet Gallimard Jeunesse- page consultée le 30 avril 2015 – disponible grâce au lien suivant http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2	100
Fig. 45 : Zoom sur le menu déroulant "vous aimerez aussi" - Page consacrée à l'édition Folio Junior 2011 - Site internet Gallimard Jeunesse - Page consultée le 30 avril 2015 – disponible grâce au lien http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers	102
Fig. 46 : Zoom sur les espaces consacrés aux réseaux sociaux – Pages consacrées à l'édition Folio Junior 2011 - visuel du haut : Site internet Gallimard, disponible grâce au lien http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers3 - Visuel du bas : Site internet Gallimard Jeunesse, disponible grâce au lien http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers - Pages consultée le 30 avril 2015	103

Annexes 2 : Visuels des ouvrages étudiés en première partie

A) Folio Junior

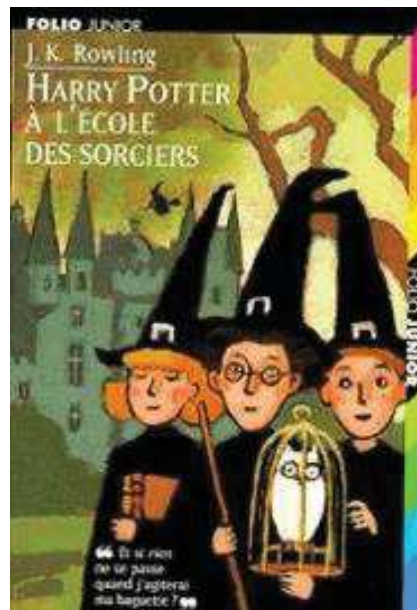


Fig. 1 Harry Potter 1, Folio Junior, Première édition 1998

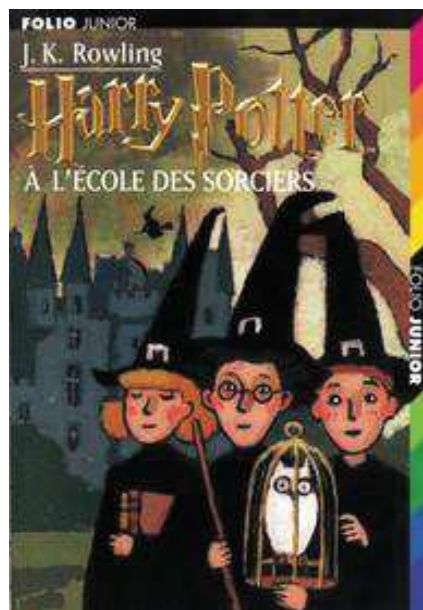


Fig. 2 Harry Potter 1, Folio Junior, 2ème édition 2000

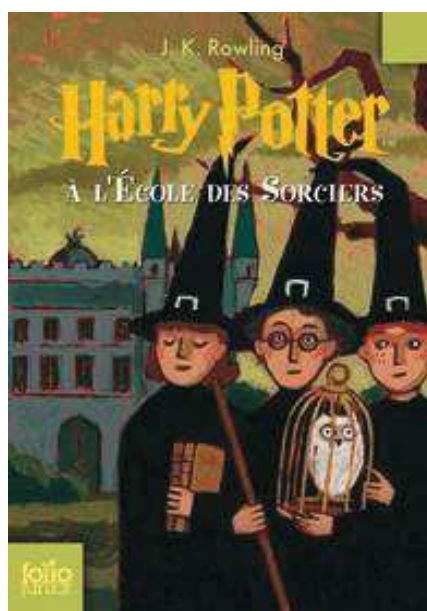


Fig. 3 Harry Potter 1, Folio Junior, 3ème édition 2007

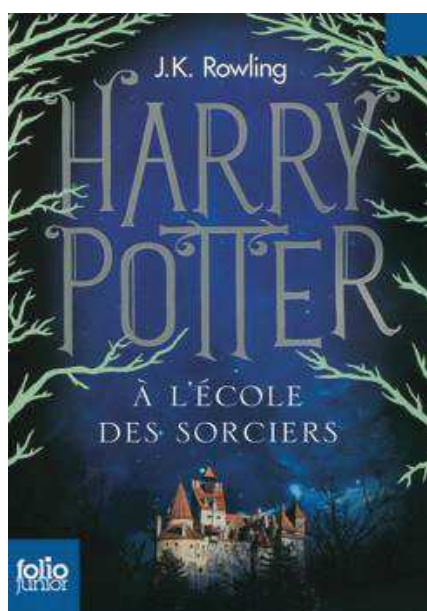


Fig. 4 Harry Potter 1, Folio Junior, 4ème édition 2011

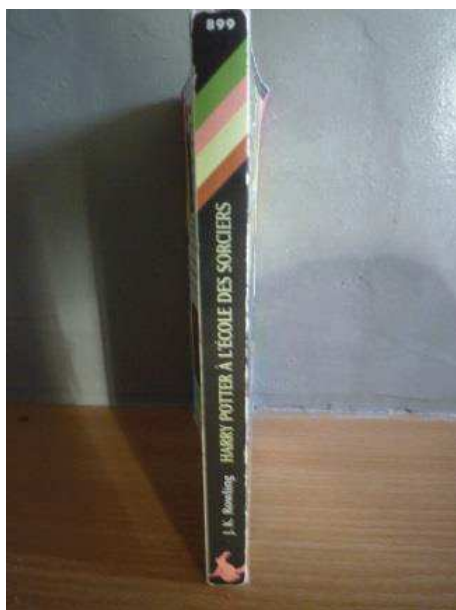


Fig. 5 Harry Potter 1, Folio Junior, «dos» de la première édition



Fig. 6 Harry Potter 1, Folio Junior, «dos» de la 2ème édition



Fig. 7 Harry Potter 1, Folio Junior, «dos» de la 3ème édition

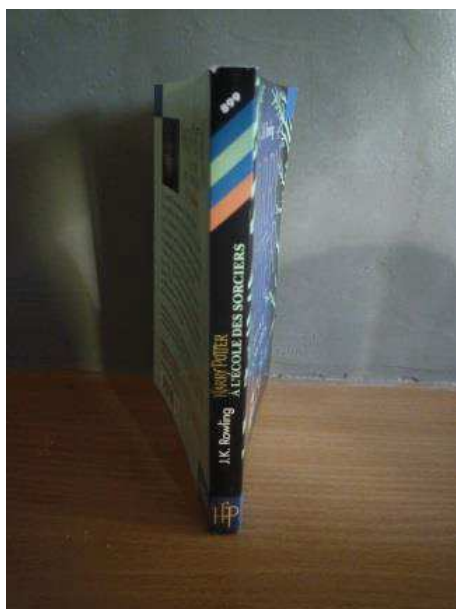


Fig. 8 Harry Potter 1, Folio Junior, «dos» de la 4ème édition



Fig. 11 Harry Potter 1, Folio Junior, Quatrième de couverture 3ème édition



Fig. 12 Harry Potter 1, Folio Junior, Quatrième de couverture 4ème édition

B) Grand Format Littérature

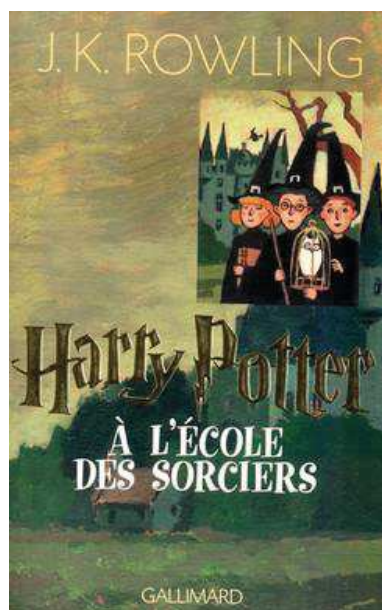


Fig. 13: Harry Potter 1, Grand Format Littérature, Première édition



Fig. 14 Harry Potter 1, Grand Format Littérature, "dos" de la 1ère édition



Fig. 15 Harry Potter 1, Grand Format Littérature, Quatrième de couverture

C) Collections Spéciales

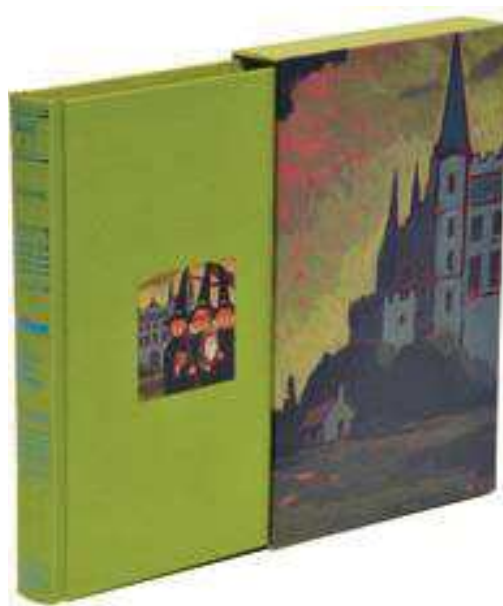


Fig. 16: Harry Potter 1, Edition de Luxe

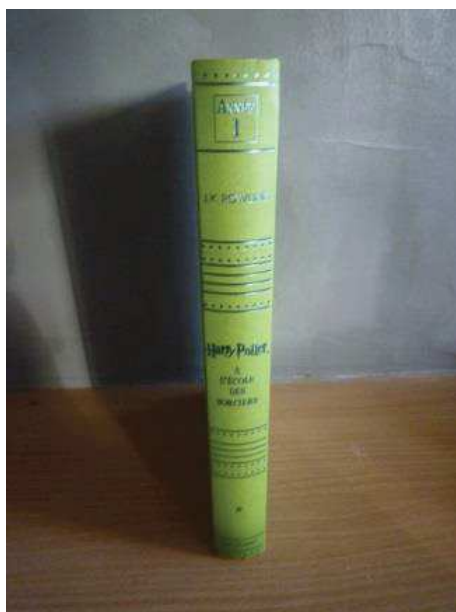


Fig. 17 Harry Potter 1, Edition de Luxe, "dos"

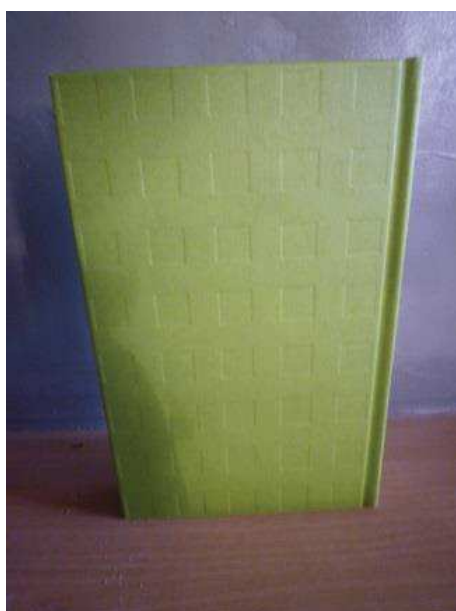


Fig. 18 Harry Potter 1, Edition de Luxe, Quatrième de couverture

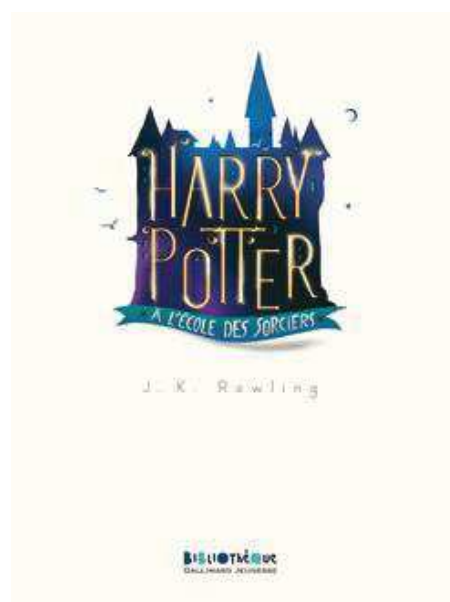


Fig. 19: Harry Potter 1, Collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse

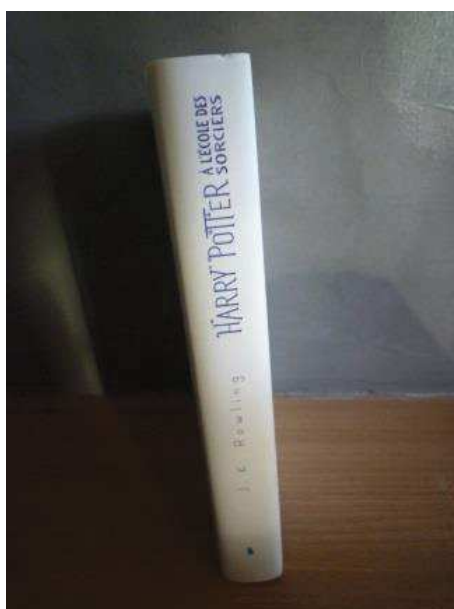


Fig. 20 Harry Potter 1, Bibliothèque Gallimard Jeunesse, "dos"

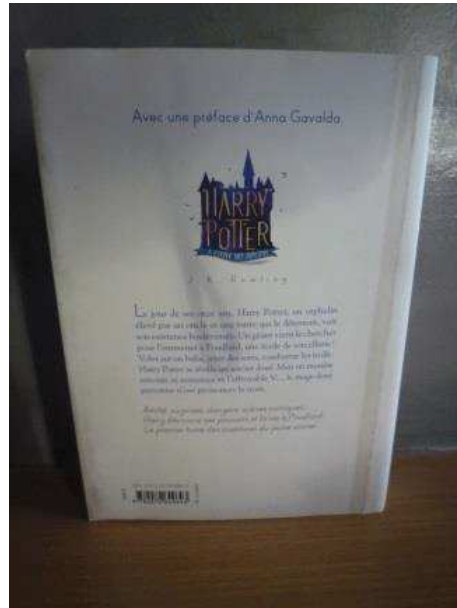


Fig. 21 Harry Potter 1, Bibliothèque Gallimard Jeunesse, Quatrième de couverture



Fig. 22 Harry Potter 1, Collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse, sans la couverture amovible, Première de couverture

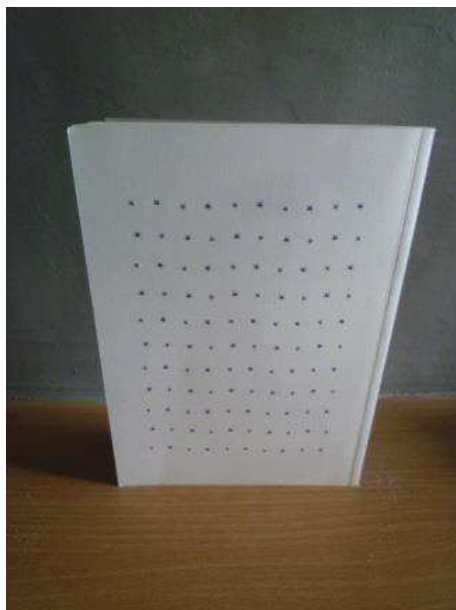


Fig. 23 Harry Potter 1, Collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse, sans la couverture amovible, Quatrième de couverture



Fig. 24 Harry Potter 1, Collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse, sans la couverture amovible, dos de l'ouvrage

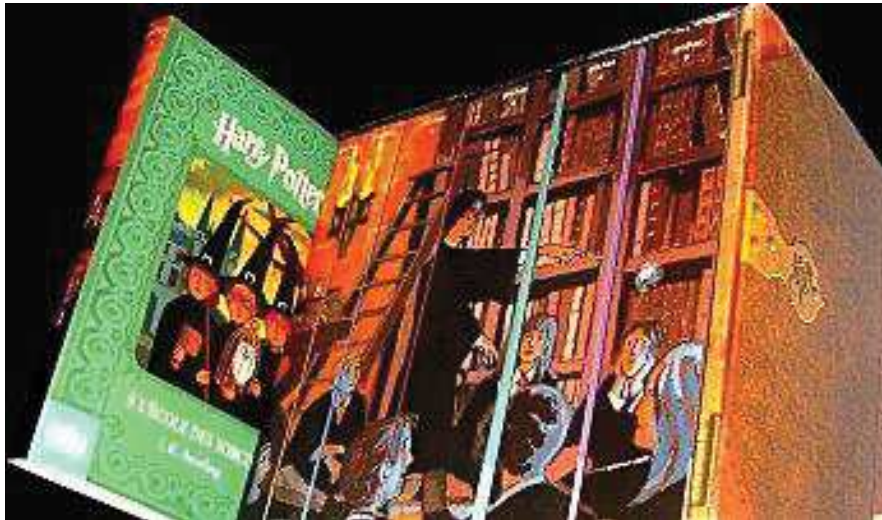


Fig. 25: Harry Potter 1, Coffret Collector 10 ans de la série limitée à 20 000 exemplaires

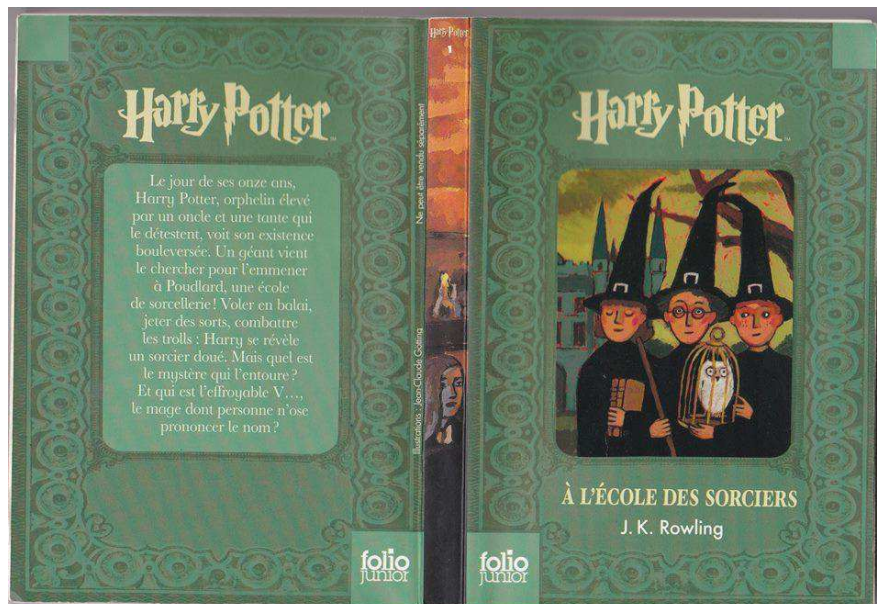


Fig. 26 : Couverture de l'édition limitée à 20 000 exemplaires

Annexe 3 : Exemple d'analyses menées pour la première partie : L'Édition Folio Junior 1998

La couverture

Éléments de dénotation

La toute première publication du tome I de *Harry Potter, Harry Potter à l'école des sorciers*, a été effectuée en France dans la collection Folio Junior de la maison d'édition Gallimard Jeunesse, en 1998, soit un an après la sortie de l'ouvrage en Grande Bretagne. Cette première édition présente un grand nombre de différences avec celles qui ont suivi dans la même collection, que ce soit au niveau de la couverture ou de la mise en page du texte. A titre d'exemple, seules les éditions des années 1998 et 1999 ont vu le début de chaque chapitre être orné d'illustrations originales dessinées par l'illustratrice française Emily Walcker.

L'exemplaire que nous analysons ici est l'édition la plus ancienne que nous ayons pu nous procurer, ces ouvrages étant devenus extrêmement rares. Publié en Mars 1999, il présente des caractéristiques que nous ne retrouvons pas sur les éditions suivantes, ce qui nous permet d'affirmer un statut d'exception de cet ouvrage. En effet, la disposition et la police du titre, les éléments présents sur la couverture et le dos de l'ouvrage ainsi que la disposition intérieure des textes, sont très différents de ce que l'on a pu observer à partir des années 2000.

Nous pouvons observer sur la première de couverture un ensemble composé d'une illustration et de texte, ainsi que d'éléments caractéristiques de la Collection Folio Junior jusqu'en 2007, à savoir une barre noire en haut de la couverture ornée de la mention « Folio Junior » et une barre multicolore sur le côté droit de la page avec, au centre, une deuxième référence à la Collection Folio Junior. Le texte occupe le haut de la page, sur la gauche, et mentionne le nom de l'auteur dans une police soulignée, puis le titre de l'ouvrage dans une police plus imposante. Enfin, dans une police très discrète encadrée d'importants guillemets stylisés, une citation issue de l'ouvrage : « Et si rien ne se passe quand j'agiterai ma baguette ? ». L'image, quant à elle, représente trois individus vêtus de noir et coiffés de chapeaux pointus. L'un d'eux, au premier plan, porte dans ses bras une chouette en cage, tient dans sa main une baguette magique, et regarde en direction du spectateur à travers des lunettes rondes. Le personnage à sa gauche, une jeune fille à l'imposante tignasse rousse, serre contre elle une pile de livres. Les seules caractéristiques particulières du personnage à sa droite sont ses tâches de rousseurs et son sourire en coin. Nous pouvons voir en fond un château aux multiples tourelles d'une couleur gris foncé, des branches d'arbre d'un marron très sombre, et une pelouse vert foncé. Une ombre se détache du ciel ombrageux : celle d'un individu, lui aussi coiffé d'un chapeau, monté sur un balai volant.

Phase d'analyse : éléments de connotation

Le message linguistique

Nous commencerons par nous intéresser au message linguistique présent sur cette première de couverture : que ce soit par sa forme ou par son contenu, ce dernier nous en apprend déjà beaucoup sur l'ouvrage et sur son contexte d'appartenance. L'élément le plus important en termes de taille et de graisse de police est le titre de l'ouvrage, *Harry Potter à l'école des sorciers*. Le choix de ce titre peut être interrogé : il ne correspond en effet absolument pas à la traduction du titre anglais de l'ouvrage, *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. Ce titre relève du choix de la maison d'édition, comme nous avons pu l'apprendre en visionnant les vidéos disponibles sur le site internet de Gallimard Jeunesse, sur la page consacrée à l'édition Folio Junior 2011. Le spectateur de la couverture sait d'ores et déjà que ce texte retracera l'histoire du personnage Harry Potter, que celui-ci est en âge d'aller à l'école et qu'il est probablement un sorcier. En plus de lui donner une vague idée de l'intrigue, ce titre lui permet également d'ancrer le texte dans le genre fantastique, puisqu'il met manifestement en scène des éléments relevant du surnaturel, ce que peut confirmer l'illustration choisie. Bien que premier à apparaître sur la page, le nom de l'auteur est le deuxième élément textuel de la page, en termes de taille de police. Nous ne connaissons de son prénom que les initiales, « J. K. », et son nom de famille complet, « Rowling ». Les consonances très anglaises de ce nom, ainsi que celui de son personnage principal, situent ce texte dans l'univers du roman étranger, ce qui n'est pas neutre en termes d'image du texte, puisque cela lui permet de se placer dans la lignée d'ouvrages de littérature jeunesse fantastique britannique comme *Alice in Wonderland*, *The Chronicles of Narnia* ou encore *The Lord of the Rings*. L'élément le plus discret de la couverture est néanmoins rendu très visible par les guillemets stylisés employés ici et qui permettent de l'identifier comme une citation extraite du roman lui-même. La phrase « Et si rien ne se passe quand j'agiterai ma baguette ? » permet de situer l'œuvre dans son contexte fantastique en insistant sur l'importance d'un instrument traditionnel de l'imagerie fantastique, la baguette magique, de présenter le personnage comme un individu hésitant, potentiellement effrayé par ce qui lui fait face et soucieux de la maîtrise de ses pouvoirs et enfin, grâce à l'usage de la ponctuation interrogative, de créer une sorte de complicité avec le spectateur qui se sent ainsi interpellé d'une part, et attend une réponse d'autre part. Le dernier élément textuel de cette couverture, que nous évoquons en dernier bien qu'il soit martelé à deux reprises sur la couverture, est la mention de la collection dans laquelle est publié cet ouvrage : « Folio Junior ». La collection encadre littéralement cette couverture, que ce soit par l'apparence formelle qu'elle lui imprime, avec son design si particulier emblématique de la collection poche de Gallimard Jeunesse, ou par la répétition par deux fois dans un espace très

rapproché du nom de la collection dans une police très visible, grasse, et donc le blanc ressort particulièrement bien sur le fond noir qui sert à l'accueillir.

Cette analyse du message iconique de la première de couverture nous permet de voir se distinguer trois grands axes : la mise en évidence d'un univers et d'une intrigue particulière, l'appartenance au genre fantastique, à la littérature jeunesse et à l'univers de la littérature anglo-saxonne, et enfin l'ancrage dans un univers littéraire français, celui de la maison Gallimard Jeunesse.

Le message iconique

Le message iconique de cette première de couverture vient confirmer les idées véhiculées par le message linguistique de la jaquette. En effet, il nous présente tous les éléments indispensables à un premier aperçu de l'intrigue elle-même, à travers la mise en scène des trois personnages principaux et de leurs caractéristiques majeures ainsi que de l'univers du roman. Ainsi, c'est Poudlard, la fameuse « Ecole des sorciers » mentionnée dans le titre français, que l'on voit se découper dans le fond de l'image. Les attributs vestimentaires des personnages, ainsi que leurs attitudes, permettent de les identifier immédiatement comme des sorciers en jouant à la fois sur le caractère surprenant de leurs positions et sur les éléments traditionnels de l'imagerie fantastique: l'un d'entre eux vole dans le ciel sur un balai, un autre tient dans sa main une baguette magique et une chouette Harfang en cage, tous enfin portent des chapeaux pointus. Les aventures de Harry Potter n'avaient pas, à l'époque, la notoriété qu'elles peuvent avoir aujourd'hui ; cependant, chacun des trois personnages est présenté dans une position permettant au spectateur de l'image d'en identifier les caractéristiques majeures au premier coup d'œil. Harry, le personnage principal et éponyme, est situé au centre de la page, légèrement devant les deux autres. Le fait que ses deux mains soient occupées à tenir des objets pour le moins surprenants attire davantage l'attention sur lui, puisque les messages iconiques se multiplient. De même, c'est sur lui que se concentrent les couleurs les plus claires de la page, et donc la lumière : ses deux mains sont visibles, tâches roses qui viennent se détacher sur le fond noir de sa robe, de même que les plumes blanches de sa chouette. Ses cheveux noirs et ses lunettes rondes permettent de plus au lecteur averti de le reconnaître immédiatement. Le personnage situé à sa gauche présente également un certain nombre de caractéristiques qui permettent d'attirer l'attention sur elle : ses cheveux roux clairs constituent une note de couleur remarquable dans cet univers terne de vert foncé et de gris, et les deux grimoires d'une teinte marron clair qu'elle tient dans ses bras attirent également l'attention du spectateur. Le spectateur informé identifiera aisément Hermione, seul personnage féminin important dans l'entourage de Harry, dont les cheveux mal coiffés et l'amour de la lecture sont les caractéristiques principales. Ses yeux fermés et son sourire songeur peuvent induire un certain détachement, et sa position

légèrement en retrait renvoyer à un rôle peut être moins important que celui des deux autres personnages. Reste le troisième individu situé à la droite de Harry. Ses cheveux roux foncés et ses taches de rousseur constituent ses seules caractéristiques notables. Son sourire discret et sa main posée sur l'épaule de Harry peuvent permettre au spectateur de l'identifier comme un proche, voire un ami, du personnage principal, mais il n'apprendra rien d'autre concernant ses goûts ou ses habitudes. Tous ces éléments iconiques peuvent permettre de deviner un certain nombre d'éléments de l'intrigue du roman, à commencer par le nombre de personnages importants, leurs caractéristiques physiques, voire mentales pour certains, leur positionnement dans l'intrigue, leur lieu de vie et leurs activités.

Le choix d'un dessin pour orner la couverture permet également à l'éditeur de réaffirmer l'appartenance de cet ouvrage à la catégorie littérature jeunesse. L'insistance autour d'éléments relevant de l'imagerie traditionnelle de la magie, comme la baguette magique, le hibou, le chapeau pointu, le balai volant, le château potentiellement hanté, les branches d'arbre aux pointes acérées et le recours à des couleurs très sombres, permet quant à elle l'ancrage du texte dans le genre fantastique. Nous avons choisi de nous référer, pour l'analyse du choix des couleurs employées sur cette première de couverture, au *Dictionnaire des couleurs de notre temps, Symbolique et société* de Michel Pastoureau. Il explique en effet dans l'introduction à cet ouvrage qu'il souhaitait se « pench[er] sur la place de la couleur dans la société occidentale contemporaine »¹⁷¹, parti pris théorique particulièrement intéressant dans le cadre de nos analyses puisqu'il nous donne accès aux symboliques que recouvrent ces couleurs pour une population occidentale et européenne contemporaine, or nous considérons que les choix formels de la maison d'édition s'adressent à un public spécifique, celui de jeunes lecteurs français entre 1997 et 2011. Nous ne considérons pas que les symboliques associées aux couleurs soient absolues ni qu'elles relèvent de l'évidence, mais bien qu'elles sont dépendantes du contexte culturel, social, historique et géographique dans lequel nous nous inscrivons. Les deux principales couleurs choisies pour cette première illustration renvoient à des imaginaires et à des symboliques relativement négatives : Michel Pastoureau écrit à propos du vert qu'il s'agit d'une couleur à la « mauvaise réputation (puisqu'elle serait) ambivalente : c'est tout à la fois la couleur de la fortune et de l'infortune, de la chance et de la malchance. »¹⁷². Ses symboliques associées, « couleur du Diable et de l'étrange (...), inquiétant », « couleur acide, qui pique et empoisonne »¹⁷³, se rapportent à celles du noir, deuxième couleur la plus importante sur cette première de couverture, « couleur de la mort : enfer, diable, ténèbres », « couleur de la

¹⁷¹ PASTOUREAU Michel, *Dictionnaire des couleurs de notre temps, Symbolique et société*, Collection Images et symboles, Editions Bonneton, page 9

¹⁷² Ibidem, page 199

¹⁷³ Ibidem, page 200

tristesse, de la solitude, de la mélancolie »¹⁷⁴. L'atmosphère générale de la page est donc plutôt sombre. Ce parti pris peut sembler étrange pour une illustration pour la jeunesse. S'il permet de connoter l'atmosphère fantastique et irrationnelle de l'intrigue, il ne traduit cependant pas certaines qualités de l'ouvrage comme le fait qu'il soit « drôle » ou « truffé de rebondissements », ce qui est pourtant mis en valeur en quatrième de couverture. Cet ancrage très fort du texte dans le genre fantastique passe par une grande attention portée au contenu ; ainsi, les principaux éléments de l'histoire sont représentés de manière figurative en première de couverture, ce qui prouve de plus qu'une réelle attention est portée au texte lui-même. L'aspect relativement sombre de la couverture peut correspondre au désir initial de la maison d'édition de toucher des lecteurs de dix ans et plus, et donc d'inscrire le texte en littérature jeunesse plutôt qu'enfantine. Le choix des couleurs est ainsi une manière pour la maison d'édition de positionner le texte dans le paysage de la littérature enfance jeunesse français.

La maison Gallimard semble se faire discrète, puisque l'on ne voit nulle part son logo, contrairement à celui de la collection Folio Junior que l'on voit par deux fois. L'emploi d'un dégradé de couleurs allant du rose vif au bleu foncé en passant par différentes teintes de jaune et de vert sur la barre appartenant à la charte graphique folio junior attire immédiatement l'attention sur cette zone qui se détache tout particulièrement au sein des couleurs sombres choisies pour colorer la première de couverture. Si, en termes d'espace employé sur la page, la présence de la maison d'édition reste modérée, elle n'en est pas moins présente et encadre l'image, lui donnant ses cadres instituant et donc ses possibilités d'existence.

Le message scénique

Cette dernière partie d'analyse nous permettra de dégager les caractéristiques majeures de cette première de couverture perçue comme un ensemble d'éléments fonctionnant en système. Le support utilisé, une cartonnelle souple et relativement fine, ce même que le format réduit de l'ouvrage, connotent bien la qualité limitée qui est celle des ouvrages appartenant à des collections « poches » en France. La première publication de *Harry Potter à l'école des sorciers* ne tablait pas sur une mise en valeur de l'objet par sa collection. Certains éléments de la page sont plus visibles que d'autres du fait du recours à une matière brillante contrastant avec l'aspect mat de leurs voisins. C'est le cas de l'encadré Folio Junior, du nom de l'auteur, du titre de l'ouvrage, de la citation en bas de page et des personnages au premier plan. Les éléments relevant de l'imagerie du fantastique, comme les chapeaux pointus, les robes noires et la chouette Harfang, sont également mis en avant par leur aspect brillant. Nous pouvons voir une mise en avant très nette du travail de l'auteur, de

¹⁷⁴ Ibidem, page 131

l'intrigue, mais également de la maison d'édition. Le cadrage de la page est à ce titre particulièrement pertinent à étudier, puisque c'est la maison d'édition, à travers la charte « Folio Junior », qui établit une démarcation entre le cœur de la première de couverture et l'extérieur de l'ouvrage. La maison d'édition encadre l'ouvrage, l'accompagne dans le corps social et signifie ainsi métaphoriquement qu'elle lui donne ses conditions d'existence.

Les modalités de répartition « texte/image » sur cette première de couverture nous permettent d'observer un certain équilibre entre les éléments iconiques et linguistiques. En effet, si les logos « Folio Junior », le nom de l'auteur, le titre de l'ouvrage ainsi que la citation extraite du texte se cantonnent aux espaces périphériques de la page, ils encadrent l'image et viennent la renseigner. La concentration des couleurs claires au centre de la page invitent l'œil à se concentrer sur le haut du corps des personnages, leurs visages et leurs mains. Cependant, l'abondance d'éléments textuels (ils sont au nombre de cinq) autour de ces figures centrales ne permet pas au regard de l'observateur de se focaliser uniquement sur eux : l'abondance d'éléments sur cette première de couverture est une invitation à une lecture globale. Bien que l'illustration soit très explicite et présente des images stéréotypées de l'univers fantastique, elle ne suffit pas à permettre au spectateur de comprendre le sujet de l'ouvrage. L'alliance du linguistique et de l'iconique permettent bien de faire de l'inconnu un élément plus familier pour un spectateur découvrant cette publication.

La 4ème de couverture

Éléments de dénotation

Cette quatrième de couverture est extrêmement riche en termes d'informations, puisqu'elle comporte à la fois des illustrations légendées, un résumé d'une dizaine de lignes, deux citations extraites de critiques journalistiques, un renvoi au tome suivant ce premier ouvrage et les mentions légales : nom de l'illustrateur, catégorie de lecteurs attendus, code ISBN et code barre.

Le résumé choisi ici est le suivant : « **Harry Potter** est un garçon ordinaire. Mais le jour de ses onze ans, son existence bascule : un **géant** vient le chercher pour l'emmener dans une école de sorciers. Quel **mystère** entoure donc sa naissance et qui est l'effroyable V..., le **mage** dont personne n'ose prononcer le nom ? Voler sur des balais, jeter des sorts, combattre les Trolls : Harry Potter se révèle un **sorcier** vraiment doué. Quand il décide avec ses amis d'**explorer** les moindres recoins de son école, il va se trouver entraîné dans d'extraordinaires **aventures**. »¹⁷⁵. Il se présente dans une police noire et fine et est encadré par deux illustrations représentant des personnages mentionnés dans le

¹⁷⁵ Les mots mis en gras le sont également sur la quatrième de couverture, et s'affichent dans une couleur marron.

texte, à savoir « Harry attend(ant) les leçons de vol avec impatience » et « Le géant Hagrid, Gardien des Clés ».

Nous pouvons lire directement en dessous de ce résumé, à droite d'un visuel de la couverture du « deuxième volume des aventures de Harry Potter », deux critiques extraites d'articles de presse retranscrites ici en noir, dans une police italique : « *Un livre génial, drôle, truffé de rebondissements. Un livre qu'on a envie d'offrir à tous ses copains.* » (La Croix), « *J.K Rowling a la plume allègre et malicieuse. Son goût de la fantaisie est communicatif. Son sens du suspense vous laisse haletant.* » (Le Monde).

Les derniers éléments présents sur cette quatrième de couverture sont les mentions juridico légales concernant l'âge minimum de lecture (« à partir de 10 ans »), l'identité de l'illustrateur (« Jean-Claude Gotting »), les code ISBN, le code barre et la catégorie d'appartenance de l'ouvrage. Le même bandeau noir et multicolore comprenant par deux fois la mention « folio junior » que nous évoquions au sujet de la première de couverture est présent ici également.

Phase d'analyse

Le message linguistique

Nous pouvons voir se dessiner trois axes majeurs à travers l'analyse de cette quatrième de couverture. Tout d'abord, nous pouvons observer un désir de la part de la maison d'édition de souligner certains aspects du texte, ce qui revient à une forme de catégorisation de l'ouvrage en fonction de son contenu. Ainsi, les mots mis en valeur par l'éditeur à travers le recours à une police grasse et à une couleur différente des autres renvoient à l'univers fantastique et mystérieux qui est celui que nous décrivions au sujet de la première de couverture : « Harry Potter », un nom aux consonances anglaises, sonnera de manière étonnante aux oreilles du lecteur qui ne connaît pas ce personnage, et renverra immédiatement à l'univers des sorciers pour le lecteur familier de l'intrigue. Les mots « géant », « mage » et « sorcier » connotent tous l'univers de la sorcellerie. Quant aux mots « mystère », « explorer » et « aventures », ils permettent d'ancrer cette fiction dans une deuxième catégorie, celle du roman d'aventures. Ces deux axes de catégorisation sont tous les deux caractéristiques de la littérature enfance jeunesse, secteur auquel tout, dans ce résumé, renvoie. Ainsi, on note le recours à des embrayeurs de discours très simples, comme le « mais », les points de suspension et d'interrogation pour convoquer le mystère, la démonstration par l'exemple se manifestant par le recours aux deux points. Les légendes présentes en dessous des deux « portraits » de personnages sont purement illustratives et redondantes par rapport à l'image auxquelles elles renvoient. Il est par exemple écrit sous un dessin de Harry tenant un balai : « « Harry attendait les

leçons de vol avec impatience » ». Nous pouvons noter la simplicité du renvoi en même temps qu'une nouvelle marque d'insistance sur l'univers fantastique de la série. La parole instituée sur cette quatrième de couverture au sujet du texte et de son contenu semble clairement destinée à des enfants.

Cette instance destinatrice du discours imaginée par l'émetteur évolue quelque peu avec les autres éléments linguistiques de cette quatrième de couverture. Ainsi les extraits de critique journalistique comportent un vocabulaire beaucoup plus riche et complexe (nous pouvons par exemple citer « truffé », « rebondissements », « allègre », « suspense », « haletant ») avec lequel un lecteur de « 10 ans » ne sera pas nécessairement familier. La maison d'édition s'adresse ici, à travers ces citations de textes dont elle n'est pas l'auteur, à un destinataire plus âgé auprès de qui elle voit la nécessité de justifier de la qualité du texte qu'elle propose. L'instance émettrice est la même sur l'ensemble de cette page, mais les destinataires qu'elle imagine être les siens évolue d'un lieu à l'autre de cet espace.

Les éléments de « signature » de cette quatrième de couverture, et de l'ensemble de l'ouvrage, par la maison d'édition, encadrent l'ensemble de la page. La mention « folio junior » est ainsi présente en haut de la page, puis à la gauche des textes ; la charte graphique de la collection encadre littéralement cette quatrième de couverture à travers la bande noire puis multicolore que l'on voit en haut et à droite de la page ; enfin, le visuel de la première de couverture du tome Deux des aventures de Harry Potter, le code barre, le code ISBN, et la catégorisation viennent orner le bas de la page comme une authentique signature le ferait, réaffirmant la prise de parole par la maison d'édition de manière tout à fait indirecte et subtile. L'acteur maison d'édition réaffirme sa présence de manière si discrète que l'on ne s'en aperçoit presque pas. Mais cette douceur dans la prise de parole ne lui en confère que plus d'autorité, puisqu'elle ne suscite aucun désir de la contester de par sa discrétion même.

Le message iconique

La disposition des différents éléments sur la page permet de déduire une forme de hiérarchisation des contenus développés ici. En termes d'espace occupé et de visibilité, le résumé est premier, soutenu de plus par deux illustrations légendées. Les éléments renvoyant à des instances extérieures à la maison d'édition (ici, la parole médiatique de la presse) arrivent en deuxième position de par leur apparence formelle, les guillemets et la police italique les rendant particulièrement visible. Nous avons choisi de placer les éléments renvoyant directement à la maison d'édition en troisième position car, bien que très présents, redondants et donc particulièrement martelés par l'instance émettrice, ils sont placés à la périphérie de la page (en haut, en bas et sur le côté).

De plus, ce dont on peut penser qu'il donne une visibilité particulière à la maison d'édition et à son travail, à savoir le visuel de la couverture du tome II : *Harry Potter et la chambre des secrets*, finit par valoriser un autre acteur de la chaîne éditoriale : l'illustrateur, Jean Claude Gotting, dont le nom est mentionné directement en dessous du visuel. Figure de référence dans l'univers de l'illustration pour la littérature enfance jeunesse, cet acteur permet à la maison d'édition d'ancrer encore un peu plus l'ouvrage dans ce genre tout en lui conférant une certaine légitimité liée à l'autorité de la figure choisie pour l'illustrer.

Le message scénique

Les données physiques de cette quatrième de couverture sont les mêmes que pour la première de couverture : nous retrouvons le format poche caractéristique des éditions Folio Junior, ainsi que l'articulation entre des textures mates et brillantes. Les éléments mis en valeur par une texture brillante sont ici le cadre « Folio Junior », les éléments iconiques tels que les dessins de personnages et la première de couverture du tome Deux de la série *Harry Potter*, et les mots clés mis en valeur dans le résumé.

Les éléments de scénographie d'ensemble sont les plus intéressants à étudier ici. Nous observons en effet une intéressante alliance entre des éléments iconiques et linguistiques dans un espace normalement consacré à la présentation textuelle d'un ouvrage, puisqu'il s'agit de la quatrième de couverture, siège consacré du résumé. Les éléments textuels, répartis en quatre grands blocs (le logo Folio Junior, le résumé, les critiques journalistiques et les mentions juridico-légales) sont ainsi encadrés par des éléments iconiques : le cadre Folio Junior, les portraits en pied de personnages ou encore la reproduction de la première de couverture du tome Deux. Cela est à nos yeux significatifs de deux éléments centraux : la volonté d'illustrer le propos de manière à rendre connus et facilement identifiables des éléments encore inconnus du grand public, comme Harry Potter, Hagrid, ou encore les couloirs de l'école, mais aussi de connoter la dimension jeunesse de l'ouvrage. Les textes illustrés sont généralement ceux réservés aux enfants qui ont besoin d'éléments de distraction mais également de compréhension explicites et clairs. La couleur est également un élément capital de cette quatrième de couverture : la mise en valeur de mots clés dans le cœur du résumé passe ainsi par la brillance mais également par la couleur marron qui leur est appliquée. La scénographie générale de cette quatrième de couverture en contraint la lecture en invitant le regard à se concentrer sur les touches lumineuses et colorées à qui il est accordé plus d'espace sur la page.

Conclusion pour ce premier ouvrage

Nous avons pu observer une mise en valeur répétée de l'appartenance de ce roman à un genre spécifique, celui de la littérature fantastique. Cette mise en valeur passe par le recours à une série de mots clés, que ce soit dans le titre ou dans le résumé présent en quatrième de couverture, l'ancrage du texte dans un contexte international valorisant avec le soulignement des sonorités anglaises du nom de l'auteur ou de celui du personnage principal, la représentation en plusieurs endroits de la couverture d'éléments traditionnellement associés à l'imagerie fantastique ou encore le choix des couleurs principales de la page.

Cette couverture permet également à la maison d'édition de mettre en avant l'appartenance du texte au domaine de la littérature enfance jeunesse. L'omniprésence de la charte graphique Folio Junior, qui se positionne comme le cadre instituant de la couverture dans le sens où elle encadre la page, ainsi que la répétition par quatre fois du logo Folio Junior, sont deux éléments principaux de cette stratégie d'ancrage. La forte présence de l'illustratif et du dessin couplée à la valorisation de la figure de l'illustrateur vient renforcer cette démarche. Les mots clés mis en valeur par une police grasse et l'âge de lecture suggéré en quatrième de couverture sont deux autres éléments nous permettant d'étayer notre propos.

Cette deuxième stratégie d'ancrage du texte pourrait conduire à une mise en valeur de la maison d'édition Gallimard Jeunesse à travers l'ouvrage qu'elle promeut, mais ce n'est pas le cas. Nous observons au contraire une très grande discrétion de cet acteur, qui n'appose son logo à aucun endroit de la page. Au contraire, nous pouvons observer une valorisation des autres acteurs du secteur du livre, comme la figure de l'illustrateur, ou encore le recours à des instances légitimantes extérieures à la maison d'édition, comme les articles de presse. Cela n'empêche pas la maison d'édition d'insister sur l'appartenance de l'ouvrage au paysage de l'édition français, avec une mise en valeur de la charte graphique très colorée de Folio Junior sur le fond très sombre de la couverture ou encore la prise d'initiatives telles que la modification du titre original du texte.

L'intrigue et les personnages de l'histoire constituent la clé de voute de l'ensemble de cette couverture, que ce soit à travers les illustrations choisies ou les procédés rhétoriques employés (martellement des noms de personnages, de leurs activités, de leur environnement). C'est bel et bien le contenu de l'histoire qui est mis en valeur ici. La figure de légitimation du texte n'est pas son auteur, dont la présence est très discrète voire invisible. La maison d'édition, si ce n'est par l'encadrement concret de la publication, ne manifeste pas non plus sa présence de manière appuyée. Elle renvoie à des instances extérieures pour justifier de la qualité de l'ouvrage publié et ne prend pas parti. Que ce soit en première de couverture ou en quatrième de couverture, nous observons bien une mise en valeur de l'intrigue, qui passe à la fois par le choix d'un titre très explicite, la présence d'une citation extraite du texte, la représentation précise et figurative des personnages et de l'univers de l'histoire ou encore l'aspect très descriptif du résumé. Le choix du titre est

particulièrement intéressant à évoquer dans le cadre de cette sous-hypothèse, puisque l'évolution de sa présentation formelle sera l'un des grands axes de nos analyses à venir. L'intégration d'un nom propre au titre de l'ouvrage nous semble capitale. Dominique Maingueneau dans *Analyser les textes de communication* revient sur les caractéristiques du nom propre et écrit : « « La description définie est une désignation indirecte, puisqu'elle passe par des propriétés, le signifié du nom, pour accéder au référent ; en revanche, le nom propre désigne directement son référent. (...) Les noms propres (...) en effet ne disent rien sur les caractéristiques des individus qu'ils désignent. (...) Pour qu'il y ait un nom propre il faut qu'à un moment donné ce nom ait été attribué par des gens à un certain référent, qu'il y ait eu ce que certains philosophes du langage appellent un « acte de baptême » »¹⁷⁶. Si le nom propre ne dit rien de l'objet auquel il renvoie, il est bel est bien nécessaire de travailler à des éléments permettant l'identification de l'ouvrage, de rendre connu des inconnus du grand public, en insistant sur la figure du personnage principal, représenté iconiquement à trois reprises à travers sa présence sur la première de couverture, son portrait en pied en quatrième de couverture et sa représentation sur la première de couverture du tome Deux qui est également reproduite en quatrième de couverture. De même, la représentation d'éléments emblématiques du monde de la sorcellerie permet bien au spectateur de situer l'ouvrage dans un genre précis, le fantastique. Nous verrons, grâce à l'analyse des choix formels faits pour les éditions et collections suivantes, si ces éléments évoluent de manière à confirmer les hypothèses que nous exprimions en exergue de ces premières analyses.

¹⁷⁶ MAINGUENEAU Dominique, *Analyser les textes de communication*, ICOM, Armand Colin, réédition de 2012, première parution 1998, page 219

Annexe 4 : Visuels des sites internet analysés en deuxième partie

A) Gallimard Jeunesse



Fig. 27 Résultats de la recherche Site Gallimard Jeunesse, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien http://www.gallimard-jeunesse.fr/searchjeunesse/advanced?all_title=Harry+Potter&age=&category=&SearchAction.x=25&SearchAction.y=16&SearchAction=Ok

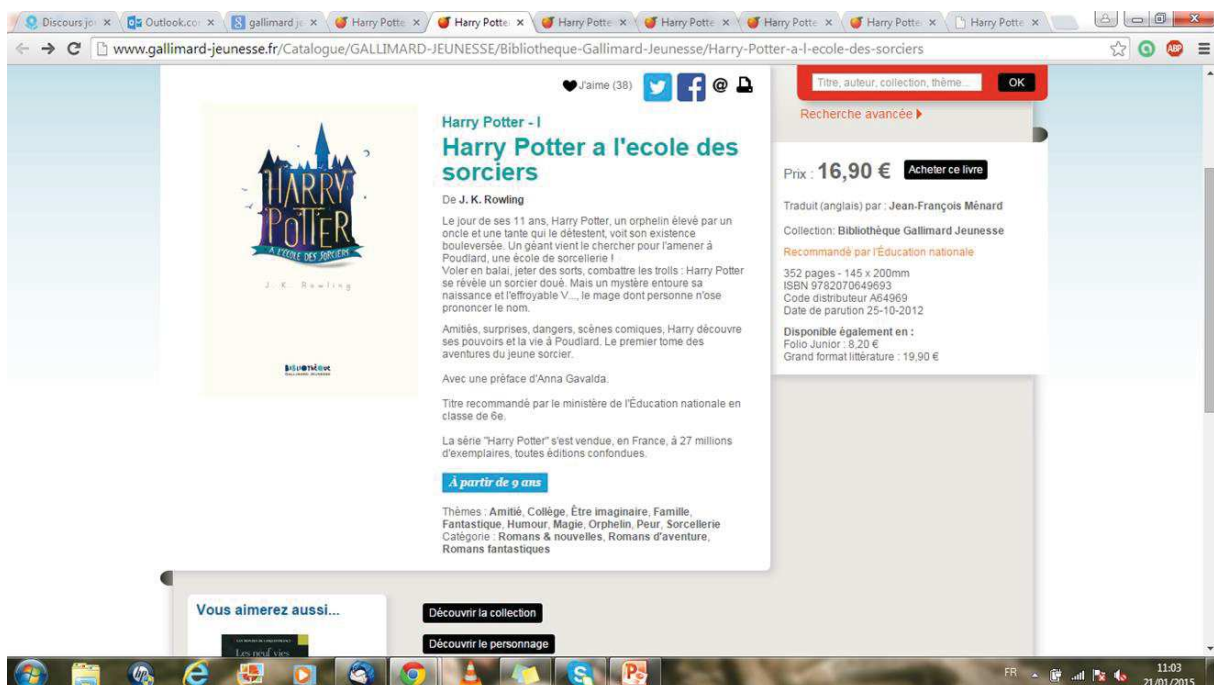


Fig. 28 Collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

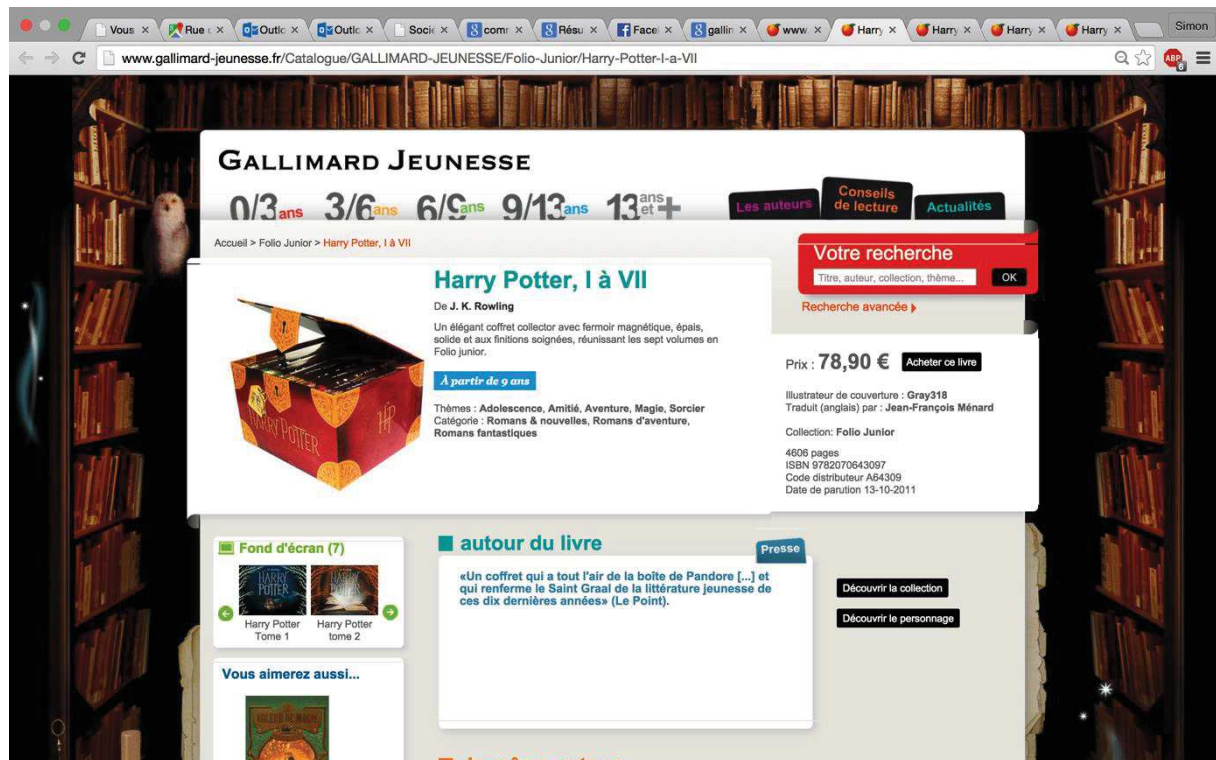


Fig. 29 Coffret I à VII Folio Junior 2011, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-I-a-VII>



Fig. 30 Folio Junior Edition 2011, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>



Fig. 31 Grand Format Littérature, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

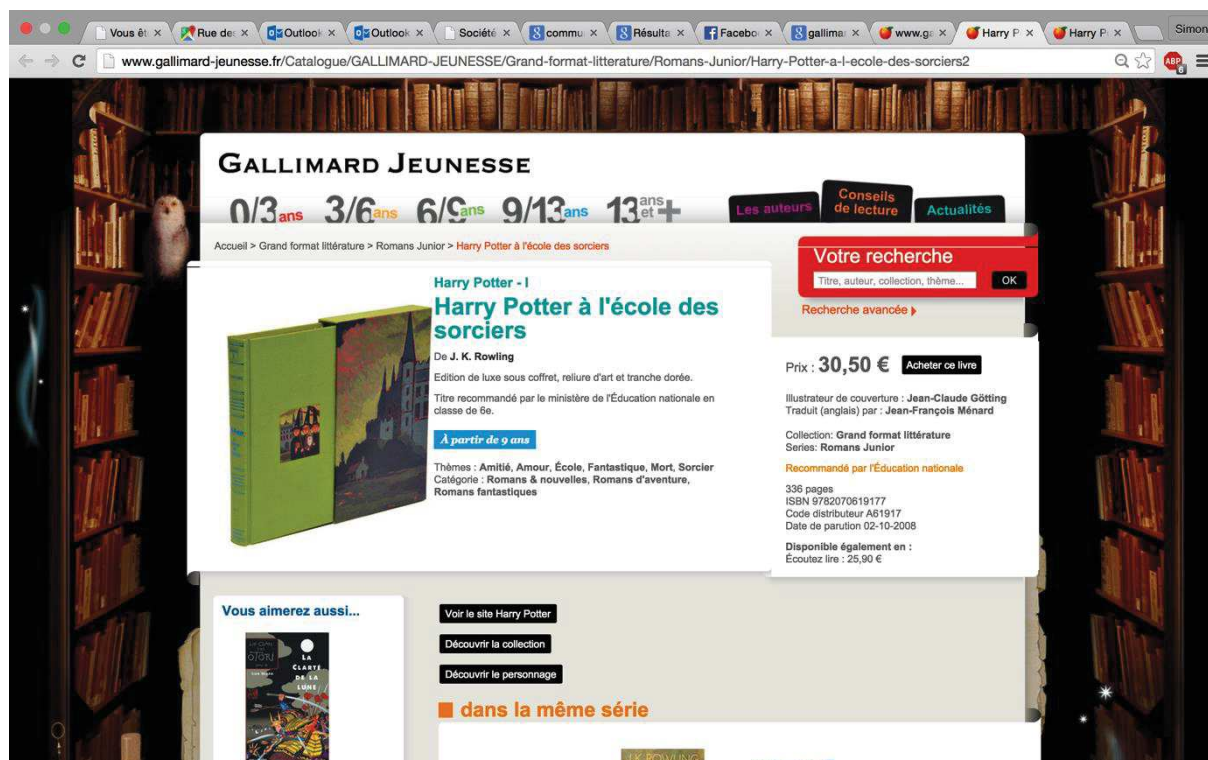


Fig. 32 Collection de Luxe, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard-jeunesse.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>

B) Gallimard



Fig. 33 Résultat de la recherche site Gallimard, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien http://www.gallimard.fr/searchinternet/advanced?all_title=Harry+Potter+a+l%27ecole+des+sorciers&SearchAction=1&SearchAction=ok

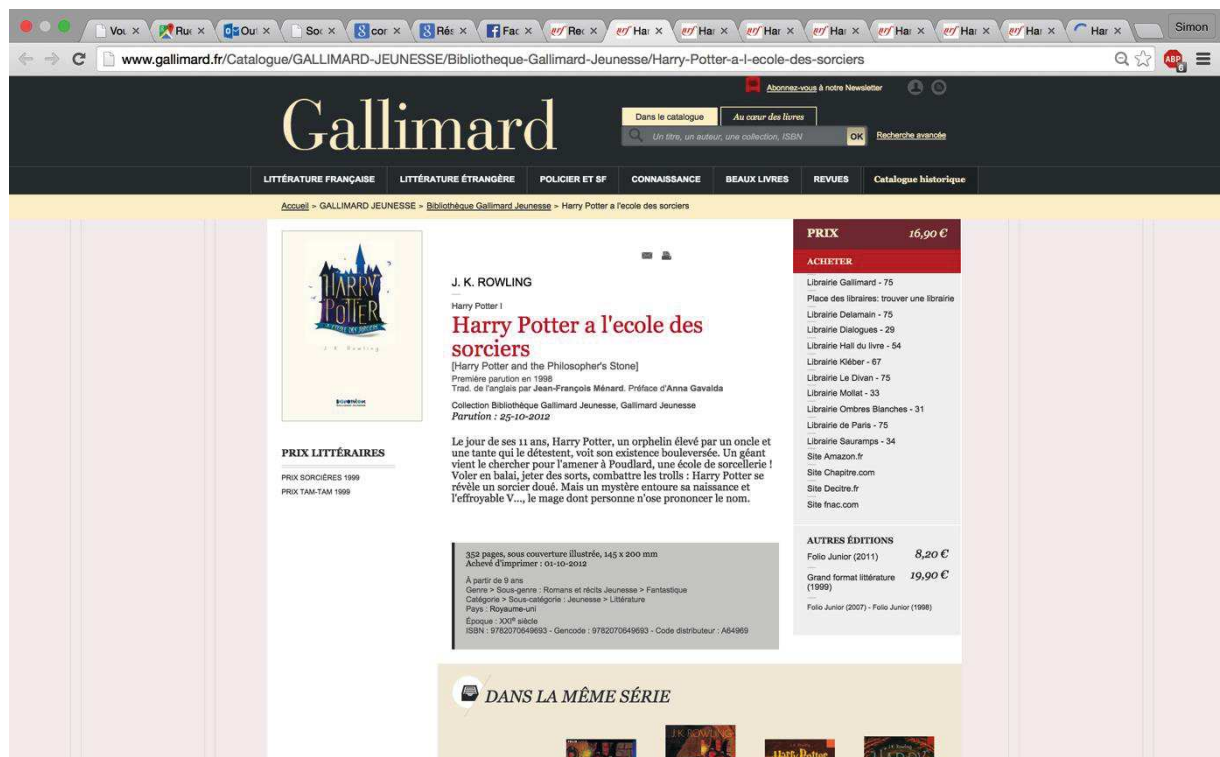


Fig. 34 Collection Bibliothèque Gallimard Jeunesse, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Bibliotheque-Gallimard-Jeunesse/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

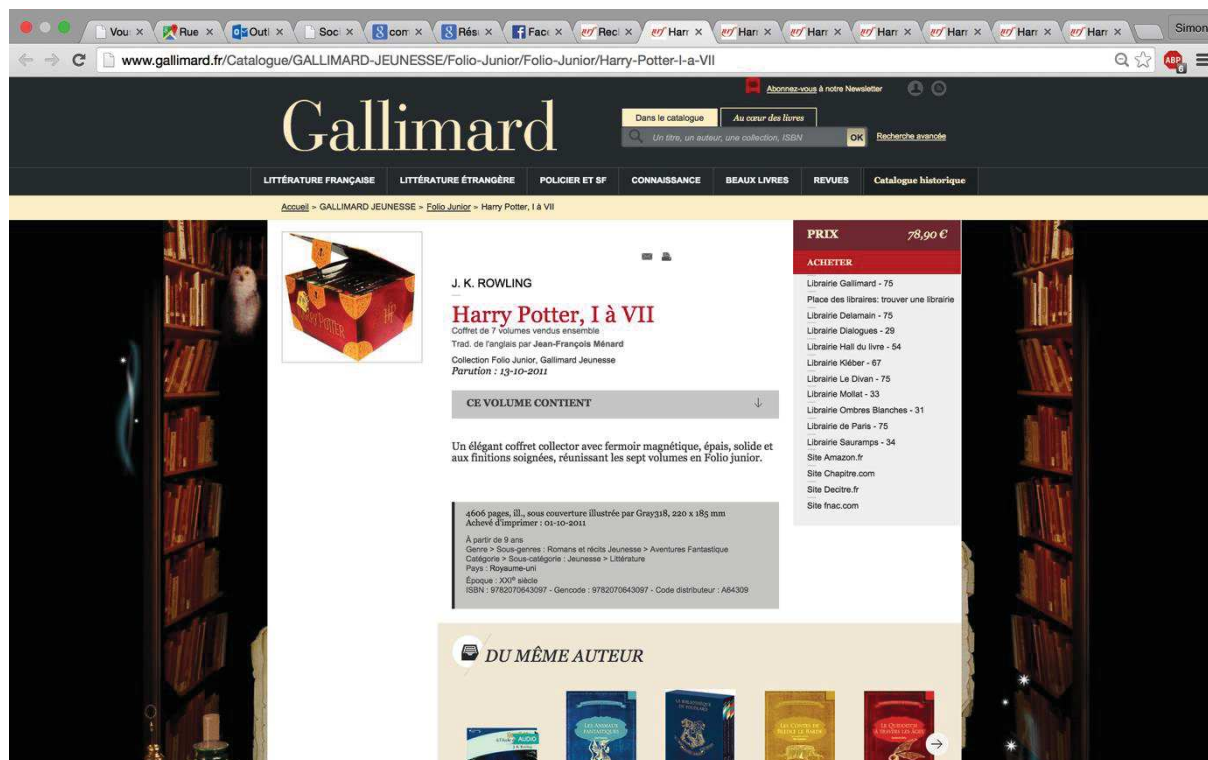


Fig. 35 Coffret collector 15 ans, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-I-a-VII>



Fig. 36 Folio Junior 2ème édition, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

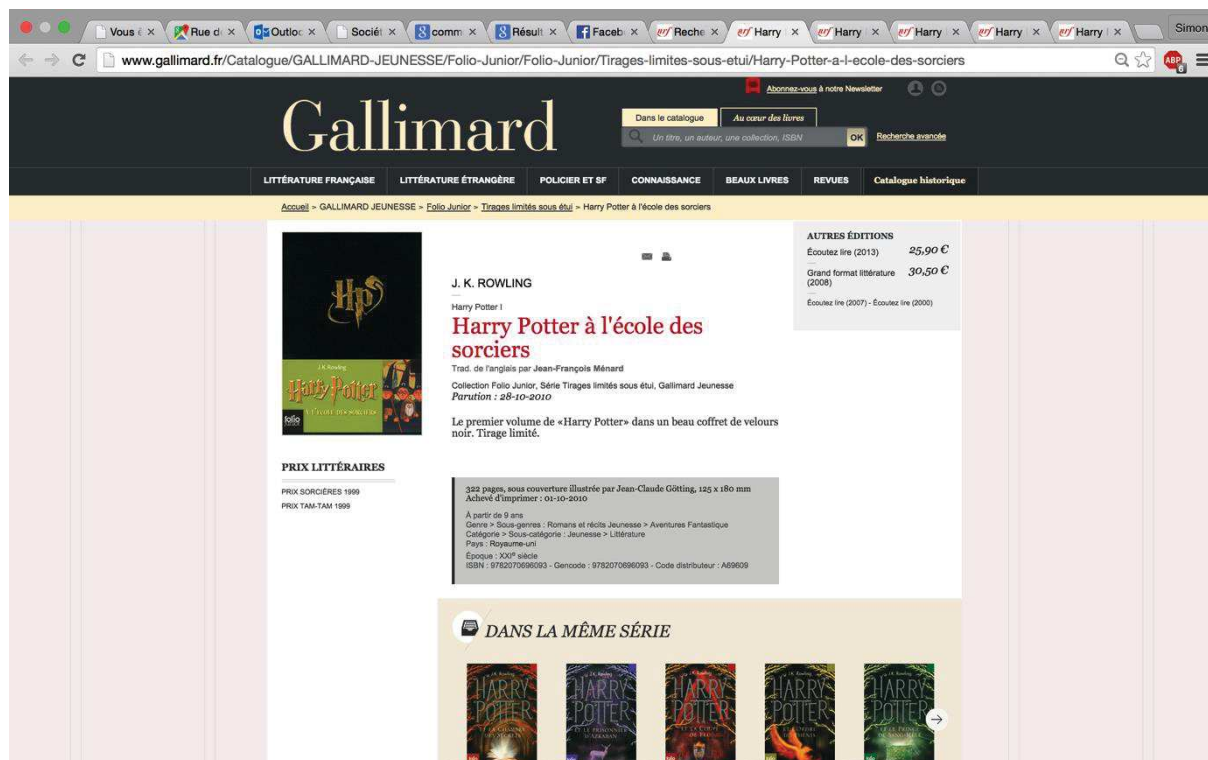


Fig. 37 Coffret collector Folio Junior édition 2007, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Tirages-limites-sous-étui/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

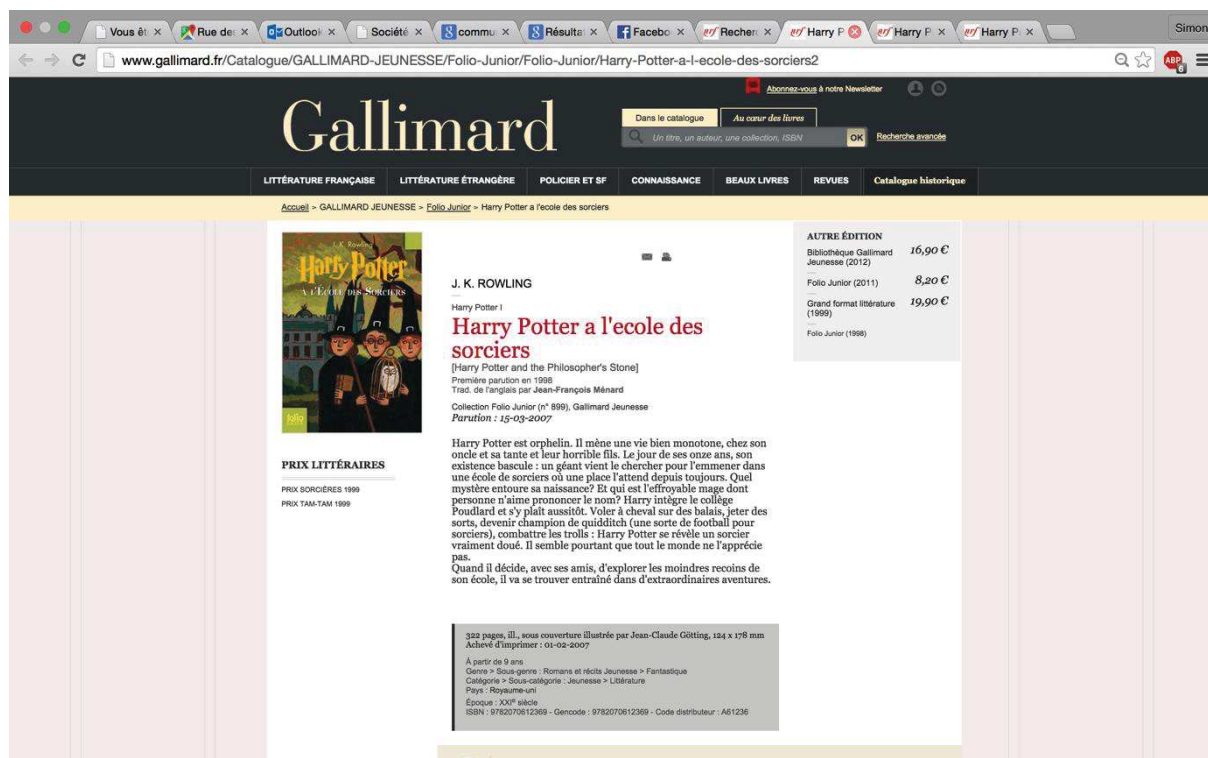


Fig. 38 Folio Junior 3ème édition, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>



Fig. 39 Folio Junior 4ème édition, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Folio-Junior/Folio-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers3>



Fig. 40 Grand Format Littérature, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers>

The screenshot shows the Gallimard website interface. At the top, there is a navigation bar with the Gallimard logo and a search bar. Below the navigation bar, there are several tabs for different categories: LITTÉRATURE FRANÇAISE, LITTÉRATURE ÉTRANGÈRE, POLICIER ET SF, CONNAISSANCE, BEAUX LIVRES, REVUES, and Catalogue historique. The main content area features the book 'Harry Potter à l'école des sorciers' by J.K. Rowling. The book cover is displayed on the left. To the right of the cover, the title and author are listed, along with the price of 39.50 €. Below the title, there is a section for 'PRIX LITTÉRAIRES' and a list of participating bookstores under the heading 'ACHETER'. The book is described as a 'Collection Grand format littérature, Série Romans Junior, Gallimard Jeunesse' and is an 'Edition de luxe sous coffret, reliure d'art et tranche dorée'. The page also includes a 'DANS LA MÊME SÉRIE' section with a carousel of other books in the series.

Fig. 41 Collection de Luxe, page consultée le 30 avril 2015, disponible grâce au lien <http://www.gallimard.fr/Catalogue/GALLIMARD-JEUNESSE/Grand-format-litterature/Romans-Junior/Harry-Potter-a-l-ecole-des-sorciers2>

Annexe 5 : Tableaux types mis en place pour l'analyse des sites internet étudiés en deuxième partie

Nous présentons ici deux tableaux « types » élaborés lors de la phase exploratoire de l'analyse des espaces d'expression en ligne de Gallimard Jeunesse et de Gallimard. Nous avons analysé chacune des pages sélectionnées à l'aide de cet outil que nous avons mis en place en prenant en compte les caractéristiques de chacun de ces deux espaces.

A) Site Gallimard Jeunesse

Espace observé	Eléments de dénotation	Eléments de connotation
Objet-livre	Nom	
Lien vers la page internet	Lien	
Les bandeaux		
Bandeau d'accueil	Logo Gallimard Jeunesse en noir sur fond blanc, à gauche de la page, police de grande taille. A sa droite, en très petit, nous pouvons observer trois pictogrammes ayant chacun une catégorie associée : une enveloppe pour les « newsletters », trois petites flèches pour « partager ce site », des barres de connectivité pour « RSS » En dessous de ces éléments, nous observons une première barre de recherche par âge de lecture (« 0/3 ans, 3/6 ans, 6/9 ans, 9/13 ans 13 ans et + »). A la droite de cette barre de recherche, dans des encadrés de couleur noire qui se détachent clairement du fond blanc, nous découvrons trois catégories, présentées dans trois couleurs différentes : « les auteurs », « conseils de lecture » et « actualités ».	
Deuxième Bandeau	Accueil > Bibliothèque Gallimard Jeunesse > Harry Potter a l'ecole des sorciers	
Premier Encadré : Présentation de l'ouvrage lui même		
Réseaux Sociaux	Pictogramme cœur, avec la mention « j'aime » à sa droite et le nombre de personnes ayant aimé; il suffit de cliquer pour augmenter le nombre de « j'aime ». Cette modalité n'est pas précisée et il n'est pas possible de revenir en arrière une fois le clic effectué. Pictogramme twitter Pictogramme Facebook Pictogramme @ pour « envoyer à un ami » Pictogramme feuille pour « imprimer »	
Visuel		

Titre		
Auteur		
Résumé		
Commentaire		
Précisions au sujet de l'objet-livre (spécificité de la collection, instances légitimantes convoquées, catégorisation, autre)		
Deuxième encadré : Les modalités de recherche sur le site		
Recherche	Bandeau rouge très visible sur le fond gris offrant les possibilités d'une recherche selon « titre, auteur, collection, thème » et qui renvoie à l'intégralité du site internet Ce bandeau surmonte la mention « recherche avancée »	
Troisième encadré : Précisions au sujet de l'objet-livre		
Ancrage économique et commercial	Mention « Prix » suivie du prix de l'objet lui-même rédigé dans une police de même couleur mais d'une taille beaucoup plus imposante et par conséquent très visible. A la droite de ce prix on trouve un petit encadré noir très visible sur le fond blanc avec la mention « acheter ce livre »	
Caractéristiques et spécificités de l'ouvrage		
Quatrième encadré : Complément d'informations		
Complément d'informations sur la collection		
Complément d'informations sur la série	Encadré « Vidéos » avec 11 vidéos à visionner concernant « 1) les premières impressions à la lecture du tome 1 2) répondre à l'impatience des lecteurs 3) Dans les secrets d'un traducteur 4) Traduction des noms propres 5) Une saga universelle et so british 6) Les sources d'inspiration de	

	<p>J.K Rowling 7) L'identification des lecteurs au jeune sorcier 8) « Harry Potter » école de la tolérance ? 9) Une nouvelle génération de lecteurs 10) Un souffle nouveau pour les écrivains « jeunesse » 11) Pourquoi avoir changé le titre du tome 1 en français ? »</p> <p>Encadré « fonds d'écran » avec des images à enregistrer reprenant les premières de couverture de la collection Folio Junior 2011</p> <p>Encadré « autour du livre » avec des extraits de critique journalistique, ici « <i>'Harry Potter vous ensorcelle dès les premiers paragraphes et vous procure un sentiment continu de jubilation. Un bonheur !' ("Le Monde")</i>. <i>'La Pottermania frappe les adultes. Il y a beaucoup d'aspects improbables dans le phénomène Harry Potter. Qui aurait pu croire, par exemple, qu'il réconcilierait avec la lecture autant d'enfants –surtout des garçons– qui, au bout de 300 pages, jubilent et en redemandent?... Mais le plus étonnant, c'est peut-être que beaucoup d'adultes "marchent" aussi' ("Le Monde")</i>. <i>'Le jeune Potter est bien parti pour devenir une star de la littérature' ("Télérama")</i>. <i>«Les adultes s'y sont mis, car J. K. Rowling sait mieux que personne réveiller et charmer l'enfant qui est en chacun de nous» ("Elle")</i>. <i>«Après les enfants, les adultes s'arrachent les aventures du sorcier Harry Potter» ("Le Monde de l'éducation"). »</i></p> <p>Encadré noir cliquable de petite taille « Voir le site Harry Potter » qui dirige vers le site hybride http://www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/index.php</p> <p>Encadré noir cliquable de petite taille « Découvrir le personnage » (lien vers une autre page du site gallimard jeunesse affichant une fiche personnage, un résumé de l'œuvre, des visuels des éditions françaises...)</p> <p>Encadré blanc de grande taille « Dans la même série » (menu déroulant, avec 7 onglets, présentant les différentes éditions du tome Un et quelques exemples de tomes suivants)</p>	
<p>Complément d'informations sur la maison d'édition</p>	<p>Encadré « listes de lectures associées » comportant trois liens cliquables « La bibliothèque idéale de Christophe Mauri (dès 3 ans) » « Mes années collège (dès 9 ans) » « Du roman au grand écran (dès 6 ans) »</p> <p>Encadré blanc de grande taille comportant des propositions de lectures : « Vous aimerez aussi » avec la proposition de 3 œuvres, pas de menu déroulant</p>	

Le fond		
Dimension visuelle de la page	<p>Nous pouvons voir en fond de cette page internet une bibliothèque de vieux livres reliés plein cuir au milieu desquels se sont glissés quelques éléments de l'imagerie fantastique comme une chouette harfang, des volutes de fumées bleues, de petites étoiles.</p> <p>Ce fond correspond en réalité à la page d'accueil du site internet http://www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/index.php</p> <p>Nous pouvons lire cette mention apposée à la verticale en bas de page « Harry Potter Publishing Rights (c) J.K.R. Harry Potter characters, names and related indicia are trademarks of and (c) Warner Bros. Ent. All Rights Reserved »</p>	
Mentions légales en bas de page	<p>Contacts Enseignants Presse Librairies Foreign rights Mentions légales Plan du site Editions Gallimard</p> <p>Tous nos sites (choisir un site)</p> <p>Téléchargez nos catalogues</p> <p>Suivez nous sur les réseaux Facebook Twitter Youtube Dailymotion (pictogrammes associés à chaque fois)</p>	
Empagement général	(agencement des encadrés, couleurs utilisées, matières mimées, éclairage, articulation iconique/linguistique)	

B) Site Gallimard

Espace observé	Éléments de dénotation	Éléments de connotation
Objet-livre	Nom de l'objet-livre	
Lien vers la page internet	Lien vers la page	
Les bandeaux		
Bandeau d'accueil : Accueil et recherche (fond noir)	<p>- Logo Gallimard affiché dans une police de très grande taille, dans une couleur beige rosée se démarquant radicalement du fond noir de ce premier bandeau d'accueil.</p> <p>- A la droite de ce premier logo, nous pouvons observer deux espaces. En haut de page, la phrase « <u>Abonnez-vous</u> à notre Newsletter » (Abonnez-vous étant cliquable), inscrite dans la même couleur beige rosée que le logo, est encadrée de pictogrammes renvoyant à des actions proposées à l'utilisateur. L'enveloppe rouge inscrite sur une forme imitant un ruban d'un rouge plus clair précédant la mention n'est, elle, pas cliquable. En revanche, tous les pictogrammes gris clairs présents à la droite de la mention « Abonnez vous » sont cliquable. Le petit « f » de facebook renvoie à la page facebook, le petit « t » de twitter à la page twitter, le dessin d'un buste</p>	

	<p>permet de « partager la page ». Enfin, le dessin d'une borne wifi permet de s'abonner aux flux rss.</p> <p>- Le dernier espace de cette page est l'onglet de recherche permettant de naviguer sur l'ensemble du site en fonction d'une demande précise. L'utilisateur peut effectuer sa recherche « dans le catalogue » ou bien « au cœur des livres » en fonction de ses préférences. Il lui suffit pour cela de cliquer sur l'un des deux onglets situé au-dessus de la barre de recherche. L'onglet choisi s'affiche dans la couleur beige rosée du logo et l'écriture apparait en noir, l'onglet délaissé apparait noir et l'écriture beige rosée. La barre de recherche elle-même se détache du fond noir de la page par sa couleur gris clair. Une petite loupe suivie de la mention rédigée en gris clair et en italique « <i>un titre, un auteur, une collection, ISBN</i> » permet de savoir où entrer sa demande. Enfin, le bouton « OK » inscrit dans une couleur dégradée de gris et de beige rosée permet de lancer la recherche. Un lien cliquable « Recherche avancée » à la droite de ce bloc permet de quitter l'espace de la page pour accéder à une page consacrée à la recherche d'ouvrages.</p>	
Deuxième Bandeau : Recherche par thème (fond noir)	<p>Sur ce premier bandeau se détache un deuxième bandeau séparé du reste par des traits extrêmement fins de couleur grise. Ces traits constituent des cases, dans lesquelles viennent s'inscrire dans une police de couleur blanche, en lettres capitales et grasses, des noms de catégories : « LITTERATURE FRANCAISE », « LITTERATURE ETRANGERE », « POLICIER ET SF », « CONNAISSANCE », « BEAUX LIVRES », « REVUES ». Une dernière case, séparée des autres par un double trait et également par l'usage d'une police différente pour son contenu (police grasse minuscule affichée en beige rosé). Elle permet, par un lien cliquable, d'accéder au « Catalogue historique ».</p>	
Troisième Bandeau : catégorisation (fond beige rosé)	<p>Un dernier bandeau vient clore cette succession d'espaces d'accueil et de recherche : il se démarque de ses prédécesseurs par sa couleur beige rosée, et son texte faisant alterner liens cliquables (signifiés par des mots soulignés), catégories en majuscules, et titre des ouvrages en minuscule. Il s'agit ici d'indiquer l'emplacement de l'ouvrage consulté dans le paysage du site.</p>	
Premier Encadré : Présentation de l'ouvrage lui-même (fond crème)		
Visuel	<p>Sur ce site, contrairement à celui de Gallimard Jeunesse, le visuel est le premier élément de cet encadré à apparaître (eut égard au sens de lecture occidental). C'est en effet l'élément placé le plus en haut et à gauche de cet encadré, la ligne démarquant son inscription étant l'élément le plus haut de cet espace.</p>	
Prix littéraire	<p>Juste en dessous de ce visuel nous pouvons observer le renvoi aux prix littéraires obtenu par l'ouvrage, ce qui constitue également une nouveauté par rapport au site</p>	

	<p>Gallimard Jeunesse. Cet élément est rendu particulièrement visible du fait de son emplacement (en dessous du visuel qui est lui-même l'élément le plus visible de la page) et de sa police (les mots « PRIX LITTÉRAIRES » sont affichés dans une police grasse, en lettres majuscules, de couleur noire, ce qui leur permet de se détacher du fond crème de la page ; deux barres très fines séparent cette mention du détail des prix, eux même affichés dans des lettres capitales de couleur gris clair très visible sur le fond crème)</p>	
Diffusion et Réseau sociaux	<p>A la droite de ces deux premiers éléments, placés tout en haut de l'encadré, nous pouvons découvrir sous forme de pictogrammes des éléments reliant cette page interne au reste du web. Tous renvoient à des liens cliquables. Une petite enveloppe permet de « partager cet entretien », le dessin d'une feuille sortant d'une imprimante permet d'« imprimer » la page, l'onglet affichant l'oiseau bleu de twitter et la mention « tweeter » permet de mentionner le contenu de la page sur twitter et l'onglet affichant le bleu emblématique de facebook, son logo (le petit « f ») et la mention « J'aime » permettent de liker la page sur facebook. Les formes de ces deux derniers onglets renvoient aux formes officielles choisies par les deux sites extérieurs pour leur identité graphique.</p>	
Nom de l'auteur	<p>Il est intéressant de voir qu'ici, contrairement à ce que nous observons sur le site Gallimard Jeunesse, le nom de l'auteur apparaît en premier. De même, la forme dans laquelle le nom de l'auteur est mentionné est radicalement différente et contribue à une visibilité bien plus grande de cet acteur : les mots « J. K. ROWLING » sont affichés en lettres capitales, très fines et élégantes, dans un noir permettant à ce nom de ressortir vivement du fond crème de la page.</p> <p>Il n'est plus mentionné que l'ouvrage est « de J.K. Rowling », comme cela était le cas sur le site Gallimard Jeunesse. Ici, le nom de l'auteur est lâché sur l'espace de la page sans déterminant indiquant le lien de causalité existant entre l'auteur et l'ouvrage mentionné. Ce lien semble évident et n'est pas remis en question par une précision qui pourrait induire un doute sur le statut de la figure évoqué en haut de page.</p>	
Le titre	<p>Le titre, séparé du nom de l'auteur par un très petit trait extrêmement fin (à l'instar de ceux qui séparaient le détail des prix littéraires de la mention « prix littéraires ») est affiché selon des modalités proches de celles choisies pour le site Gallimard Jeunesse. Le numéro de l'ouvrage dans la série « Harry Potter I », inscrit dans une police gris clair, en lettres minuscules et sans aucune graisse, précède le titre complet « Harry Potter à l'école des sorciers », inscrit dans une police de très grande taille (la police la plus imposante de la page si l'on excepte le logo Gallimard en haut de</p>	

	<p>page) d'une couleur rouge bordeau reproduite en deux seuls autres endroits de la page. En plus de permettre à ces quelques mots de ressortir violemment du fond crème de cet espace, cette couleur leur confère un statut d'exception.</p> <p>Enfin, et cela n'était pas spécifié à cet endroit sur le site Gallimard Jeunesse, nous trouvons la mention du titre anglais de l'ouvrage, affiché dans une police gris clair discrète et mentionné entre crochets, comme s'il s'agissait d'un élément secondaire et annexe : « [Harry Potter and the Philosopher's Stone] ». Le détail lié à ce titre, à savoir qu'il s'agit d'une traduction, est disponible juste en dessous de ce titre, dans la même police gris clair très discrète : « Première parution en 1998 Trad. De l'anglais par Jean-François Ménard. » Nous voyons la mise en valeur de l'origine de l'ouvrage AINSI QUE de l'acteur traducteur.</p>	
Détails techniques sur l'ouvrage	<p>En dessous de ces éléments de titre, nous pouvons découvrir une liste de détails concernant l'ouvrage dont il est question sur la page : la collection dans laquelle il s'inscrit, la maison d'édition le publiant, sa date de parution... Le tout dans une police grise plus foncée que celle utilisée pour les détails concernant le titre.</p>	
Résumé	<p>Le résumé arrive enfin sur cet espace dédié à la découverte de l'ouvrage (il est relativement surprenant qu'il soit l'un des derniers éléments concernant le roman à apparaître dans cet encadré)</p> <p>Il apparaît dans une police de couleur noire, et dans des lettres d'une taille assez grande pour qu'elles ressortent sur la page.</p> <p>Contrairement à ce que nous pouvions observer sur le site Gallimard Jeunesse, nous n'avons plus ici d'éléments de commentaires visant à évoquer les grands points de l'intrigue, les sentiments que la lecture provoque, ou encore la qualité du texte.</p>	
<p>Deuxième encadré : La catégorisation de l'ouvrage Fond gris</p>		
Encadré de catégorisation	<p>Dans le premier encadré visant à présenter l'ouvrage, un sous-encadré se distingue du fait de la couleur gris clair de son fond. Nous y apprenons quel est le nombre de pages de l'ouvrage, le format de l'objet-livre, sa date d'impression, un âge de lecture conseillé, la catégorie de publication, le pays d'origine, l'époque à laquelle le livre a été écrit et enfin quelques précisions techniques comme le code ISBN, le Gentcode ou le code distributeur.</p>	
<p>Troisième encadré : La dimension commerciale de l'objet Trois couleurs de fond différentes : rouge bordeaux, rouge vif et gris clair</p>		
Ancrage économique et commercial	<p>Dans ce troisième espace de la page, qui se découpe lui aussi sur le fond crème du premier encadré, nous réalisons que nous nous trouvons, non pas sur un site de présentation, mais bel et bien sur un site à vocation</p>	

	<p>commerciale. En effet, deux encadrés se détachent violemment du fond crème de la page :</p> <ul style="list-style-type: none"> -un encadré rouge bordeaux affichant la mention « PRIX » en lettres capitales très visibles du fait de leur couleur beige rosée, suivie du prix de l'ouvrage concerné - un deuxième encadré, rouge vif, sur lequel s'inscrit dans des lettres toujours beige rosée, capitales, mais de taille plus petite que le mot « prix » : il s'agit de la mention « ACHETER ». <p>Enfin, un dernier encadré, gris clair celui-ci, affiche une liste de tous les lieux, réels ou en ligne, où l'utilisateur peut acheter l'ouvrage.</p>	
Ouverture vers d'autres objets livres	<p>Dans ce même espace situé à droite de la page et unifié par le recours à une couleur gris clair pour le fond, se trouve un dernier espace séparé, par un trait de couleur crème très fin, des éléments que nous venons juste d'évoquer. Cet espace affiche les références des autres éditions dans lesquelles est publié l'objet-livre, ainsi que le prix leur correspondant.</p>	
Quatrième encadré : Mise en relation avec d'autres publications de la maison d'édition		
Fond : marron clair		
Mise en valeur de la série		
Mise en valeur des publications de la maison d'édition		
La forme générale		
Dimension visuelle de la page		
Mentions légales en bas de page		
Empagement général (invariants, éléments de changement, proportions accordées à chaque élément)		

Annexe 6 : Captures d'écran du site harrypotter.gallimard-jeunesse.fr

A) Page d'accueil



Fig. 42 Barre de chargement (visuel très éphémère, quelques secondes) – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/index.php>

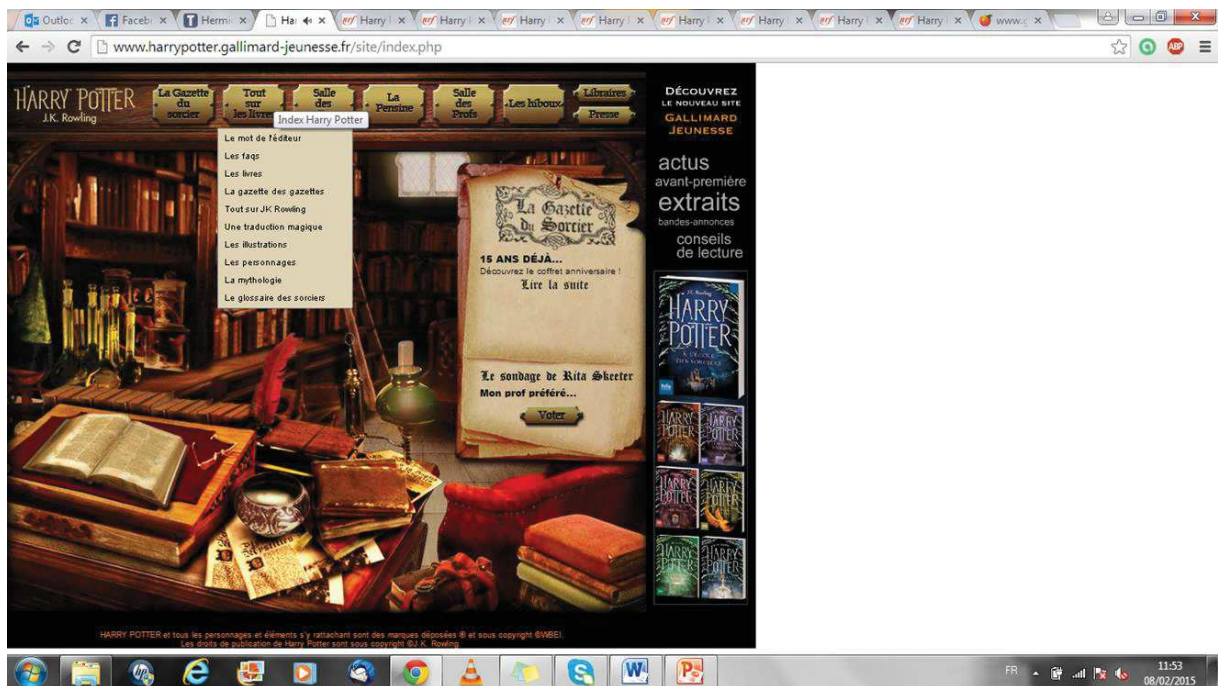


Fig. 43 page d'accueil – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/index.php>

B) Le mot de l'éditeur

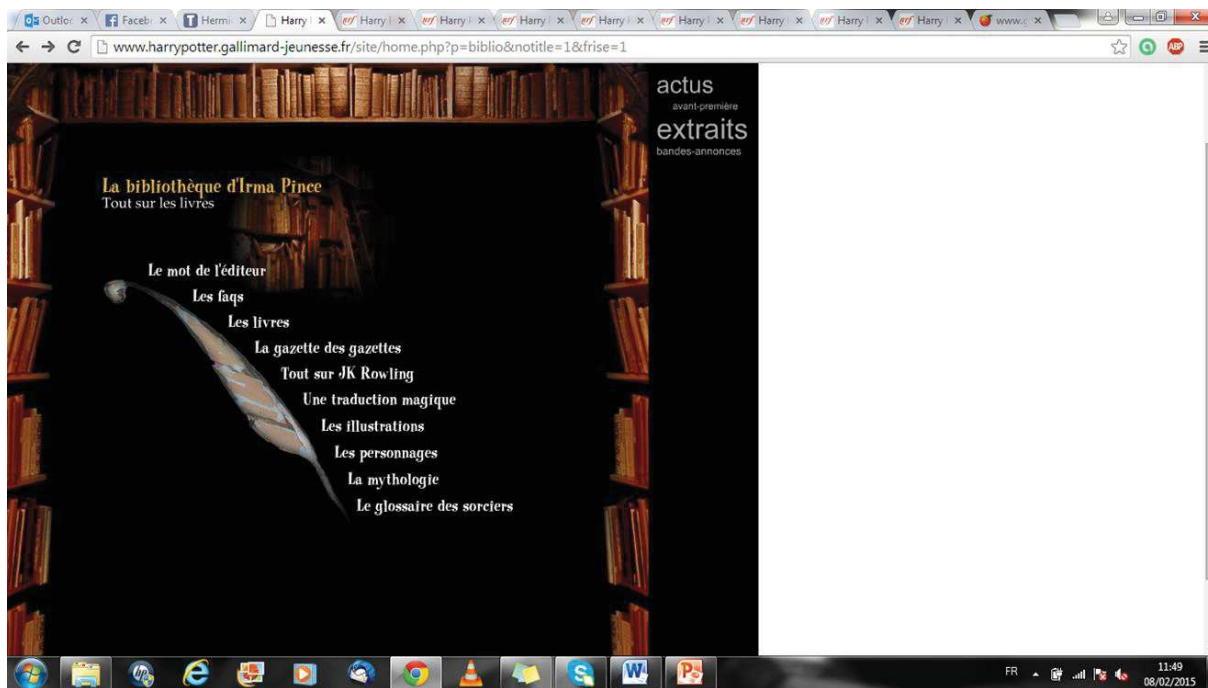


Fig. 44 Page d'accueil de l'onglet "La bibliothèque d'Irma Pince" / "Tout sur les livres" – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/home.php?p=biblio¬itle=1&frise=1>

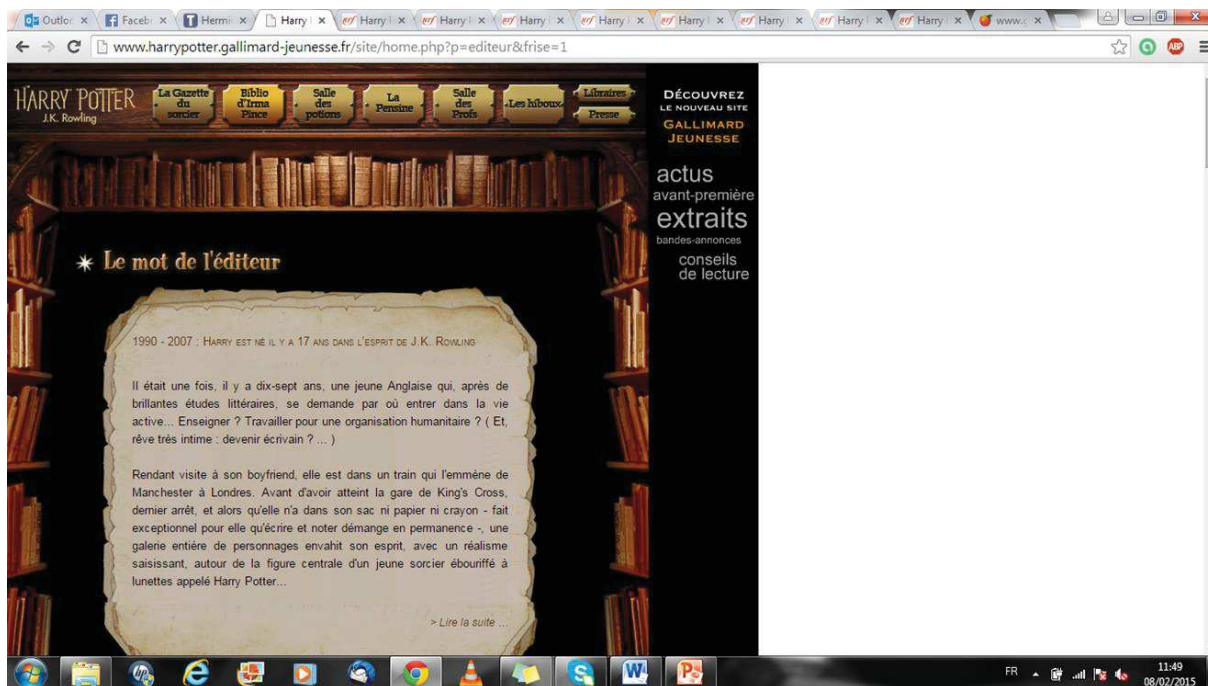


Fig. 45 Le mot de l'éditeur – Page consultée le 30 avril 2015 – Disponible grâce au lien <http://www.harrypotter.gallimard-jeunesse.fr/site/home.php?p=editeur&frise=1>

Agathe NICOLAS

Mots clés

Œuvre éditoriale

Valeur

Edition

Collection

Industries culturelles

Littérature Jeunesse

Gallimard Jeunesse

Harry Potter

Numérique

Résumé

Ce mémoire de recherche traite de la dimension communicationnelle du geste de mise en édition d'ouvrages de littérature jeunesse. Il se propose de répondre aux questions suivantes : la mise en différentes collections d'un même texte ne conduit-elle pas à transformer, non son public, mais son propre statut, à travers ses métamorphoses formelles ? Le jeu de la maison d'édition sur la forme du texte qu'elle publie ne relève-t-elle pas d'une logique communicationnelle ayant pour objectif de répondre à des problématiques d'identification du texte et de ses valeurs associées ? Quelles sont les modalités de mise en représentation et de communication permettant à un texte d'être investi de valeurs sociales, symboliques, culturelles, qui ne lui étaient pas originellement associées ?

Afin de répondre à ces diverses interrogations, nous avons proposé la problématique suivante : Dans quelle mesure le geste éditorial, à travers la mise en différentes éditions d'un même texte, constitue-t-il une transformation de l'objet-livre l'investissant de valeurs relevant à la fois du social, du symbolique, du littéraire et du marchand ?

Notre méthode d'analyses sémiologiques était structurée en deux temps, afin de répondre aux hypothèses que nous avons mises en place. Notre première hypothèse interroge une tension, celle consistant à mettre de côté le contenu d'un ouvrage au profit de l'apparence formelle de l'objet-livre dans le but de l'investir de valeurs littéraire et symbolique. La relation de tension dialectique unissant les procédés de valorisation économique et culturelle était l'un des points centraux de notre analyse. Nous avons, dans un second temps, abordé la question de la valorisation des objets-livres à travers l'analyse de l'évolution du statut assigné aux textes. Nous avons étudié le travail de la maison d'édition sur la mise en scène et la mise en texte en ligne d'un nouveau statut de l'objet-livre, qui, de livre à lire, devient livre à collectionner.

Les diverses étapes de nos analyses nous ont permis de démontrer que la mise en différentes collections et les métamorphoses formelles d'un même texte transformaient bel et bien son statut. Nous avons également pu constater l'opérativité symbolique des discours de la maison d'édition. Cette opérativité discursive est perceptible à travers les gestes de la maison d'édition sur les objets-livres eux-mêmes et sur les pages internet correspondantes. Nous constatons deux niveaux d'action pour ces discours : un premier niveau juridico-économique, les objets-livres se voyant intégrés à un système de marque, et un second niveau culturel et symbolique pour des ouvrages devenus objets de collection.

Un pan entier de notre sujet, lié à aux mutations du secteur de l'édition et au renouveau numérique de la série étudiée, nous reste à explorer. Cette question, liée à celle des « industries culturelles », fera l'objet d'une étude approfondie dans le cadre de travaux futurs.