HAL
open science

Le traitement du genre dans les maisons d'édition jeunesse historiquement catholiques

Jeanne Druesne

To cite this version:

Jeanne Druesne. Le traitement du genre dans les maisons d'édition jeunesse historiquement catholiques. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-02537148

HAL Id: dumas-02537148

https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02537148v1

Submitted on 8 Sep 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.

LE TRAITEMENT DU GENRE DANS LES MAISONS D'ÉDITION JEUNESSE HISTORIQUEMENT CATHOLIQUES

Mémoire M2 Master Sciences Humaines et Sociales
Mention Métiers du Livre parcours Édition
Université Paris Nanterre UFR SITEC

ANNÉE 2018/2019

JEANNE DRUESNE
Sous la direction de Madame Cécile Rabot, Maîtresse de conférences à l'Université Paris Nanterre

Le traitement du genre dans les maisons d'édition jeunesse historiquement catholiques

La responsabilité de ce document n'incombe pas à l'université mais à l'étudiant seul.

Remerciements

Je tiens à remercier ma directrice de mémoire, Madame Cécile RABOT, qui m'a épaulée et accompagnée tout au long de ces deux années sur ce travail. Ses réponses à toutes mes interrogations et ses conseils pertinents m'ont guidée dans la délimitation du sujet mais aussi dans ma recherche et sont grandement associé.e.s à la qualité du rendu final de ce mémoire.

Je remercie également Brigitte MOREL et Sabine LOUALI des Éditions des Grandes Personnes, pour l'expérience professionnelle dans le secteur de la jeunesse dont j'ai bénéficié pendant un stage de quatre mois. À leurs côtés, j'ai pu découvrir le fonctionnement d'une maison de l'édition jeunesse de l'intérieur et approcher des questions importantes, telles que le handicap ou le genre.

Puis, je remercie chaleureusement Céline CHARVET et toute l'équipe éditoriale de Casterman Jeunesse pour leur accueil dans le cadre de mon apprentissage. Ces douze mois auront été l'occasion de me former dans tous les secteurs de l'édition jeunesse (roman, petite enfance, bande-dessinée, documentaire), de confirmer mon projet professionnel, mais aussi d'observer au plus près les rapports existants entre auteurs ou autrices et professionnel.le.s du livre.

Je tiens aussi, et c'est une évidence, à remercier les professionnelles du livre qui ont accepté de me rencontrer en entretien. Ce mémoire existe grâce à elles.

Enfin, je remercie mes camarades de classe et mes parents, premiers et premières relecteur.rice.s de cette étude, pour leur aide dans la préparation de ce mémoire et pour la qualité de nos échanges, et des moments partagés.

Table des matières

Remerciements **3**

Introduction – Annonce du sujet **5**

Problématique 8

Méthodologie 20

Hypothèses 34

Bilan 37

I. L'organisation de maisons catholiques au pôle de grande production **39**

A. L'édition religieuse jeunesse en France, composition et enjeux 40

B. Grand public et conservateur, deux identités difficilement compatibles 43

C. L'ultra-segmentation de la production 49

II. Les éditeur.rice.s au travail et le travail des éditeur.rice.s **61**

A. Des êtres socialisés dans un cadre normé 62

B. L'éditeur.rice comme guide et protecteur.rice de l'auteur.rice 66

C. L'éditeur.rice comme détenteur.rice d'un savoir sur le titre qu'iel publie 69

III. Le genre et la socialisation des enfants : un discours paradoxal **75**

A. Une sensibilité partagée sur le rôle du livre dans la socialisation de l'enfant 76

B. Une perception nuancée des stéréotypes de genre 84

C. Auteur.rice, éditeur.rice, graphiste : « suivre son intuition » 93

Conclusion **99**

Bibliographie **103**

Annexes **116**

Résumé **136**

Abstract **136**

Introduction – Annonce du sujet

Selon l'ouvrage *Introduction aux études sur le genre*[1], le genre se définit à partir de quatre éléments majeurs : c'est le fruit d'une construction sociale et non d'un déterminisme biologique, il se construit dans un rapport relationnel d'opposition homme-femme, il induit une relation de pouvoir, et il est influencé par d'autres sphères comme la « race » ou la classe sociale. Les études sur le genre constituent donc un ensemble de recherches qui visent à identifier et révéler les fondements sociaux à l'origine des différenciations perçues comme naturelles entre les hommes et les femmes.

Depuis son apparition sur la scène publique française, le mot « genre » a toujours été accompagné de débats, de polémiques et de contradictions véhiculé.e.s par la presse. En 2011, la question du genre entre dans les programmes scolaires de première en Sciences et Vie de la Terre et cristallise ainsi la politisation du sujet, en étant tour à tour vivement critiquée et défendue par médias interposés. Les éditeurs et les éditrices s'emparent différemment du thème, en se contentant d'une partie « Être homme ou femme » chez Hatier[2] ou en consacrant jusqu'à dix pages chez Hachette au thème « Identité et orientation sexuelle »[3]. Leurs chapitres ont toutefois un point commun : ils distinguent le sexe biologique (mâle, femelle) du genre (masculin, féminin).

Ce mémoire se propose d'étudier la question du genre dans les publications jeunesse. Ce projet part d'un constat : les chercheurs et les chercheuses des études de genre ont découvert que la socialisation a une importance cruciale dans l'apprentissage de rôles de sexe, et notamment dès le plus jeune âge. Lors de la socialisation primaire, l'enfant va observer le monde qui l'entoure et ainsi apprendre le rôle social qui est attendu de lui selon son sexe[4],

[1] Bereni, Laure, Sébastien Chauvin, et Alexandre Jaunait. *Introduction aux études sur le genre*. 2e éd. revue et augmentée. Bruxelles [Paris] : De Boeck, 2012. p. 5-10.
[2] Dupuis, Monique, Régine Cance, Fabienne Aguilera, *et al. Sciences 1res ES/L - Manuel de l'élève*. Paris : Hatier, 2011.
[3] Desormes, Hervé, Vincent Besnard, M. Bigorre, *et al. Sciences 1res ES/L - Livre élève format compact*. Paris : Hachette, 2011.
[4] Bereni, Laure, Sébastien Chauvin, et Alexandre Jaunait. *Introduction aux études sur le genre*. Op. cit., p. 107-115.

comme par exemple aimer le bleu et jouer à la bagarre pour les petits garçons ou préférer le rose et les poupées pour les petites filles. D'après la psychiatre et psychanalyste Colette Chiland, cet apprentissage des rôles masculin et féminin est d'abord déterminé par ce que les parents et les proches projettent sur l'enfant ainsi que par les premiers objets qui lui sont offerts[5]. En effet, l'environnement dans lequel iel[6] grandit est propice à une telle construction sociale puisqu'il s'agit d'un monde binaire, composé d'une sphère masculine et d'une sphère féminine clairement identifiables. Ainsi, dès 1980, une enquête de Susan Goldberg et de Robert Muller révèle que, à partir de 3 ans, un enfant est capable d'associer spontanément certains jouets aux garçons et d'autres aux filles en se basant sur les rôles de sexe qu'iel a intégrés[7].

Il suffit de se promener aujourd'hui dans un magasin de jouets pour se rendre compte que la situation n'a pas changé, voire que les différences que l'on prête aux garçons et aux filles sont en fait plus marquées qu'autrefois. La séparation entre la sphère masculine et la sphère féminine passe, en effet, par des différences perceptibles qui vont au-delà de la question des usages, telles que les couleurs. Par exemple, la marque de jouets Nerf Pistolet propose comme toujours des armes en plastique pour les garçons (Rival, N-Strike Elite, etc.) mais dispose depuis 2003 d'une gamme de « pistolets tout spécialement conçus pour les filles »[8], qui se distinguent autant par leurs noms genrés (Rebelle Pink Crush, Heartbreaker Bow) que par leur couleur blanche et rose.

Ce phénomène consistant à user de signaux visuels pour signifier ce qui appartient au masculin ou au féminin existe aussi dans les publications jeunesse. Bien que les livres possèdent un usage à priori non-différencié, ils présentent tout de même fréquemment des symboles forts censés attirer davantage les filles ou les garçons, que ce soit en termes d'imaginaire ou dans les publications à visée pédagogique ou didactique. Cette offre différenciée est toutefois paradoxale : si elle témoigne de l'existence d'un marché, elle

[5] Chiland, Colette. *Le Sexe mène le monde*. Paris : Calmann-Lévy, 1999. p. 42.
[6] Afin de respecter l'écriture inclusive, ce mémoire aura recours au terme « iel » et à son pluriel « iels ». Ces néologismes correspondent à la troisième personne du singulier et du pluriel sans distinction de genre et correspond donc à « il/elle » et « ils/elles ».
[7] Muller, Robert, et Susan Goldberg. « Why William doesn't want a doll: preschooler's expectations of adult behavior toward girls and boys ». *Merrill-Palmer Quarterly of Behavior and Development* 26 (1980). p. 259-269.
[8] « Comparatif des pistolets de la gamme Rebelle ». *Pistolet Nerf*. http://www.pistoletnerf.fr/comparatif-rebelle/. Consulté le 28 avril 2017.

déclenche également de nombreuses réactions négatives et fait régulièrement naître des polémiques, alimentées par des parents mais également par des groupes féministes ou associatifs.

En effet, les études de genre ont prouvé que l'édition jeunesse possède une forte valeur normative puisqu'elle exemplifie les comportements socialement acceptés[9]. C'est d'ailleurs en partant du même postulat qu'a été rédigée la loi du 16 juillet 1949, qui vise à surveiller le contenu des publications jeunesse et qui les dote d'une fonction moralisatrice[10]. En montrant plus de personnages masculins ou en leur donnant des rôles plus valorisants qu'aux personnages féminins, les livres offriraient donc aux enfants une vision biaisée de la société et des rôles de sexe. De plus, les publications jeunesse exercent un effet prononcé sur la conformité des comportements des enfants aux rôles traditionnels de sexe comme le prouve une étude menée par Anne Dafflon Novelle[11] selon laquelle, de 2 à 5 ans, les enfants choisissent plus souvent des jouets stéréotypés après la lecture d'un livre stéréotypé. Face à ce constat, les partisans et partisanes de l'égalité déplorent que l'apprentissage des rôles de sexe puisse naître d'une socialisation non-parentale promouvant un modèle inégalitaire entre les hommes et les femmes. Iels appellent donc à réduire la part de représentations de masculinité et de féminité stéréotypées dans les livres au cours de la petite enfance, mais aussi à l'école, dans les jouets ou les médias.

La question du genre dans les publications jeunesse relève donc à la fois d'un thème majeur et problématique pour des raisons aussi bien sociales qu'économiques, qu'il paraît intéressant d'examiner. Pour cette raison, ce mémoire a pour objet l'étude de la posture des maisons d'édition jeunesse et le travail de leurs éditeurs et éditrices en amont sur la question du genre.

[9] Max, Sylvain, et Florian Delmos. « Les stéréotypes à l'école : une menace pour l'identité de certains élèves ». In *Fille-garçons : questions de genre, de la formation à l'enseignement*. Lyon : Presses universitaires de Lyon, 2013. p. 111-142.
[10] Ferrier, Bertrand. *Les Livres pour la jeunesse : entre édition et littérature*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2011. p.101.
[11] Dafflon Novelle, Anne. « Les représentations multi-dimensionnelles du masculin et du féminin véhiculées par la presse enfantine francophone ». *Swiss Journal of Psychology* 61 (2002). p.85-103.

Problématique

L'analyse du travail des éditeurs et des éditrices de maison d'édition jeunesse vis-à-vis du genre implique de se référer à des travaux de sociologie et d'histoire sur l'édition jeunesse, mais également de situer les partis-pris des maisons d'édition et des professionnel.le.s qui nous intéressent selon leur propre trajectoire. Compte-tenu de l'aspect moral associé à l'édition jeunesse et de la place importante des militant.e.s catholiques dans les groupes qui s'opposent à la « théorie du genre », ce mémoire traite spécifiquement du travail de maisons d'édition jeunesse historiquement catholiques vis-à-vis du genre.

Des représentations archétypiques aux représentations stéréotypées

Afin de s'assurer que leurs publications soient comprises par les enfants les plus jeunes, les éditeurs et éditrices jeunesse ont tendance à avoir recours à des messages simplifiés, autant en termes de contenu du texte qu'au niveau des illustrations. Ce faisant, iels prennent dès lors le risque de miser non plus uniquement sur des archétypes mais sur des stéréotypes, les premiers se contentant de définir un modèle universel tandis que les seconds illustrent la perception d'un groupe social par un autre. Si le stéréotype, ou le « cliché », peut être perçu comme un facteur de cohésion sociale[12] ou comme la condition intrinsèque de la littérature mais aussi de la pensée et du langage[13], il est bien plus souvent associé à un sens plutôt péjoratif de caricature et de représentation sommaire. Or, les chercheurs et chercheuses des études de genre ont relevé que les représentations simplifiées étaient fréquentes dans le genre, le sexe étant, avec l'âge, l'une des premières variables qui permettent à l'enfant de comprendre le monde qui l'entoure[14] .

De nombreuses études de genre ont ainsi déjà témoigné d'une offre différenciée entre les garçons et les filles, basée sur les constructions sociales du genre, mais également de l'existence de publications à l'apparence neutre mais au contenu fortement stéréotypé en ce

[12] Amossy, Ruth, et Anne Herschberg-Pierrot. *Stéréotypes et clichés : langue, discours, société*. Paris : Nathan, 1997.
[13] Détrez, Christine. *Quel genre ?* Paris : Éditions Thierry Magnier, 2015. p. 77.
[14] Dafflon Novelle, Anne (dir.). *Filles-garçons : socialisation différenciée ?* Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2006.

qui concerne les représentations des hommes et des femmes et, plus largement, du masculin et du féminin. Dès 1994, les chercheuses Carole Brugeilles, Isabelle Cromer et Sylvie Cromer démontrent par exemple que les filles sont sous-représentées dans les albums jeunesse, bien que les personnages de mères et de grands-mères soient plus présents que leurs équivalents masculins[15]. Plus récemment, une étude réalisée par Anne Dafflon-Novelle révèle que l'on trouve deux fois plus de héros de sexe masculin dans les albums de 0 à 9 ans[16], la surreprésentation des hommes se poursuivant donc au détriment des femmes. Cette docteure en psychologie a également constaté que le lieu de l'action des personnages varie en fonction de leur sexe, les garçons étant plus souvent représentés à l'extérieur et les filles à l'intérieur, dans la sphère privée. Enfin, les personnages masculins participeraient davantage à des activités sportives, extra-professionnelles ou extra-familiales, là où les personnages féminins seraient plutôt décrits par leur côté maternel, souvent dans un rôle secondaire et passif.

Ces différentes recherches interrogent quant aux représentations du genre dans les publications jeunesse aujourd'hui. Les phénomènes qu'elles mettent en lumière ont-ils eu tendance à disparaître, ou se sont-ils au contraire développés ?

Une présence importante de messages explicites

La présence de stéréotypes de genre dans les publications jeunesse ne signifie pas forcément qu'ils sont perçus par les lecteurs et lectrices, et encore moins de manière négative. L'une des particularités de ce type d'édition est en effet de s'adresser à un double lectorat[17] : d'une part les enfants, destinataires du contenu, et de l'autre les adultes, consommateurs des publications jeunesse. Il s'agit des principales cibles des éditeurs et des éditrices jeunesse puisque ce sont celles et ceux qui achètent les publications pour enfants et qui, souvent, les lisent à voix haute aux plus jeunes lecteurs et lectrices[18]. Pour cette raison, les publications

[15] Brugeilles, Carole, Isabelle Cromer, et Sylvie Cromer. « Les représentations du masculin et du féminin dans les albums illustrés ou Comment la littérature enfantine contribue à élaborer le genre ». *Population* 57, n° 2 (2002). p. 261-292.
[16] Dafflon Novelle, Anne. « Littérature enfantine : entre image et sexisme ». In *Filles-garçons : socialisation différenciée ?* Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2006.
[17] Beckett, Sandra Lee. *Transcending Boundaries: Writing for a Dual Audience of Children and Adults*. New York : Garland, 1999.
[18] Van Der Linden, Sophie. *Lire l'album*. Le Puy-en-Velay : L'atelier du poisson soluble, 2006. p. 29.

jeunesse comportent souvent différents niveaux de sens[19] que les enfants ne sont pas toujours capables de décoder par eux-mêmes. Dans une étude réalisée sur une centaine d'albums de 1945 à 2014, Stéphane Bonnery souligne ainsi que le contenu des albums est devenu de plus en plus implicite au fil des années, l'image apportant des informations absentes du texte depuis les années 60 mais celui-ci devenant aussi plus complexe avec l'apparition de jeux de mots ou de scènes non réalistes[20]. On peut dès lors s'interroger sur le niveau de sens des représentations de genre dans les publications jeunesse : à quel point sont-elles explicites ? Nécessitent-elles la présence d'un adulte pour être perçues ?

En effet, en plus de prendre le choix décisif de l'ouvrage ou du périodique proposé à l'enfant, l'adulte pourrait également l'accompagner dans sa découverte du contenu en décodant ses références, et ainsi expliciter certaines choses ou apporter davantage de contexte. Dans le cadre de la lecture d'un récit genré, un adulte pourra par exemple ouvrir la discussion avec l'enfant et interroger sa propre perception du masculin et du féminin, lui permettant de cette façon de se distancier des stéréotypes de l'ouvrage. Néanmoins, Stéphane Bonnery rappelle que cette manière d'accompagner l'enfant dans sa lecture varie en fonction de la classe sociale : les familles populaires possèdent moins d'ouvrages implicites et se contentent majoritairement d'une lecture partagée traditionnelle, sans analyse du contenu, tandis que les familles plus favorisées s'attardent davantage sur la pluralité des sens de leurs ouvrages[21]. Il serait alors particulièrement intéressant de connaître l'usage des livres genrés et la réception de leurs stéréotypes par les familles selon les classes sociales : déclenchent-ils une discussion et un apprentissage particulier ou sont-ils acceptés tels quels, par les parents comme par les enfants ?

Socialisation, valence différentielle des sexes et discrimination

Les représentations véhiculées par l'édition jeunesse ne sont pas dénuées d'importance dans l'apprentissage par l'enfant des codes sociaux qui l'entourent. En effet, depuis l'émergence de ce type d'édition, celui-ci est doté d'une fonction didactique voire moralisatrice, souvent étroitement liée en France à la religion catholique. Dès le XIIIe siècle, les

[19] *Id.*
[20] Bonnery, Stéphane, Elisabeth Bautier, et Jacques Crinon. *Supports pédagogiques et inégalités scolaires : études sociologiques*. Paris : La Dispute, 2015.
[21] *Id.*

premiers livres destinés à la jeunesse enseignent les bonnes manières et le savoir-vivre aux enfants de la noblesse puis de la bourgeoisie. À partir du XVIe siècle, la fiction se mêle au didactisme : apparaissent alors des bestiaires et des fables, qui visent à enseigner des connaissances mais également à promouvoir une certaine morale[22]. Le livre d'éducation par excellence reste toutefois très longtemps la Bible, considérée alors à la fois comme un récit d'aventure, d'histoire, de philosophie et de religion[23], et accompagnée de divers textes religieux proposés aux enfants. Plus récemment, la loi n° 49-956 du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse lui confie deux fonctions majeures : celle de moraliser ses lecteurs et lectrices, en leur faisant prendre conscience de ce qui est juridiquement condamnable, et celle de les socialiser, en insistant sur le « vivre ensemble » pluriethnique de la société[24]. Cette loi confirme ainsi publiquement les valeurs longtemps associées à l'édition jeunesse dans la socialisation de ses jeunes lecteurs et lectrices.

Or, l'anthropologue Françoise Héritier rappelle le poids des stéréotypes de genre dans la socialisation de l'enfant en expliquant qu'ils promeuvent une « valence différentielle des sexes »[25], c'est-à-dire que les différences entre femmes et hommes sont hiérarchisées, plus ou moins valorisées selon qu'elles appartiennent à un sexe ou à l'autre. À force de parcourir des publications jeunesse stéréotypées, un enfant associera par exemple inconsciemment au féminin et au masculin les valeurs faible/fort et passif/actif, telles qu'elles sont présentées dans les ouvrages. Il intériorisera finalement cette valence différentielle des sexes jusqu'à porter un regard différent sur le monde, considérant par exemple que les femmes sont plutôt sages et douces tandis que les hommes sont bagarreurs et entreprenants, mais aussi que certains lieux ou objets sont attachés à un sexe plutôt qu'à un autre. Certains stéréotypes de genre possèdent donc une valeur symbolique qui permet à l'enfant de diviser le monde et ses objets en deux parties distinctes et non-égalitaires : ce qui relève du masculin et ce qui relève du féminin.

On peut alors se questionner sur les valeurs transmises aujourd'hui par l'édition jeunesse : s'agit-il de représentations schématisées sans valeurs différentielles, et donc peut-

[22] Dupont-Escarpit, Denise. *La Littérature de jeunesse : itinéraires d'hier à aujourd'hui*. Paris : Magnard, 2008. p. 12.
[23] *Id.*
[24] Ferrier, Bertrand. *Les livres pour la jeunesse : entre édition et littérature*. *Op. cit.*, p.101-102.
[25] Héritier, Françoise. *Masculin – féminin : la pensée de la différence*. Paris : O. Jacob, 1996.

être sans effet particulier sur la socialisation de genre de l'enfant, ou l'inverse ? Quelle vision de la société donnent-elles aux jeunes lecteurs et lectrices ?

Une vigilance face aux transmissions de l'édition jeunesse

La société prêtant des vertus socialisantes et didactiques à l'édition jeunesse, il apparaît nécessaire aux maisons d'édition de faire preuve de vigilance dans les valeurs et les messages qu'elles transmettent aux enfants. En ce sens, elles possèdent un rôle de gardienne uniquement chapeauté par la Commission de surveillance et de contrôle des publications destinées à l'enfance et à l'adolescence. Mise en place par la loi du 16 juillet 1949, cette dernière est chargée d'examiner la totalité de ce qui paraît pour la jeunesse, à l'exception des livres scolaires, et veille ainsi à la bonne application de la loi qui interdit les publications « présentant sous un jour favorable le banditisme, le mensonge, le vol, la paresse, la lâcheté, la haine, la débauche ou tous actes qualifiés crimes ou délits ou de nature à démoraliser l'enfance ou la jeunesse »[26]. Remodelée en 2010, cette liste inclut dorénavant les publications présentant sous un jour favorable « tous actes […] de nature à […] inspirer ou entretenir des préjugés ethniques ou sexistes »[27]. On peut d'ores et déjà s'interroger sur la valeur de ces interdictions aujourd'hui : à une époque où la sexualité et la violence sont de plus en plus présentes dans les contenus culturels, d'autant plus avec l'omniprésence d'Internet, les lignes éditoriales intègrent-elles encore une certaine prudence sur les sujets perçus comme sensibles par la loi n° 49-956 ? Perçoit-on toujours dans les publications jeunesse une volonté affirmée de protéger les jeunes lecteurs et lectrices ?

L'Église catholique aux origines du discours moralisateur de la lecture

Le catholicisme a adopté il y a quelques siècles le rôle de garant de la morale et de l'ordre social en tentant de contrôler le milieu de l'édition et possède encore une certaine influence dans la valorisation ou la dénégation de certaines valeurs. Historiquement, l'Église

[26] Loi n° 49-956 du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse (version consolidée le 17 août 2010). https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068067&dateTexte=20100817. Consulté le 15 mai 2017.
[27] *Id.*

catholique a tout d'abord mené un rôle majeur dans la « sensibilisation » et la « protection » de certains publics de lecteurs et de lectrices considérés comme fragiles de par leur position sociale, dont les enfants faisaient partie aux côtés des femmes et des classes populaires. Selon les élites, la lecture avait plusieurs désavantages majeurs : elle risquait de donner une vision du monde qui ne soit pas conforme à la réalité et d'encourager certaines volontés d'émancipation sociale, elle avait le pouvoir d'endoctriner des lecteurs et lectrices avec la diffusion d'idées politiques, et, enfin, elle détournait les enfants de leurs activités sérieuses, notamment le travail domestique pour les filles et l'école pour les garçons. Ainsi, dès 1830 naquit un discours appelant à la méfiance vis-à-vis des mauvaises lectures, avec un fort recours à la métaphore du poison, au champ lexical de la maladie ou du toxique[28].

Afin de contrôler les lectures de ces publics fragiles, l'Église catholique a essayé de réguler la production mais aussi la diffusion de certains ouvrages. Fondée en 1571, la Congrégation de l'Index fut le premier outil lui permettant d'appliquer une censure idéologique sur le marché, l'Index étant une liste d'ouvrages interdits d'impression et de vente. Néanmoins, cette Congrégation ne s'occupait pas des affaires de mœurs mais plutôt de garantir l'orthodoxie[29] en ciblant essentiellement des textes dont l'objet était théologique. Face à la demande de livres populaires et à défaut de pouvoir interdire l'ensemble des publications « dangereuses », l'Église catholique a préféré avoir recours à la promotion de certains livres moralement acceptables selon ses valeurs, et à une certaine gestion de leur diffusion. Loïc Artiaga[30] retrace ainsi l'origine des Œuvres des bons livres et des premières bibliothèques populaires qui en dépendent, dès 1840, où l'on trouvait des livres catholiques en vente mais aussi des « bons » livres en prêt, et la possibilité de rendre ses « mauvaises » lectures. Enfin, afin de s'emparer de la question des usages, l'Église catholique a également investi la production de livres populaires dans le but de proposer davantage d'ouvrages considérés comme convenables au plus grand nombre de lecteurs et lectrices.

Aujourd'hui encore, certaines maisons d'édition se revendiquent catholiques et privilégient donc des publications respectueuses des valeurs de leur Église, s'adressant principalement à des lectorats constitués de fidèles. De plus, la relation houleuse entre

[28] Artiaga, Loïc. *Des torrents de papier : catholicisme et lectures populaires au XIXe siècle*. Limoges : PULIM, 2007.
[29] *Id.*
[30] *Id.*

catholicisme, genre et édition française trouve un écho dans l'actualité via les paroles du pape lui-même sur « l'endoctrinement de la théorie du genre » qui passe selon lui par les « livres du collège »[31]. Néanmoins, le catholicisme ne se réduit pas aux positions extrêmes de ses dirigeants et de certain.e.s de ses pratiquant.e.s : on trouve en son sein des catholiques conservateur.rice.s mais aussi des catholiques progressistes, qui ont tout autant souhaité faire entendre leur voix à l'heure des débats sur la « théorie du genre » à l'école[32]. Par ailleurs, le catholicisme est moins prégnant dans la société et la fonction d'édification morale de l'édition ne paraît plus être autant d'actualité : qu'en est-il donc vraiment dans les maisons d'édition jeunesse historiquement catholiques espérant toucher un large public ? Existe-t-il encore des discours considérant qu'il faut protéger les enfants de certaines lectures, et, si oui, comment se proposent-ils de protéger la jeunesse ?

Un lectorat hétérogène

L'inscription en 2010 de nouveaux critères de censure dans la loi du 16 juillet 1949 témoigne d'une certaine sensibilisation de la société contemporaine à l'égard de diverses questions dont le genre, sensibilisation qui constitue dès lors une contrainte importante pour les maisons d'édition jeunesse. En effet, leur public cible est constitué en premier lieu d'adultes au rôle de médiateur et de médiatrice grâce auxquel.le.s les publications jeunesse arrivent aux mains des enfants, mais qui ne constituent pas un lectorat homogène. Par exemple, on peut supposer que les prescripteurs et prescriptrices de l'édition jeunesse tel.le.s que les maîtres et maîtresses d'école, les bibliothécaires ou les libraires, possèdent un certain capital culturel par leur niveau de diplôme et la nature même de leur engagement professionnel, qui les porte à une certaine ouverture d'esprit, et sont ainsi plus propices à percevoir le genre comme une construction sociale et à se méfier des stéréotypes qui l'accompagnent.

[31] « Théorie du genre : ce que le pape a vraiment dit ». *La Croix*, 3 octobre 2016. http://www.la-croix.com/Religion/Pape/Theorie-genre-pape-vraiment-2016-10-03-1200793439. Consulté le 29 mai 2017.
[32] Soullier, Lucie. « Catholiques et progressistes, ils défendent le genre ». *Le Monde*, 25 mai 2013. https://www.lemonde.fr/societe/article/2013/05/25/catholiques-et-progressistes-ils-defendent-le-genre_3416394_3224.html. Consulté le 2 août 2018.

À l'inverse, des dénonciateurs ou dénonciatrices de la « théorie du genre » se trouveraient plutôt parmi les personnes conservatrices et catholiques. Fanny Jedlicki, sociologue, prend pour exemple le collectif d'association La Manif Pour Tous : à l'origine des principales manifestations et polémiques anti-genre, elle serait principalement composée de personnes blanches, catholiques et bourgeoises françaises, et souvent affiliée à la droite politique[33]. Le terme de « théorie » pour définir le genre et les études qui sont menées sur lui n'est d'ailleurs pas anodin. Comme Farida Belghoul, militante d'extrême-droite à l'origine des « journées de retrait des élèves »[34], une partie de la population française est en posture de défiance face à ce qu'elle considère être une prise de position idéologique de la part du gouvernement du Président François Hollande. En effet, les dénonciateurs et les dénonciatrices de la « théorie du genre » sont pour la plupart adhérent.e.s d'une idéologie imprégnée d'un modèle social qui se base sur la division des rôles entre les sexes. Cela expliquerait notamment que la morale promue par La Manif Pour Tous soit celle défendue par l'Église catholique aujourd'hui, et que leurs arguments pour lutter contre le genre convergent. Chacun biologise ainsi les questions d'identité sexuée en concevant les différences entre hommes et femmes comme strictement naturelles. Fondé en 2013 par l'organisation étudiante d'extrême-droite UNI, l'Observatoire de la Théorie du genre énonce par exemple sur son site la critique suivante :

> *« Le fondement de cette théorie consiste à nier la réalité biologique pour imposer l'idée que le genre "masculin" ou "féminin" dépend de la culture, voire d'un rapport de force et non d'une quelconque réalité biologique ou anatomique. »*[35]

Cette différenciation naturelle est fréquemment présupposée être le résultat d'un projet divin, les hommes et les femmes ayant été créés différents mais complémentaires afin

[33] Jedlicki, Fanny. « Qui a peur du grand méchant genre ? » *Bulletin de l'ASES*, n° 43 – Genre et sociologie à l'université (2016).

[34] Ce mouvement a été initié à l'occasion de la phase d'expérimentation des ABCD de l'égalité dans 247 écoles. Ce programme d'enseignement est proposé par Najat Vallaud-Belkacem, alors Ministre du Droit des Femmes, et vise à promouvoir l'égalité entre les filles et les garçons ainsi que la lutte contre le sexisme. Cette fois, le sujet du genre n'est pas intrinsèque aux ABCD de l'égalité : selon le rapport d'évaluation du dispositif expérimental, il est seulement évoqué par des conférencières dont les propos ont été repris sur le site du programme. Cela suffit toutefois à susciter une contestation, afin de contrer ce qui est perçu comme une diffusion de la « théorie du genre » à l'école.

[35] « Qui sommes-nous ? – Observatoire de la Théorie du genre ». http://www.theoriedugenre.fr/?Qui-sommes-nous. Consulté le 27 janvier 2017.

d'assurer la reproduction de l'espèce. Selon l'Observatoire de la Théorie du genre et l'Église, ces différences entre hommes et femmes représentent donc un enjeu important pour la société « hétéro-centrée », c'est-à-dire valorisant l'hétérosexualité comme étant l'unique orientation sexuelle à suivre afin de protéger le socle de la famille traditionnelle. Il s'agit donc de sensibiliser les Françaises et les Français à ce qu'ils considèrent comme les risques latents des études de genre, « notamment pour les enfants »[36].

Enfin, le public cible des ouvrages jeunesse peut également compter des partisans et partisanes de l'égalité tentant de faire valoir leur droit de regard sur ce qui touche à la socialisation de leurs enfants via divers moyens, tels que les pétitions, les médias, le lobbying ou le boycott. En 2015, par exemple, les Éditions Magnard sont au cœur de la tourmente après la parution de deux cahiers d'activités non seulement genrés mais également sexistes puisqu'ils remettent en question la neutralité du savoir-commun, la version « spécial garçon » présentant une carte du monde détaillée tandis que la version « spécial fille » se contente de quelques animaux mignons par région[37]. Une pétition en ligne exigeant le retrait de la vente de ces deux cahiers d'activités réunit alors 22 242 signatures[38], et aboutit à un message de la part de l'équipe éditoriale qui s'engage à les refaire. En plus d'opérations ciblant des œuvres qu'ils perçoivent comme condamnables, les partisans et partisanes de l'égalité organisent également la promotion de ressources pédagogiques pour une éducation non-sexiste, à l'image de ceux présentés sur le site des ABCD de l'égalité ou d'Adéquations, une association d'information, de formation et de réflexion qui aborde entre autres le thème de l'égalité hommes-femmes. Des ouvrages non-genrés, non-sexistes ou anti-sexistes sont ainsi valorisés et promus, en opposition avec les ouvrages genrés ou sexistes que l'on trouve habituellement sur le marché.

On peut donc s'interroger sur les attentes diverses des lectorats en matière de publications pour enfants : comment peuvent être représentés les rôles de sexe afin de toucher un public large ? De plus, face à ce lectorat hétérogène, on peut se demander si les

[36] Vidéo de présentation de l'Observatoire, « Qui sommes-nous ? – Observatoire de la Théorie du genre ». http://www.theoriedugenre.fr/?Qui-sommes-nous. Consulté le 27 janvier 2017.
[37] « Les éditions Magnard & le monde sous-développé des petites filles ». *MachoLand*. http://macholand.fr/les-editions-magnard-le-monde-sous-developpe-des-petites-filles/. Consulté le 29 avril 2017.
[38] Kafka, Lia. « Pétition · Les Editions Magnard : Non aux cahiers de vacances genrés ». *Change.org*.https://www.change.org/p/les-editions-magnard-non-aux-cahiers-de-vacances-genr%C3%A9s. Consulté le 8 mai 2017.

maisons d'édition jeunesse historiquement catholiques font preuve de prudence dans leur manière d'aborder certains sujets sensibles afin de correspondre à l'horizon d'attente[39] de leur lectorat. Qu'en est-il du genre, ce sujet étant particulièrement médiatisé et propice à déclencher des polémiques capables d'atteindre leur image de marque ? Font-elles preuve de vigilance dans ses représentations, et si oui, sur quels points ?

Le travail des éditeurs et éditrices jeunesse, entre contraintes et impensés

Il est d'ores et déjà important de nuancer la part de responsabilité des éditeurs et éditrices jeunesse dans la présence de représentations de genre stéréotypées dans leurs publications. En tant qu'êtres socialisés, les éditeurs et les éditrices sont en effet susceptibles de ne pas avoir conscience de la portée des représentations sociales et notamment des rôles de sexe qu'ils ont intériorisés au cours de leur existence, et donc de reproduire inconsciemment certains schémas stéréotypés dans les ouvrages qu'ils conçoivent. De plus, il est possible que les éditeurs et éditrices de maisons d'édition jeunesse historiquement catholiques partagent les valeurs de cette religion. Sont-iels alors sensibilisé.e.s à la question du genre, et de quelle façon ? L'existence ou l'absence de cette sensibilisation influe-t-elle sur leurs comportements dans leurs vies professionnelles ? La ligne éditoriale de leur maison d'édition les encourage-t-elle à se conformer exclusivement aux attentes de certains publics militants, ou au contraire à ne pas aborder cette question ?

De plus, les éditeurs et les éditrices font également face à des impératifs liés au marché de l'édition jeunesse et à son public lors de la création d'un ouvrage. Selon Bertrand Ferrier, il existe en fait trois contraintes qui pèsent sur la conception d'une publication pour enfants[40]. La première contrainte résonne avec la nécessité de simplifier les ouvrages jeunesse afin de s'adresser aux enfants, au risque d'y inclure des stéréotypes : l'enjeu d'intelligibilité du contenu pour son jeune public peut conduire à gommer nuance et complexité. La seconde contrainte est celle de l'admissibilité de l'ouvrage vis-à-vis de la loi française mais également des valeurs de la société, qui constitueraient un frein à la liberté de création des acteurs et des actrices du livre. Sous l'impulsion de la ligne éditoriale de leur maison d'édition, ces

[39] Jauss, Hans Robert. *Pour une esthétique de la réception*. Traduit par Claude Maillard. Paris : Gallimard, 1978.
[40] Ferrier, Bertrand. *Les Livres pour la jeunesse : entre édition et littérature*. *Op. cit*., p.104.

derniers et ces dernières se contenteraient en effet de reproduire des schémas déjà existants et socialement acceptés en les traitant de manière conventionnelle plutôt que de risquer une sanction, qu'elle soit dispensée par la loi ou par le marché lui-même[41]. Enfin, la dernière contrainte énoncée par Bertrand Ferrier touche à la rentabilité du produit : les éditeurs et les éditrices ne pouvant pas négliger les objectifs économiques de leur maison d'édition, la parution de certains ouvrages genrés ou non-genrés pourrait dès lors relever autant d'un positionnement engagé que d'une stratégie commerciale.

Il serait ainsi intéressant d'étudier le poids de ces pressions extérieures sur le travail des éditeurs et éditrices de maisons d'édition jeunesse historiquement catholiques. Comment une maison d'édition jeunesse associée au catholicisme parvient-elle à prospérer dans une société laïcisée ? Ses collections et ses titres peuvent-elles/ils aller au-delà de la simple édition catholique afin de toucher un plus large public, et évoluer librement avec leur époque ? On peut par exemple remarquer que les pratiques diffèrent parfois grandement au sein d'une même maison au fil des années, comme ce fut le cas chez les Éditions Magnard que nous évoquions plus tôt pour avoir, selon les partisans et partisanes de l'égalité, excessivement mal représenté le genre dans des cahiers d'activités en 2015. En 2017, elles se distinguent cette fois positivement à leurs yeux en publiant le premier manuel scolaire de l'histoire qui représente correctement le clitoris dans son schéma d'appareil sexuel[42]. De telles variations peuvent-elles exister au sein de l'édition jeunesse associée au catholicisme ? Quelle(s) différence(s) trouve-t-on avec le fonctionnement d'une maison d'édition laïque et les attentes de son public ?

L'édition, le catholicisme et le genre

Ce mémoire se concentre sur la manière dont le genre est mis en scène dans les publications jeunesse de maisons d'édition historiquement catholiques. En plus de réduire considérablement le champ des recherches, cet axe permet de porter à la fois un regard nouveau sur la question du genre et sur le travail particulier des éditeurs et des éditrices de certaines maisons d'édition, dont les valeurs personnelles peuvent parfois entrer en

[41] Crépin, Thierry, et Thierry Groensteen. « Le mythe d'un front commun ». In *On tue à chaque page ! : La loi de 1949 sur les publications destinées à la jeunesse*. Paris [Angoulême] : Le Temps Musée de la bande dessinée, 1999.
[42] Salviat, Béatrice, Solenne Albertini-Mattei, Julie Azan, *et al*. *SVT Cycle 4 Bimanuel*. Paris : Magnard, 2017.

contradiction avec certaines représentations de la féminité et de la masculinité dans le milieu de l'édition jeunesse. Face à un lectorat hétérogène, ces éditeurs et éditrices peuvent également éprouver des difficultés à représenter la masculinité et la féminité sans offusquer quiconque. Ce mémoire portera donc sur leur travail et leur sensibilité vis-à-vis du genre, ainsi que sur leur traduction dans les représentations véhiculées dans leurs publications jeunesse.

Qui sont les éditeurs et éditrices de maisons d'édition jeunesse historiquement associées au catholicisme et à quel point le contenu de leurs livres relève de leur responsabilité ou de celle de l'auteur.rice ? Comment travaillent-iels avec le genre ? Quelle place prennent les questions de genre dans leurs partenariats professionnels ainsi que dans les rapports avec leurs lecteurs et lectrices, et comment parviennent-iels, ou non, à concilier deux lectorats aux attentes différentes, entre conservatisme et libéralisme ?

Méthodologie

Afin de traiter cette problématique, il est nécessaire de choisir en guise de terrain des maisons d'édition qui incarnent l'édition catholique jeunesse. Or, l'édition catholique constitue une niche assez restreinte du marché éditorial français et est de plus constituée en oligopole à frange : elle compte un petit nombre de maisons d'édition catholiques de petite taille et quelques rares maisons d'édition catholiques plus importantes qui dominent la niche. En observant uniquement le secteur de la jeunesse, on constate également que la présence de maisons d'édition à vocation strictement catholique y est très faible puisque peu d'entre elles s'y sont limitées, même si la plupart des maisons d'édition catholiques françaises comptent quelques titres pour enfants dans leur catalogue. On peut ainsi citer les Éditions Saint-Jérôme, avec une unique publication jeunesse[43], ou les Éditions Cerf[44] et leur collection Cerf Jeunesse comportant quinze titres[45]. Il a donc paru important de cibler le terrain autour de maisons d'édition catholiques jeunesse assez significatives de par leur taille et de par leur importance sur le marché éditorial. Pour cela, ce mémoire est concentré sur les publications jeunesse de Bayard Jeunesse et de Fleurus Jeunesse.

I. Bayard et Fleurus : des trajectoires différentes pour deux concurrents de longue date

a. Des maisons d'édition d'orientation catholique plus ou moins affirmée

Actuellement reconnues auprès d'un large public, Bayard et Fleurus gardent en commun un héritage catholique important de par leur histoire et l'orientation de leurs publications qui les rend pertinentes pour cette recherche. Fondé en 1873 sous le nom « La Maison de la Bonne Presse », le groupe Bayard est resté depuis lors la propriété exclusive de

[43] Morvan, Louis. *Jehan de Fougereuse*. Saint-Maixant : Association Saint-Jérôme, 2012.
[44] Pour une monographie complète des Éditions du Cerf, se référer à : Fouilloux, Étienne. *Les Éditions dominicaines du Cerf : 1918-1965*. Rennes : Presse universitaires de Rennes, 2018.
[45] Éditions du Cerf, « Collection Cerf Jeunesse ». https://www.editionsducerf.fr/librairie/collections/139/cerf-jeunesse. Consulté le 2 juin 2017.

la congrégation religieuse catholique des Augustins de l'Assomption, créée en 1845 par le père Emmanuel d'Alzon (1810-1880). Entre la Première et la Seconde Guerre mondiale, Bayard devint également une maison d'édition. Fleurus Presse est quant à elle née d'une première publication du journal *Cœurs Vaillants,* édité par l'Union des Œuvres Catholiques de France et imaginé par les prêtres de la congrégation religieuse catholique Fils de la Charité en 1929, puis suivie de la création des éditions Fleurus en 1946.

Aujourd'hui, Fleurus Éditions se fait discrète sur la question de la religion. On trouve uniquement une évocation de l'Union des Œuvres Catholiques de France dans la partie « Qui sommes-nous » du site de Fleurus Presse[46], entité entièrement à part de Fleurus Éditions, et rien sur celui des éditions Fleurus Jeunesse[47]. Ceci est peut-être dû à la restructuration récente des différentes marques Fleurus, sur laquelle ce mémoire revient en première partie[48]. À l'inverse, l'ancrage religieux du groupe Bayard est fortement revendiqué dès la partie « Histoire » de son site internet, qui rappelle les valeurs du père Emmanuel d'Alzon :

> *« Sa conviction est la suivante : pour participer à l'évolution de la société, il faut affirmer les droits de Dieu pour donner sens aux droits de l'Homme. D'où les 3 grands projets : l'enseignement, les pèlerinages, et la presse – traduction moderne des 2 premiers. »*[49]

Ainsi, on constate d'ores et déjà une différence majeure dans l'évolution du groupe Bayard et de Fleurus : si le premier revendique encore ses valeurs catholiques et possède des publications d'éveil à la foi en plus d'autres publications jeunesse, le second s'est distancié de cette étiquette en se contentant de publications jeunesse sans attaches religieuses explicites dans une grande partie de ses marques. Fort de cette distinction, ce mémoire peut interroger le poids du positionnement éditorial de ces deux maisons d'édition dans leur production et dans leurs représentations de genre : quelles différences peuvent être perçues ?

[46] Groupe Fleurus, « Qui sommes-nous ? | Fleurus Presse ». https://www.fleuruspresse.com/qui-sommes-nous. Consulté le 20 mai 2017.
[47] Groupe Fleurus, « Editions Fleurus Jeunesse ». http://www.fleuruseditions.com/accueil.html. Consulté le 20 mai 2017.
[48] Se référer à la page 41.
[49] Groupe Bayard, « Site Bayard - Présentation et histoire > Histoire ». http://www.groupebayard.com/index.php/fr/articles/rubrique/art/10. Consulté le 20 mai 2017.

b. Deux grands groupes à la situation dominante sur le marché de l'édition jeunesse et de la presse

Malgré leurs origines assez semblables, Bayard et Fleurus se distinguent à présent par l'appartenance à deux grands groupes qui ont choisi des secteurs différents pour diversifier leurs activités. Ainsi, le groupe Bayard a grandi jusqu'à devenir un acteur majeur de la presse, de l'édition et du numérique, avec la construction d'une gamme jeunesse dans les années 70, l'ouverture à l'international la décennie suivante, le développement du marché web à partir des années 2000 ou encore l'acquisition de Milan Presse et Éditions Milan en 2004. En 2014-2015, il est représenté dans 16 pays et déclare un chiffre d'affaires total de 354,4 M€, dont 289,2M€ sont assurés par ses sociétés françaises[50].

Fleurus Éditions appartient quant à elle au groupe Média-Participation, créé à la suite de la fusion entre les éditions Fleurus et les éditions Mame[51]. Ce groupe a également mené une politique de développement offensive afin de s'étendre sur de multiples secteurs : outre la publication de livres, de presse, de bandes-dessinées et de mangas, il a diversifié ses activités dans le milieu du multimédia avec l'ouverture de studios d'animation, la vente de jeux vidéo ou encore le financement de chaînes de télévision. En positionnant ses marques distinctement sur différents secteurs, Média-Participation a également pris une place majeure sur le marché éditorial français jusqu'à être considéré comme le quatrième plus grand groupe du secteur en termes de chiffre d'affaires en 2014.

Le groupe Bayard est aujourd'hui lui aussi l'un des géants du marché français : il s'agirait du 4ème éditeur d'hebdomadaires, de revues ou de livres pour la jeunesse en France[52], et du « n°1 de la presse pour enfants et ados » selon son site internet[53]. Certaines données, relayées par les groupes eux-mêmes, sont à nuancer, mais on peut toutefois s'appuyer sur

---

[50] Groupe Bayard, « Informations financières > RAPPORT ANNUEL 2015-2016 ». http://www.groupebayard.com/index.php/fr/articles/rubrique/id/4. Consulté le 20 mai 2017.

[51] Pour une monographie complète sur les Éditions Mame, se référer à :
Boulaire, Cécile (dir.). *Mame : deux siècles d'édition pour la jeunesse*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, Tours : Presses universitaires François Rabelais, 2012.
« Axes de recherche ». Mame & fils (blog). https://mameetfils.hypotheses.org/axes-de-recherche. Consulté le 04 février 2018.

[52] « Groupe Bayard ». *Wikipédia*, 9 avril 2017. https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Groupe_Bayard&oldid=136254429. Consulté le 20 mai 2017.

[53] Groupe Bayard, « Bayard Jeunesse : Magazines et livres pour enfants ». http://www.bayard-jeunesse.com/. Consulté le 29 mai 2017.

une étude de 2009[54] sur les plus gros éditeurs pour la jeunesse en France pour évaluer leur positionnement : Bayard Jeunesse serait en troisième position avec 8% de parts de marché en nombre d'exemplaires et Fleurus en cinquième position avec 6% de parts de marché en nombre d'exemplaires[55].

La situation dominante de Fleurus et Bayard dans le secteur de l'édition jeunesse, hors presse, en fait un terrain particulièrement pertinent pour cette étude. Ce mémoire tente dès lors de proposer un panorama assez complet du traitement du genre dans leurs publications en comparant le fonctionnement de deux maisons d'édition qui évoluent en se modernisant ou non, chacune à leur façon.

II. Étapes de travail

Cette problématique a conduit à élaborer une méthodologie fondée sur la réalisation d'entretiens approfondis et l'élaboration d'une grille d'observation. La scientificité de l'analyse requérait également une posture réflexive et une capacité de distanciation indispensable sur un sujet sensible, auquel j'ai été attentive assez tôt de par ma propre trajectoire. Enfin, l'impératif de réflexivité amènera à aborder la notion de droit d'entrée du chercheur en interrogeant mes facilités et difficultés pour appliquer les méthodes choisies.

a. Se distancier du sujet et expliciter ses propres valeurs

La première étape appliquée dès le pré-mémoire fut celle de la distanciation vis-à-vis des présupposés. Selon les sociologues Raymon Quivy et Luc Van Campenhoudt[56], la démarche du chercheur ou de la chercheuse se décompose en trois actes : la rupture de l'individu face à ses idées préconçues, la construction d'hypothèses et de méthodes, puis l'expérimentation. La phase de rupture a été assez délicate pour la jeune femme que j'étais, particulièrement sensibilisée au sexisme et aux rapports de genre. En effet, le thème des

[54] « Les plus gros éditeurs pour la jeunesse en France », tableau Ipsos/*Livres Hebdo* n°798, 2009. p.68.
[55] Fleurus n'ayant pas créé un département spécifique permettant de fiabiliser les données statistiques, ce taux est mentionné à titre indicatif.
[56] Quivy, Raymond, et Luc Van Campenhoudt. *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris : Dunod, 1995.

stéréotypes de genre dans la littérature jeunesse s'est imposé à moi avec tout un ensemble de valeurs et de morales et les premières semaines de recherche ont été marquées par de grandes difficultés à entendre des discours différents de ceux auxquels j'étais habituée et en opposition directe avec mes convictions. J'appliquais alors une approche monothéiste[57] de mon sujet, percevant la réalité comme une vérité unique et exclusive que je détenais. Or, les concepts de la problématique elle-même étaient chargés d'ambiguïté et il a donc fallu prendre le temps d'étudier la polysémie des termes utilisés pour finalement mieux entendre la pluralité des discours sur le genre et leurs origines. J'ai dès lors appliqué une approche polythéiste à ce mémoire, en percevant la réalité comme une vérité plurielle, dépendante de la perception de chacun selon sa trajectoire et divers effets de contexte[58] (historique, socio-culturel, etc.). Ainsi, ce mémoire s'est inscrit dans une démarche scientifique d'étude des conditions sociales qui construisent certains discours, afin de mieux me distancer de mes propres à priori.

Ce mémoire repose également sur une distanciation entre le chercheur et le sujet de recherche lui-même. En effet, Max Weber rappelle qu'il ne suffit pas de faire preuve d'ouverture d'esprit pour mener à bien une recherche : un travail d'explicitation de ses propres valeurs est nécessaire afin de prendre conscience des présupposés qui pourraient être engagés inconsciemment dans l'étude et ainsi influencer sa perception et nuire à son objectivité[59]. Selon L. H. Groulx, ce travail de questionnement doit être constamment reproduit au fil des recherches sur la base d'une auto-analyse qui interroge l'ensemble des décisions de recherche en lien avec les conditions sociales du chercheur[60]. En respectant cette consigne, j'ai tenté de mener cette étude de la façon la plus neutre possible mais également d'analyser ses résultats avec un œil neuf, cherchant à me protéger au mieux de mes habitudes et de ce qui pourrait en temps normal m'apparaître comme des évidences.

[57] Narcy-Combes, Jean-Paul, et Marie-Françoise Narcy-Combes. « Épistémologie et méthodologie de la recherche dans le secteur LANSAD : qu'apporterait une harmonisation des pratiques ? » *ASp. la revue du GERAS*, nº 27-30 (31 décembre 2000). p. 243-251.
[58] *Id.*
[59] Weber, Max. « Essai sur le sens de la « neutralité axiologique » dans les sciences sociologiques et économiques (1917) ». In *Essais sur la théorie de la science*, traduit par Julien Freund. Paris : Plon, 1965.
[60] Groulx, L.H. « Le pluralisme en recherche qualitative : essai de typologie ». *Revue suisse de sociologie*, 25 (1999). p. 322.

b. Organiser des entretiens

Afin de confirmer ou infirmer ces hypothèses, ce mémoire se base en partie sur des entretiens semi-directifs réalisés avec des éditrices ou graphistes jeunesse de Bayard Jeunesse et de Fleurus Jeunesse et Mame. Ces entretiens avaient pour but de réunir des témoignages de professionnel.le.s de l'édition. Là encore, la distanciation vis-à-vis du sujet fut primordiale. En effet, m'identifiant bien davantage aux partisans et partisanes de l'égalité qu'aux dénonciateurs et dénonciatrices de la « théorie du genre », il m'a notamment été nécessaire de suspendre mes possibles jugements de valeur au cours de mes rencontres mais aussi de gommer la portée critique de mes opinions personnelles. Ce faisant, j'ai tenté de pallier l'une des principales difficultés de ce sujet, qui est la sensibilité du genre dans les discours publics.

Ce thème reste effectivement associé à plusieurs valeurs hétérogènes et à de possibles jugements présupposés par les enquêtées : en ignorant au préalable la position de ces dernières vis-à-vis du genre, il a été par exemple complexe de créer un guide d'entretien qui ne risquait pas de les froisser, et, ce faisant, qui les pousserait à ne pas répondre aux questions ou à le faire avec malhonnêteté. À l'inverse, j'ai constaté qu'un entretien bien préparé permettait de recueillir des témoignages multiples sans avoir à aborder frontalement la question du genre. De plus, la souplesse d'un entretien semi-directif a été la clé pour accompagner les enquêtées dans leur réflexion et obtenir ainsi des données non-anticipées au préalable, capables d'aider à l'approfondissement des hypothèses. Apparentée à une conversation plus qu'au déroulé d'un questionnaire, cette méthode a été construite sur la base d'un ensemble de questions principalement ouvertes (voir Annexe 1 – Modèle principal de la grille d'entretien). Dans le cadre de ce travail, il était question d'interroger les pratiques des enquêtées dans la production d'un titre jeunesse en discutant discrètement du genre, afin de mesurer leur sensibilité face aux représentations du masculin et du féminin. L'entretien est donc revenu sur la trajectoire personnelle et professionnelle des enquêtées, leurs choix en matière de titres publiés, leur indépendance vis-à-vis de la maison d'édition dans laquelle elles travaillent, leurs stratégies de ventes et leur public cible, mais aussi leur perception du genre et des polémiques qui l'ont accompagné dans les médias français, et enfin de leur rapport à la religion et aux interrogations sociétales et de la manière dont ils se traduisent dans le cadre du travail. La construction d'un guide avec des questions communes à l'ensemble des entretiens réalisés a permis d'obtenir des données qualitatives comparables, tout en laissant

une certaine liberté aux enquêtées. Cette pratique a permis d'éclairer des cas concrets et d'obtenir ainsi plus de détails.

La méthode des entretiens nécessite tout de même une certaine prudence vis-à-vis des propos recueillis. En effet, les enquêtées ont pu avoir tendance à tenir un discours édulcoré, gommant la réalité de leurs pratiques. Par exemple, si une question portant sur la valence différentielle des sexes a été trop frontalement abordée, elles ont pu se déclarer ferventes défenderesses de l'égalité hommes-femmes jusque dans leurs vies professionnelles tout en publiant fréquemment des ouvrages aux représentations de genre stéréotypées. Il a donc fallu recouper par la suite les discours et les analyser en adoptant une certaine distance, afin de comparer les différentes démarches et représentations évoquées, mais également coupler ces données avec une étude des catalogues de Bayard Jeunesse et de Fleurus Jeunesse.

b.i. Remarque : acquérir un droit d'entrée du chercheur

L'une des principales difficultés fut d'acquérir un droit d'entrée du chercheur, et notamment pour l'obtention des différents entretiens nécessaires à la résolution des hypothèses. En effet, cette démarche ne put s'appuyer que sur un unique contact préalable, une ancienne éditrice chez Bayard Jeunesse, qui se révéla au premier abord difficile à joindre. Un réseau plus important aurait permis d'entrer directement dans un échange avec les éditeurs et les éditrices souhaité.e.s. Pour pallier ce problème, j'ai tenté de recueillir un maximum d'informations sur mes cibles avant de les contacter afin de me présenter de la meilleure façon qui soit. L'enjeu était aussi d'avoir l'air crédible, et d'être capable de présenter mon sujet sans en dire trop sur le fond de ma recherche. Il s'agissait notamment de prendre soin aux termes utilisés, en préférant « masculin et féminin » au « genre » par exemple. J'ai également fait de mon mieux pour interroger mes collègues sur leur propre réseau, mais les employé.e.s de Bayard Jeunesse et particulièrement de Fleurus Jeunesse se sont malgré tout révélé.e.s difficiles à atteindre. Ainsi, mon premier entretien auprès du groupe Média-Participations aura eu lieu le 24 juin 2018, retardant nettement mon avancée ainsi que le rendu de ce devoir, et ne me permettant que de récolter l'expérience d'une éditrice travaillant sur les titres religieux.

Présentation des enquêtées

Le contenu de ce mémoire repose sur la réalisation de cinq entretiens d'environ 1h15 chacun, et d'un questionnaire envoyé par mail en complément. Les femmes étant statistiquement plus nombreuses dans le milieu de l'édition jeunesse, les enquêtées de cette étude sont toutes des femmes. Un effort a été toutefois apporté pour obtenir un panel aux âges variés et aux niveaux de professions divers, afin que les témoignages récoltés dressent un tableau de la réalité le plus fidèle possible.

Les enquêtées s'étant parfois exprimées sincèrement sur des sujets délicats au sein de leur maison d'édition, leurs noms sont remplacés par des lettres de l'alphabet. Leurs postes ne sont que vaguement évoqués dans un souci d'anonymat.

- L'enquêtée 1 travailla pendant 11 ans chez Bayard Jeunesse, au pôle commercial puis en tant qu'éditrice.
- L'enquêtée 2 fut apprentie assistante d'édition chez Bayard Jeunesse.
- L'enquêtée 3 est éditrice chez Bayard Jeunesse depuis 2 ans.
- L'enquêtée 4 travaille en graphisme chez Bayard Jeunesse depuis 9 ans. Elle a rejoint le groupe Bayard depuis plus de 20 ans.
- L'enquêtée 5 est éditrice depuis 5 ans au sein du groupe Média-Participation, chez Fleurus et Mame.
- L'enquêtée 6 fut rédactrice en chef de parutions chez Bayard Presse pendant 12 ans. Elle est aujourd'hui rédactrice en chef d'une revue critique de la littérature jeunesse.

c. Analyser les publications du corpus via une grille d'observation

c.i. Définition du corpus

À l'origine, la diversité des secteurs d'activité de Bayard et Fleurus au sein du marché éditorial était primordiale pour ce mémoire puisqu'il était question d'étudier la presse pour enfants en plus de l'édition jeunesse, dont l'importance croissante au sein du marché éditorial français associée aux nombreuses valeurs et attentes qui sont projetées sur ses publications font un objet de recherche pertinent. En incluant cet axe de recherche, ce mémoire visait à comparer les représentations de genre sur ces deux supports. Néanmoins, ce projet s'est avéré trop ambitieux au vu du temps réservé à cette étude. De plus, une recherche approfondie a permis de révéler que l'entité Fleurus Presse existe aujourd'hui en totale autonomie des autres marques Fleurus, puisqu'elles n'appartiennent pas aux mêmes groupes (Fleurus Presse a été racheté par Unique Heritage Media en 2015). L'analyse a donc été recentrée sur la seule production de Bayard Jeunesse et de Fleurus Jeunesse. Il s'est alors avéré nécessaire de délimiter le corpus à l'aide de plusieurs critères pour faire face à leur grand nombre de publications annuelles.

Tout d'abord, les livres étudiés sont tous publiés en France par un.e auteur.e écrivant en français. Ainsi, cette étude se concentre sur les pratiques des acteurs et actrices du livre en France, pour rendre compte de la sensibilisation au genre des auteur.e.s et des illustrateurs et illustratrices français.e.s. Cela écarte également les traductions qui ont un statut propre du fait du travail qui peut être apporté pour adapter le texte et les illustrations, plus ou moins librement selon le contrat d'achat de droits. Les publications en langues étrangères ou bilingues ont quant à elles été exclues pour des raisons de faisabilité.

En complément, cette recherche a retenu un critère d'âge du public cible. Selon Bertrand Ferrier, l'édition chrono-spécifique (qui s'adresse à un âge déterminé) ne constitue pas une véritable caractéristique éditoriale[61], mais on ne peut ignorer que les publications jeunesse n'abordent pas les mêmes thèmes et ne les traitent pas de la même façon selon l'âge de ceux et celles à qui elles s'adressent. De plus, ce critère semble indispensable à prendre en compte lorsque l'on aborde la question du genre. En effet, dans son livre *Filles-garçons,*

[61] Ferrier, Bertrand. *Les livres pour la jeunesse : entre édition et littérature*. *Op. cit.,* p. 22.

socialisation différenciée ?, Anne Dafflon Novelle récapitule les trois étapes de construction identitaire énoncée par Lawrence Kohlberg[62] :

- À partir de 2 ans environ, les enfants sont capables d'identifier les sexes selon des caractéristiques socioculturelles comme la coiffure ou les vêtements. On parle d'« identité de genre ».
- Vers 3-4 ans, les enfants comprennent que le sexe d'un individu est une donnée stable au fil du temps. Néanmoins, ils peuvent toujours se méprendre sur le sexe d'un individu selon les attributs socioculturels de celui-ci (une personne de sexe masculin portant une jupe et de longs cheveux pourrait être de sexe féminin). On parle de « stabilité de genre ».
- Entre l'âge de 5 et 7 ans, les enfants réalisent que le sexe est stable à travers le temps et les situations. On parle de « constance de genre ».

Ainsi, la perception des sexes et l'apprentissage des rôles sociaux et des valences différentielles qui y sont associés commencent dès le plus jeune âge, et il paraît donc pertinent d'étudier les publications adressées aux jeunes enfants, de manière à percevoir les représentations qui leur sont proposées. En prenant appui sur l'analyse ci-dessus, ce mémoire a donc été recentré uniquement sur les ouvrages à destination des enfants de 2 à 7 ans, excluant de ce fait les titres appartenant à ce qu'on appelle communément la « littérature jeunesse ». Cette sélection par tranche d'âge permet d'étudier les représentations proposées au jeune enfant, dès la phase d'identité de genre, puis de suivre celles qui influencent sa perception des rôles de sexe jusqu'à la phase de constance de genre.

Le genre littéraire le plus pertinent dans les publications 2-7 ans s'est avéré être l'album. Son intérêt réside dans sa lecture plurielle : l'enfant doit d'une part comprendre le texte mais aussi l'image, et leur interaction. En effet, les albums se définissent à la fois par leurs formats particuliers et par leur contenu, avec souvent une prépondérance de l'image sur le texte[63]. On distingue d'ailleurs les albums illustrés, dont les illustrations accompagnent le texte en étant conçues parallèlement ou séparément comme c'est le cas dans un imagier ou dans un abécédaire, des albums narratifs, dont la lecture passe successivement par le texte et

[62] Kohlberg, Lawrence. « A cognitive-developmental analysis of children's sex role concepts & attitudes » In *The development of sex differences,* E.E. Maccoby (Ed). Stanford : University Press.
[63] Dupont-Escarpit, Denise. *La littérature de jeunesse : itinéraires d'hier à aujourd'hui*. *Op. cit*,. p. 279.

les images afin de prendre son sens le plus complet[64]. Enfin, on parle aussi d'albums documentaires, qui abordent un thème ou un sujet précis avec des textes explicatifs et divers documents en guise d'illustrations (photographies, dessins, cartes, etc.)[65]. Dans leur pluralité, les albums sont souvent considérés comme un support privilégié pour l'éveil, l'apprentissage de la lecture et la socialisation[66]. Ce genre littéraire est donc pertinent à étudier sous le prisme du genre puisqu'il permet de remarquer des différences entre le contenu textuel et visuel des livres, mais également entre le degré d'implicite et d'explicite des représentations genrées dans les publications jeunesse.

Le choix de l'étude spécifique des albums écarte automatiquement de nombreux autres types de publications jeunesse, tels que les cahiers d'activités ou les coffrets, mais aussi, dans le cadre de l'édition catholique, les titres exclusivement religieux comme la Bible ou les livres de prière. Souhaitant se concentrer sur l'univers de la fiction et sur les représentations latentes qu'elle comporte, à l'inverse des représentations probablement plus explicites de la non-fiction, ce mémoire a aussi exclu les albums documentaires à l'exception de ceux d'éveil à la foi, qui semblent indispensables pour mieux comprendre les valeurs que Bayard Jeunesse souhaite transmettre à la jeunesse.

Enfin, ce mémoire porte sur une période temporelle ciblée afin d'observer l'évolution des collections et des publications de Bayard et de Fleurus Jeunesse au fil des années, et de relever ou non des changements dans leurs représentations du genre. Le corpus a pour cela été réduit à la période 1993-1995, 2003-2005 et 2013-2015. Cette triple sélection vise à permettre de comparer les résultats et juger de l'influence des évolutions sociétales intervenues entre ces trois périodes. Le tronçon 2013-2015 a ainsi été sélectionné pour rendre compte des publications des maisons d'édition du corpus à la suite des nombreuses polémiques de genre des années 2010, tandis que les écarts de dix ans pour les tronçons précédents ont été choisis dans le but d'obtenir des résultats plus significatifs.

---

[64] Van der Linden, Sophie. *Album-s*. Arles [Conflans-Sainte-Honorine] : De Facto et Actes Sud, 2013. p. 82-85.
[65] « L'album de jeunesse : pour un enrichissement intellectuel et moral de l'enfance ». *La salle des profs*, 15 avril 2012. http://salledesprofs.org/album-de-jeunesse-pour-un-enrichissement-intellectuel-et-moral-de-lenfance/. Consulté le 1er février 2017.
[66] Epiphane, Dominique. « My tailor is a man... La représentation des métiers dans les livres pour enfants ». *Travail, genre et sociétés* 2, nº 18 (2007). p. 65-85.

c.ii. Choix de l'approche d'analyse : les représentations sexuées

En s'appuyant sur une grille d'observation détaillée, ce mémoire propose une étude complète des représentations de genre dans les publications de son corpus. Deux approches ont été envisagées pour cette étude : une analyse des représentations stéréotypées, ou une analyse des représentations sexuées[67]. Si la première approche semblait être la plus propice à relever des formes de discriminations entre les hommes et les femmes, elle s'est révélée également la plus subjective, incomplète et non-reproductible sur le long-terme. En effet, la définition de ce que l'on considère être, ou non, un stéréotype dépendrait du contexte culturel du chercheur et de sa sensibilité à la question – sensibilité qui, comme nous l'avons évoqué plus tôt, et très importante dans mon cas. De plus, se concentrer sur la recherche spécifique de stéréotypes conduirait probablement à l'ignorance d'autres points d'intérêts dans les représentations, mais également à la négligence de certains ouvrages au profit des publications les plus stéréotypées. Ceci ne permettrait alors pas de mener une analyse complète ou de percevoir une évolution de la production des maisons d'édition. Pour toutes ces raisons, ce mémoire est basé sur une étude des représentations sexuées, qui consiste à analyser l'ensemble des identités sexuées et la part de leurs rôles de genre dans les publications jeunesse du corpus. Les personnages des publications seront notamment au cœur de la recherche, en ce qu'ils incarnent les représentations de genre via les qualités, les rôles, les actions, les lieux ou les interactions qui leurs sont associés selon leur sexe[68]. Cette méthode apporte cette fois des données quantitatives au mémoire, complétant celles recueillies en entretien : elle fait apparaître des tendances générales à chaque période considérée, mais aussi une possible évolution entre ces périodes ; elle permet de comparer Bayard et Fleurus Jeunesse, ainsi qu'à l'interne, les collections et les titres de ces deux maisons d'édition.

iii.iii. Construction de la grille d'observation

L'analyse du corpus a été construite en deux étapes : d'une part, une étude générale basée sur les informations bibliographiques et les couvertures, d'autre part, une étude qualitative plus approfondie de certaines collections à partir de titres emblématiques,

[67] Brugeilles, Carole, et Sylvie Cromer. « Comment promouvoir l'égalité entre les sexes par les manuels scolaires ? Guide méthodologique à l'attention des acteurs et actrices de la chaîne du manuel scolaire ». Paris : Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, 2015. p. 28-30.
[68] Id.

particulièrement représentatifs de Bayard et de Fleurus Jeunesse ou à première vue intéressant pour notre thème.

Une première partie de cette grille recense les informations bibliographiques de l'ouvrage (année de publication, éditeur, titre, auteur.e.s, illustrateur.rice.s, collection ou titre d'ensemble, âge du lectorat, et sexe de.s auteur.e.s). Puis, elle aborde les éléments les plus évidents des couvertures : celles-ci ont-elles visuellement un caractère neutre ou différencié (masculin ou féminin) ? S'il y a un nom de personnage dans le titre du livre, est-ce un personnage masculin, féminin ou neutre ? Quel est le sexe du ou des personnages représenté(s) en couverture ? Et, afin de me permettre de me souvenir de chaque couverture au besoin : quelle est la situation représentée sur l'illustration de couverture ?

Par la suite, la grille d'observation se concentre sur les représentations des personnages principaux et secondaires, toujours en couverture. On énumère et quantifie alors, en plus des informations relevées précédemment :

- la proportion des personnages masculins, féminins et neutres ou indéterminés
- l'âge des personnages selon leur sexe (bébé, enfant, adolescent, adulte, vieux)
- le rôle des personnages selon leur sexe (principaux ou secondaires)
- les caractéristiques associées aux personnages selon leur sexe (les attributs de sexuation, comme la coiffure ou les vêtements, les traits de caractère, les couleurs qui leur sont associés)
- la présence des stéréotypes selon les sexes
- la posture des personnages selon leur sexe
- les lieux associés aux personnages selon leur sexe
- la proportion des personnages représentés dans des sphères sociales privées, amicales, familiales, dans des activités domestiques et dans des activités professionnelles
- la proportion des personnages représentés en groupe selon leur sexe[69]

[69] La plupart de ces pistes de recherche sont inspirées d'études déjà réalisées, de guides méthodologiques et de grilles d'analyse. On peut notamment se référer au guide de Carole Brugeilles et Sylvie Cromer, « Comment promouvoir l'égalité entre les sexes par les manuels scolaires ? Guide méthodologique à l'attention des acteurs et actrices de la chaîne du manuel scolaire » (op. cit.) ainsi qu'à l'étude « Les représentations du masculin et du féminin dans les albums illustrés ou Comment la littérature enfantine contribue à élaborer le genre » de Carole Brugeilles, Isabelle Cromer et Sylvie Cromer (op. cit.).

À ce stade, la grille d'observation compte trente-six critères dont quatre questions ouvertes. Les critères distinguent les personnages principaux des personnages secondaires. Ces informations sont recueillies individuellement puis traitées collectivement sur un fichier Excel afin de pouvoir être aisément comparées. Elles donnent une idée précise de la production jeunesse de Bayard et de Fleurus pendant les périodes choisies, témoignant de la sorte d'une certaine évolution ou non dans leurs publications et permettant également d'être comparées avec les résultats d'études futures. Elles répondent surtout à leur objectif de mesurer les représentations de genre dans les publications jeunesse de Bayard et Fleurus.

Cette première phase de l'observation permet aussi de relever des titres pertinents pour constituer la base de recherche de la seconde phase. Celle-ci se construit alors sur une analyse approfondie par fiche de titre, nécessitant la lecture des ouvrages concernés, et contient mes notes de lecture ainsi qu'une analyse des rôles de genre du récit. Il a été notamment tenté de prendre en compte le degré d'implicite et d'explicite de représentations de genre, en observant à la fois les textes et les images. En effet, l'organisation interne de la publication peut témoigner elle aussi d'une certaine sensibilité ou non au genre, en hiérarchisant certaines identités sexuées et en véhiculant des représentations différentes, plus ou moins perceptibles par les lecteurs et les lectrices. Il est important de noter que ce degré s'est révélé finalement difficilement mesurable, pour des raisons qui seront abordées au cours du développement.

Par ailleurs, l'observation des titres a permis de repérer certains albums qui ne paraissaient finalement pas pertinents pour cette étude : ont ainsi été éliminé les produits dérivés de contes traditionnels (*Cendrillon*, *La Belle et la Bête*, etc) et les licences (*Le Petit Prince, Dora L'exploratrice*), sans véritable apport créatif ou travail d'auteur, ainsi que les titres sans aucun personnage humain ou anthropomorphique ou encore les livres-jeux type cherche et trouve (*La famille Oukilé*).

Hypothèses

I. Sur les représentations du genre dans le corpus

a. Une répartition inégale de la production différenciée et des rôles de sexe stéréotypés

Via sa couverture, le livre se positionne et se construit un destinataire. Les publications jeunesse contemporaines sont ainsi plutôt à destination des garçons ou des filles, groupes distincts et repérables par les illustrations, les thèmes abordés ou des symboles explicites. Aujourd'hui, plus visibles mais pas forcément plus nombreuses, les publications pour filles seraient plus marquées que celles destinées aux garçons, qui représenteraient finalement la neutralité ou « la norme ». Les publications de Bayard et de Fleurus Jeunesse auraient tendance à reprendre cette séparation.

Les titres étudiés, chez Bayard comme chez Fleurus Jeunesse, reprendraient également dans leur ensemble les rôles de genre traditionnels et donneraient ainsi à voir un monde binaire, basé sur des différences évidentes entre les sexes que ce soit au niveau des comportements des personnages, des illustrations ou des valeurs qui sont liés au sexe masculin ou féminin. Néanmoins, ces représentations stéréotypées des rôles de sexe seraient présentes dans les illustrations plus que dans les textes, se dissimulant ainsi d'une façon implicite dans l'ouvrage et étant donc moins repérable par le lecteur ou la lectrice mais aussi par les concepteurs et les conceptrices du livre (éditeurs et éditrices, auteur.e.s, illustrateurs et illustratrices).

b. Des rôles de sexe et des orientations sexuelles invisibilisé.e.s au profit de la société « hétéro-centrée »

Les femmes seraient les premières pénalisées par la valence différentielle des sexes représentée dans les publications de Bayard et de Fleurus Jeunesse. Mais on peut supposer que d'autres groupes sont également invisibilisés, tels que les couples homosexuels, les personnes intersexes (morphologiquement mâle et femme, aussi appelées hermaphrodites), transsexuelles (en transition d'un corps masculin à un corps féminin ou l'inverse grâce à des

procédés médicaux) ou transgenres (ayant les attributs d'un sexe mais le sentiment d'appartenir à un autre). Ceci serait dû à un désintérêt de Bayard et Fleurus Jeunesse, voire à une volonté de respecter les tabous de certains de leurs lecteurs et lectrices, ou des personnes militantes anti-genre voire homophobes, en se contentant de la représentation d'une société hétéro-centrée. Les détracteurs et les détractrices de la « théorie du genre » ont en effet en commun le souhait de protéger l'enfance contre une supposée perversion liée à la fluidité du genre qui passerait par différentes sphères culturelles dont le livre[70]. De plus, selon leur analyse, défendre la différence des sexes reviendrait à protéger la capacité de reproduction de l'être humain mais aussi une certaine idée de l'amour en tant que complémentarité naturelle entre un homme et une femme[71], telle qu'elle est présentée dans les textes religieux. La famille comme l'Église catholique l'entend, avec un homme et une femme en guise de parents, serait dès lors nettement valorisée dans les publications de Bayard Jeunesse, mais également dans les publications de Fleurus Jeunesse.

II. Sur le travail des éditeurs en amont

a. Un positionnement éditorial diversifié mais prudent pour toucher un public hétérogène

Comme énoncé précédemment, Bayard et Fleurus Jeunesse comptent parmi les principaux éditeurs de titres jeunesse en France en termes de parts de marché en nombre d'exemplaires[72]. Il est donc facile d'imaginer que leur ligne éditoriale serait soumise à des objectifs financiers importants, qui encourageraient voire obligeraient les éditeurs à faire certains choix. Ainsi, Bayard et Fleurus Jeunesse miseraient sur des publications qui ne représenteraient pas un important risque financier, et la mise en place de titres variés et genrés seraient un moyen de toucher un maximum de lecteurs. De plus, avec plusieurs centaines de parutions par an, les éditeurs et éditrices de telles maisons n'auraient qu'un temps limité de production par publication et ne s'attarderaient donc pas sur chacune d'entre elles, ce qui expliquerait une certaine forme de négligence du genre.

[70] Levet, Bérénice. *La Théorie du genre ou Le Monde rêvé des anges*. Paris : Bernard Grasset, 2014. p. 13.
[71] *Id.* p. 27-29.
[72] « Les plus gros éditeurs pour la jeunesse en France », tableau Ipsos/*Livres Hebdo* n°798, 2009. *Op. cit.,* p.68.

Afin de promouvoir au mieux les valeurs de leur marque ou du groupe auquel ils appartiennent, Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse auraient également en commun la volonté d'éviter les sujets potentiellement polémiques et laisseraient donc de côté celui du genre. Il s'agirait de protéger leur image de marque d'une mauvaise publicité, que ce soit auprès des dénonciateurs et dénonciatrices de la théorie du genre que des partisans et partisanes de l'égalité, ou encore des personnes ne souhaitant pas s'associer au débat. Les éditeurs et les éditrices percevraient donc le genre comme une question politique plutôt qu'un domaine d'étude ou un regard nouveau à porter sur la société. On pourrait alors s'interroger sur la possible existence d'une « charte », d'un consensus, ou d'un certain contrôle en interne des publications et des valeurs partagées par les maisons d'édition du corpus de ce mémoire. Il est notamment facile d'imaginer une attention toute particulière portée aux publications d'éveil à la foi de Bayard.

b. Des stéréotypes reconduits inconsciemment

La production essentialiste évoquée un peu plus tôt ne résulterait pas d'un parti pris de la part des éditeurs et éditrices, ni d'un choix éditorial revendiqué. Au contraire, le fait de ne pas aborder des thèmes sensibles tels que celui des sexualités dépendrait en fait plutôt de codes sociaux que les éditeurs et éditrices auraient intégrés au cours de leur propre socialisation primaire. De la même façon, les stéréotypes de genre seraient plutôt reconduits de manière inconsciente, considérés comme la norme dans les livres jeunesse voire comme une représentation adéquate de la réalité. Si les questions délicates, de sexisme explicite ou de discrimination par exemple, pourraient être prises en compte chez Bayard comme chez Fleurus Jeunesse, notamment avec une certaine prudence recommandée au sein des équipes, le traitement explicite du genre ne rentrerait pas dans la production d'un ouvrage. Il y aurait alors peu de prudence ou négociations avec les auteur.e.s eux-mêmes, leurs propositions n'étant que très rarement perçues comme problématiques.

Bilan

En portant un premier regard sur les publications de maisons d'édition historiquement catholiques, ce mémoire vise à compléter des études déjà réalisées sur les représentations du genre dans l'édition jeunesse. En effet, cette recherche part d'un constat selon lequel le genre est un domaine qui disperse, souvent parce qu'il est méconnu ou paré de sens pluriels qui sont reliés à des idéologies, des valeurs, et parfois des dogmes religieux. Or, les publications du marché éditorial français jouent un rôle majeur dans la construction et la déconstruction des discours portés sur le genre, mais également dans le relai de représentations genrées plus ou moins explicites qu'il est pertinent de relever. Que signifie la présence de représentations sexuées dans les publications jeunesse pour la socialisation de l'enfant ? Comment les professionnel.le.s du livre de maisons d'édition jeunesse historiquement catholiques la perçoivent-iels ?

En analysant spécifiquement le travail des éditeurs et éditrices de Bayard et de Fleurus Jeunesse, ce mémoire se propose de saisir les enjeux liés aux genres qui peuvent intervenir ou au contraire être ignorés lors de la conception d'une publication jeunesse dans une maison d'édition historiquement catholique. Afin de vérifier la plausibilité des propos tenus par les éditeurs et les éditrices lors d'entretiens, cette analyse sera accompagnée d'une étude des catalogues qui témoignera de la réalité des pratiques contemporaines. Ce mémoire permettra ainsi de faire le lien entre deux thèmes majeurs dans l'Histoire de l'édition jeunesse : la fonction didactique et souvent moralisatrice qu'on lui associe, longtemps liée aux valeurs promues par l'Église catholique en France, ainsi que le sujet du genre, fortement représenté dans les publications pour enfants et bien souvent d'une façon simplifiée voire stéréotypée.

I. L'organisation de maisons catholiques au pôle de grande production

Dans l'ouvrage *Les règles de l'art, genèse et structure du champ littéraire*[73], le sociologue Pierre Bourdieu distingue deux logiques de production et de diffusion de la littérature : la logique de grande production/diffusion, dite « commerciale », et la logique de diffusion restreinte. Par leur taille et leur importance sur le marché éditorial français, Bayard et Fleurus Jeunesse semblent appartenir automatiquement au pôle de grande production, c'est-à-dire avoir pour objectif la rentabilité économique à court terme – contre un profit plus symbolique de reconnaissance au pôle de diffusion restreinte.

Ce premier chapitre vise tout d'abord à vérifier si cet à priori correspond à la réalité. Puis, il interroge les particularités contemporaines de ces maisons historiquement catholiques : Bayard et Fleurus Jeunesse appréhendent-elles de la même façon leur développement en tant que tel ? Comment tentent-elles de prospérer dans une société laïcisée ? Enfin, cette partie a pour objectif d'étudier le poids des pressions extérieures, commerciales, sur le travail des éditeurs et éditrices de Bayard et Fleurus Jeunesse : qu'implique ce positionnement sur le marché lors de la conception d'un projet jusqu'à sa commercialisation, et où se place le genre au milieu de ces problématiques ?

[73] Bourdieu, Pierre. *Les Règles de l'art : Genèse et structure du champ littéraire*. Paris : Le Seuil, 1998.

A. L'édition religieuse jeunesse en France, composition et enjeux

a. Un marché de niche centré sur la chrétienté

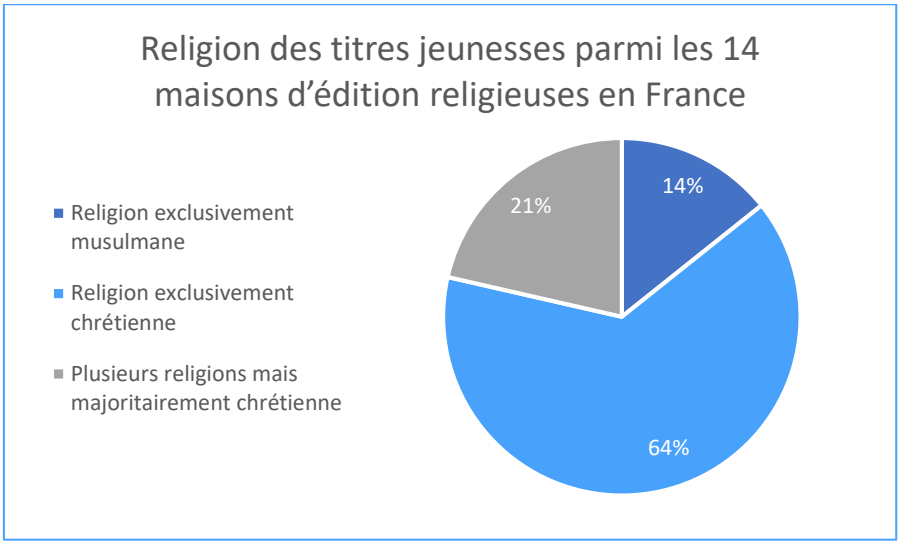
Le marché de l'édition religieuse en France a fait l'objet de peu d'études récentes et cela est d'autant plus vrai dans le cadre de l'édition jeunesse. Plutôt que de porter sur l'ensemble du secteur, les études existantes apportent plutôt un éclairage sur une maison d'édition religieuse particulière et la « dynastie éditoriale » qui l'accompagne. Par exemple, Hervé Serry s'est intéressé en 2015 aux éditions du Seuil[74], et une équipe de quatorze chercheurs et chercheuses sous la direction de Cécile Boulaire ont analysés les éditions du Cerf en 2018[75]. De même, il n'existe pas de catalogues évidents listant les différentes maisons d'édition religieuses françaises. Il a donc fallu pour ce mémoire mettre en place une veille informatique proactive afin de recenser les différentes maisons d'édition actives aujourd'hui dans le secteur de l'édition jeunesse (voir Annexe 2 – Veille proactive des maisons d'édition religieuses françaises spécialisées dans la jeunesse).

Conçue et menée de janvier à mars 2018, cette veille a permis de recenser quatorze maisons d'édition que l'on peut qualifier de « religieuses », de par l'orientation de leurs publications et leurs propres revendications, qui produisent des titres à destination d'un jeune public : Albouraq, Artège, les Éditions de l'Atelier, Bayard, les Éditions du Cerf, Béatitudes, les Éditions l'Emmanuel, les Éditions jésuites, Mame, Médiaspaul, Olivétan, Pierre Téqui, Salvator, et Solim-Tawhid. Il est important de noter qu'il s'agit ici de maisons d'édition ouvertement religieuses, et non de certaines ayant une ligne éditoriale penchant vers la spiritualité. Cette liste exclut aussi les maisons d'édition historiquement catholiques qui ne publient plus aujourd'hui de titres religieux.

Le premier enseignement de cette veille est la taille infime du marché de l'édition religieuse jeunesse en France, qui équivaut de fait à un marché de niche. Par ailleurs, parmi ces maisons d'édition, une grande majorité semble concentrer leur ligne éditoriale autour d'une seule religion lorsqu'il s'agit des publications jeunesse : il en va ainsi de Bayard ou de

[74] Serry, Hervé. *Aux origines des Éditions du Seuil*. Paris : Le Seuil, 2015.
[75] Boulaire, Cécile (dir.). *Mame : deux siècles d'édition pour la jeunesse*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, Tours : Presses universitaires François Rabelais, 2012. *Op. cit.*

Mame, par exemple. La religion en question est très majoritairement chrétienne, comme l'illustre le graphique suivant.



Si Fleurus Éditions ne s'étend plus ouvertement sur son ancrage religieux, l'autre maison d'édition à l'origine du groupe Média-Participation, Mame, a conservé son identité initiale. Or, Jusqu'en janvier 2017, les différentes publications des marques Fleurus provenaient d'ailleurs de l'entité Fleurus-Mame : la réorganisation des marques sous le nom de Fleurus a ensuite permis de distinguer Fleurus Family, Fleurus Jeunesse et Fleurus Enfants de Mame, qui a repris l'ensemble des publications catholiques. Cette maison d'édition, dès le XIXe siècle pensée comme un moyen de « délivrer un message chrétien, et plus encore, bâtir une société chrétienne au travers du livre pour la jeunesse »[76] et ayant à l'époque le « monopole de l'édition religieuse »[77] en France, se distingue toujours aujourd'hui par sa place importante au sein de l'édition religieuse du pays. Ainsi, de par son lien étroit à une maison d'édition religieuse et un groupe catholique puissant, mais aussi par sa place privilégiée dans le marché de l'édition et de la presse jeunesse, ainsi que sa rivalité historique

[76] Villerbu, Tangi. « Mame propagateur de la foi ». In *Mame : deux siècles d'édition pour la jeunesse*, Boulaire, Cécile (dir.). Rennes : Presses universitaires de Rennes, Tours : Presses universitaires François Rabelais, 2012. *Op. cit*. p.187.

[77] Réponse d'Alfred Mame, arrière-petit-fils d'Alfred Mame, à la question : « Pouvez-vous préciser les rapports qu'entretenait Mame avec le monde catholique ? ».
Association Hôtel Mame-centre culturel, et Institut Mémoires de l'édition contemporaine. *Mame, Angers-Paris-Tours : deux siècles d'histoire du livre*. Tours : Association Hôtel Mame-centre culturel, Paris : Institut Mémoires de l'édition contemporaine, 1989. p.7.

avec Bayard Jeunesse, Fleurus reste fréquemment associé au marché de l'édition religieuse ce qui en fait un cas atypique dans le secteur.

b. Des lignes éditoriales distinctes pour un fort potentiel de développement

Un marché de niche implique plusieurs particularités, dont celle de pouvoir générer des marges plus élevées en misant sur une concurrence plus faible que dans d'autres types de marchés. Dans le cas du marché de l'édition religieuse jeunesse, la concurrence est effectivement mineure et menée par de nombreux acteurs qui n'ont pas forcément vocation à publier de nombreux titres ou à poursuivre un public large : leurs ouvrages jeunesse répondent plutôt à une envie ponctuelle de compléter un catalogue adulte afin de répondre à une demande précise du public. Cela explique que la production religieuse de titres pour enfants soit réduite et principalement composée de documentaires ou de biographies, abordant par la non-fiction les préceptes de la foi que voudraient partager des parents avec leur famille. Par ailleurs, la plupart des œuvres religieuses jeunesse présentent une esthétique peu attrayante, marquée par des illustrations très datées et un manque d'attractivité des titres auprès du grand public. Sur ces deux points, Bayard se distingue de ses concurrents.

En effet, Bayard Jeunesse est principalement remarquable par la taille importante et la diversité de son catalogue. Avec près de 400 nouveautés publiées par an[78], il se construit un catalogue riche et accessible à tous les publics, avec aussi bien des albums pour les tout-petits que des romans, des documentaires ou encore des bandes-dessinées. Mais surtout, Bayard Jeunesse trouve l'équilibre entre publications traditionnelles et ouvrages d'« éveil religieux », qui ciblent les enfants de 2 à 11 ans. On y trouve ainsi des titres tels que *Mes prières en images*[79] ou *Les questions des tout-petits sur les méchants*[80], destinés à accompagner l'enfant dans sa découverte de Dieu et de la culture chrétienne. De la même façon, le catalogue de périodiques de Bayard Presse comporte une section « éveil à la foi » qui

[78] Nombre évalué d'après les témoignages des employées de Bayard rencontrées en entretien
[79] De Lambilly, Elisabeth, et Charlotte Roederer. *Mes Prières en image*. Montrouge : Bayard jeunesse, 2016.
[80] Aubinais, Marie, Amélie Dufour, et Anouk Ricard. *Les Questions des tout-petits sur l'amour*. Montrouge : Bayard jeunesse, 2013.

propose trois magazines, adaptés aux différents âges. Sur le site qui leur est consacré[81], on peut lire la visée de ces publications religieuses :

> *« Éveiller [l]a spiritualité [de l'enfant], développer son intériorité, s'ouvrir au monde, aux autres et peut-être accompagner ses premiers pas dans la foi. »*

Ainsi, le groupe Bayard semble s'adresser à deux publics bien particuliers : un lectorat susceptible de consommer ses publications jeunesse traditionnelles, qui respecte les valeurs portées par le groupe, et un lectorat religieux, à la recherche de titres qui permettraient spécifiquement à leur enfant de « bien grandir dans la foi », selon les termes du site Éveil à la foi[82]. Chez Fleurus, la démarche apparaît plus discrète : sans proposer de titres religieux, la maison d'édition offre un catalogue extrêmement complet à son public, où les thèmes et leur traitement respectent là encore les attentes les plus larges. Fleurus Jeunesse semble profiter ainsi des ventes prometteuses d'ouvrages traditionnels tout en jouissant de sa réputation en tant que maison-sœur de Mame, gage de qualité pour le public de celle-ci.

B. Grand public et conservateur, deux identités difficilement compatibles

a. La cible des catholiques CSP+

Le lien à la religion revendiqué par les groupes des maisons d'édition historiquement catholiques que ce mémoire étudie les conduits à rencontrer une problématique de positionnement sur le marché vis-à-vis de leur public cible. En effet, si Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse affirment s'adresser « au plus grand nombre », expression utilisée à plusieurs reprises par différentes enquêtées, leurs publications ne manquent pas également d'être achetées et lues par un public lui aussi sensible à certaines valeurs religieuses. L'enquêtée 1 indique par exemple que la ligne éditoriale de Bayard Jeunesse se veut « démocratique », mais que le « cœur de cible historique » de la maison sont les « CSP+ catho, très catho de droite ». L'enquêtée 5, elle, révèle en se basant sur son expérience chez Mame et Fleurus Jeunesse que « le public religieux est un public assez fidèle, qui pour l'instant

[81] Groupe Bayard, « Éveil à la foi des tout-petits ». http://www.eveilalafoi.fr/Eveil-a-la-foi. Consulté le 20 mai 2017.
[82] *Id.*

continue à se maintenir, à acheter des livres pour ses enfants. » Ainsi, les ventes de titres de Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse reposent en partie sur l'acte d'achat d'une population plutôt conservatrice adoptant un comportement quasi militant puisqu'il s'agit de transmettre une idéologie à la jeunesse, ou en tout cas se dirigeant en priorité vers des titres respectant leurs convictions religieuses.

Cela est particulièrement visible chez Bayard Jeunesse, où la consommation de titres du groupe relève presque de la tradition familiale. En effet, selon les dires des enquêtées, les prescripteurs et prescriptrices actuel.le.s de titres jeunesse Bayard sont fréquemment des grands-parents ou des parents ayant eux-mêmes baigné.e.s dans « la culture Bayard » en lisant les titres de presse lorsqu'iels étaient petit.e.s. À leur tour, ces personnes achètent donc des abonnements chez Bayard Presse pour leurs enfants, et arrivent par ce biais à l'achat de publications chez Bayard Jeunesse.

b. Fidéliser un public religieux : entre éthique-maison et tabous politiques

Or, il semble qu'un accord inexprimé existe entre les maisons d'édition historiquement catholiques et leur public conservateur, selon lequel il incombe aux professionnel.le.s de ces maisons de faire preuve de prudence ou de retenue dans leurs publications pour ne pas froisser ce public fidèle. Cela semble en tout cas avoir été intégré par les professionnelles interrogées en entretien, comme le montre les citations ci-dessous :

> *« Il n'y a pas de sujets interdits, après on sait que Bayard représente une certaine sensibilité qui n'admet pas forcément les sujets un peu trash et tout ça. Après c'est extrêmement flou et c'est complètement tacite. » (3)*

> *« Il faut juste garder une forme d'éthique par rapport à la ligne éditoriale, ça il faut l'avoir en tête parce que sinon tu t'achètes des emmerdes et puis c'est tout. » (4)*

Ces citations révèlent deux points importants. D'abord, les enquêtées 3 et 4 évoquent une « éthique-maison » ou une « sensibilité » à respecter, non-formulée explicitement par la direction mais tout de même comprise ou du moins interprétée par les différent.e.s employé.e.s de Bayard Jeunesse. Comme l'indique l'enquêtée 3, une marge de manœuvre

existe toutefois puisque cette caractéristique de Bayard reste « extrêmement floue ». Les autres enquêtées, du côté des Bayard Jeunesse comme de Fleurus Jeunesse, partagent cette impression : nul besoin, donc, que les règles soient inscrites clairement, dans un document interne par exemple, pour que les éditeurs et éditrices ou les graphistes aient conscience des limites de leur maison d'édition et s'y tiennent. Puis, l'enquêtée 4 aborde avec franchise les risques encourus par ceux et celles ne respectant pas « l'éthique-maison ». L'enquêtée 5 renchérit :

> *« Nos livres sont recommandés par certains publics parce qu'ils savent qu'il n'y a pas d'histoire de sexe à partir de 14 ans, ou euh… voilà, que les familles sont, j'allais dire, dans une norme qui leur paraît plus correcte. Je pense qu'effectivement notre public sait qu'il n'y aura pas de problèmes… » (5)*

Selon l'enquêtée 4 et l'enquêtée 5, les adultes consommateurs et consommatrices de titres Bayard Jeunesse ou Fleurus Jeunesse ont donc certaines attentes qu'il vaut mieux ne pas contrarier : elles font ainsi toutes deux référence aux nombreuses polémiques ou protestations que certains thèmes peuvent enclencher, et que Bayard Jeunesse comme Fleurus Jeunesse souhaitent éviter. En effet, il arrive fréquemment que ce public conservateur proteste explicitement lorsqu'un sujet ou son traitement ne lui convient pas. Chaque enquêtée a ainsi pu citer un ou plusieurs thèmes non ou peu traité(s) chez Bayard Jeunesse ou Fleurus Jeunesse car les professionnel.le.s, des éditeur.rice.s aux commerciaux.ales, ont intégré que cela pourrait représenter un danger pour la réputation de la maison d'édition. Ainsi, chez Bayard, l'enquêtée 4 assure que la ligne éditoriale vise à s'ouvrir à un public « le plus large possible » tout en nuançant :

> *« Il me semble qu'en jeunesse on n'ira pas sur des thèmes qui sont… pas en accord avec ce que pense le Pape ou ce genre de choses. (…) La sexualité, en documentaire elle est évoquée, mais on va pas faire un roman. »*

Le lien à la religion est dès lors clairement établi, y compris en dehors des publications religieuses. Mais il ne s'agit pas du seul frein aux publications de certains sujets : outre l'aspect religieux, celui politique est aussi mis en cause, comme le souligne la majorité des cas

polémiques dont ont pu se souvenir les enquêtées de cette étude. Les enquêtées 4, 1 et 2 se sont toutes rappelées, par exemple, d'une polémique suite à la publication d'un exemplaire du magazine *Youpi* en janvier 2017. Dans des fiches documentaires à la fin du n°352, une phrase maladroite remettait en question le statut d'État du pays Israël. Une fois cette formulation signalée par des lecteurs ou lectrices au Conseil représentatif des institutions juives de France, une demande officielle avait été faite afin de retirer de la vente le magazine[83]. Les professionnel.le.s du livre ont alors été choqué.e.s par les réactions des lecteurs et lectrices et la proportion de la polémique, comme le montrent les citations suivantes :

1 – Extrait polémique du magazine Youpi n°352.

> *« Dans un contexte déjà hyper-tendu, ça a été monstrueux, grand rabbin de France… Terrible. » (4)*

> *« La phrase était maladroite et en fait ça été repéré. Il a été livré… en pâture, ah non, mais ç'a été monstrueux, une boucherie. » (1)*

Il est intéressant de noter comme ces déclarations donne l'impression d'un moment marquant pour les éditeurs et éditrices concerné.e.s, les sujets polémiques étant apparemment pris très à cœur par l'ensemble des professionnel.le.s. D'autres sujets problématiques ont pu être évoqués au cours des entretiens, avec moins d'amplification :

> *« Il devait y avoir des héros chez* Astrapi *qui devait s'appeler Yann et Farida ou quelque chose comme ça, des personnages de BD, et Bayard recevait des courriers. Parce qu'il y avait Farida. » (4)*

> *« Il y a deux ans ils (Bayard) ont sorti un* J'aime Lire *sur des enfants syriens qui émigraient vers la France, enfin voilà un truc vraiment "espoir" et tout ça, et ils se sont pris une salve de courrier comme c'est pas permis disant "comment ! vous encouragez l'immigration illégale !" » (1)*

[83] « Israël "pas un vrai pays" : le magazine *Youpi* retiré des ventes », 25 décembre 2017. http://www.lefigaro.fr/international/2017/12/25/01003-20171225ARTFIG00102-israel-pas-un-vrai-pays-le-magazine-youpi-retire-des-ventes.php. Consulté le 04 février 2018.

Ainsi, les sujets qui ont fait le plus réagir le public de Bayard Jeunesse et de Fleurus Jeunesse ces dernières années abordaient de près ou de loin la question de l'immigration ou encore celle de conflits religieux, notamment israélo-palestinien, qui sont des thèmes présents dans les débats politiques actuels. Or, l'axe des plaintes reçues étaient généralement de nature agressive vis-à-vis d'une forme d'ouverture d'esprit transmise aux enfants. Le lien entre public catholique et droite conservatrice sur l'échiquier politique semble donc lui aussi se vérifier.

b.i. Le cas de la presse : sujets imposés et polémiques

La plupart des polémiques dont se rappellent les enquêtées touchent au domaine de la presse. Le risque de se trouver au cœur de polémiques en abordant des sujets considérés comme problématiques y est en effet décuplé. D'abord, la presse est avant tout un lieu d'actualité puisque les magazines peuvent faire écho à des évènements et débats de manière plus spontanée qu'un ouvrage qui prend du temps à être conçu et dont la durée de vie est sensiblement plus longue. La sensibilité des sujets qui y sont traités est donc plus importante. De plus, le fonctionnement sur abonnement modifie le rapport éditeur.rice / consommateur.rice puisque l'abonné.e ne sait pas précisément quel contenu iel recevra dans son magazine. Selon l'enquêtée 6, cela constitue la principale contrainte des éditeur.rice.s de presse :

> *« Vous ne pouvez pas expédier n'importe quoi dans une boite aux lettres et certains sujets ne peuvent pas être imposés au lecteur mais passent par un consentement, un choix particulier. »*

Certain.e.s professionnel.le.s, conscient.e.s de la sensibilité des consommateur.rice.s de presse pour enfants, peuvent vouloir éviter des thèmes qui leur paraissent alors problématiques, comme ce fut le cas de l'enquêtée 1 alors qu'elle travaillait dans l'équipe commerciale de Bayard Jeunesse :

> *« C'était un magazine qui avait un imagier sur les différences (…) et dans une famille y a deux papas et y a deux mamans. J'avais aucun problème pour parler de l'homosexualité, seulement là (…) ça arrive dans ta boite aux lettres, t'as pas choisi, tu te prends ça en lecture du soir avec ton gamin… »*

Malgré les réticences de l'enquêtée, la directrice éditoriale avait décidé de publier tout de même cet imagier et avait ensuite reçu de multiples lettres de plaintes. L'enquêtée 1 se rappelle aussi du magazine Astrapi et d'un petit texte « Comment on fait les bébés » :

> *« La rédac chef avait décidé d'écrire son texte en mettant "pour faire un bébé il faut deux adultes." (…) Les parents CSP+ catho de droite sont montés au cocotier (…) en disant "comment ça il faut 2 adultes, faut un homme et une femme !" C'était parti en eau de boudin et alors franchement là ouh !, tu peux recevoir des rafales de lettres. »*

À nouveau, les plaintes des lecteurs et des lectrices semblent perçues comme des attaques féroces par les professionnel.le.s de l'édition, et ces deux exemples soulignent bien la réactivité du public consommateur de presse pour enfants.

c. Diversifier son public pour gagner des parts de marché : une problématique commerciale

Néanmoins, comme évoqué précédemment, Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse ne souhaitent pas se contenter du marché de niche représenté par le public religieux. Il s'agirait de toute façon d'un pari dangereux puisque des maisons d'édition sans lien à la religion n'hésitent pas à faire parfois de ce public leur cœur de cible afin de gagner une petite part du marché, comme ce fut le cas des Deux Coqs d'Or avec le développement d'une gamme de livres religieux pour enfants. Afin de poursuivre leur développement et de conserver une position de leader dans le secteur de l'édition jeunesse, les deux entités que ce mémoire étudie ont donc tout intérêt à enrichir leur catalogue pour diversifier leur public. Or, ces développements peuvent prendre une direction inattendue pour qui connaît l'historique de ces maisons d'édition.

Pour l'enquêtée 3, par exemple, Bayard Jeunesse a tout d'une « boite un peu schyzo » puisqu'elle s'est construite sur la base d'un public « radical » et qu'elle se développe aujourd'hui avec un « côté de gauche, "on défend les opprimés et tout ça" », peu compatible avec le conservatisme de ses acheteurs et acheteuses historiques. Cette réalité témoigne d'une évolution de la maison d'édition plutôt en accord avec son époque, puisqu'elle tente de

se moderniser en quittant son image « vieille France », termes employés par l'enquêtée 3 et l'enquêtée 2. Les avis sont partagés entre les professionnelles du livre interrogées : certaines y voient une démarche commerciale, tandis que d'autres y trouvent plutôt une volonté d'être représentatif de la société et de s'ouvrir aux autres. Néanmoins, les enquêtées tombent d'accord sur un point : quelle que soit sa raison profonde, cette modernisation des contenus et ainsi de l'image de Bayard Jeunesse passe par des efforts constants. L'enquêtée 2 en donne ci-dessous un exemple pertinent :

> *« C'est toute la problématique chez Bayard, il n'y a rien qui leur vienne naturellement. Donc normalement c'étaient deux petits enfants blancs, Susie et Henri, et on pensait à (remplacer par) Susie et Medhi. J'ai vu des discussions assez vives à ce sujet. La question c'était "pourquoi encore un couple de blancs comme Bayard en fait depuis sa création ?", et puis les autres disaient "oui mais c'est un duo qui fonctionne, alors pourquoi est-ce qu'on le changerait ?" C'est devenu Susie et Medhi. (…) Je pense que le service commercial avait influencé, dit son mot. »*

Ainsi, certaines tentatives de changement chez Bayard Editions sont à l'origine de tensions en interne, avant même de pouvoir poser d'éventuels problèmes à des lecteurs ou lectrices après la publication du titre. De plus, cette citation révèle le rôle du service commercial dans ces débats : ici, la représentation d'un personnage issu d'une minorité a été perçue comme un facteur pouvant encourager les ventes qu'il fallait encourager. Comme ce sera évoqué par la suite, ce service tient une place de choix dans la justification de choix éditoriaux défendus par Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse.

C. L'ultra-segmentation de la production

a. Les héros et séries, marques de fabrique qui se déclinent à l'infini

Ce mémoire notait un peu plus tôt l'appartenance de Bayard et Fleurus Jeunesse au pôle commercial de l'édition jeunesse. Selon la logique de ce pôle décrite par Pierre Bourdieu, la valeur de leurs livres se mesurerait essentiellement à leurs ventes plutôt qu'à la singularité

de leur contenu : il ne s'agirait notamment pas de renouveler l'édition jeunesse avec des publications foncièrement originales, comme pourraient l'être des titres traitant ouvertement du genre, mais plutôt d'abreuver en continu le marché de nouveautés sans surprises afin de vendre un maximum de titres. Et en effet, l'une des forces économiques de Bayard et Fleurus Jeunesse semble se trouver dans leur capacité à créer des concepts bien différenciés, puis à décliner à foison les succès, dans la quête d'un effet boule de neige : les personnes ayant acheté le premier titre seront plus sensibles à un livre reprenant les mêmes « ingrédients », ceux-ci répondant à leur horizon d'attente[84].

Chez Bayard Jeunesse, l'équipe éditoriale Jeunesse puise ainsi régulièrement dans les magazines de Bayard Presse afin d'y trouver de nouveaux héros ou de nouvelles héroïnes et des idées de collections, comme l'expliquent ci-dessous les enquêtées 4 et 1 :

> *« Un jour Bayard a fait le constat que tout ce qui était vendu en presse et qui était de super bonne qualité, dans les magazines, ce contenu-là était un one shot et il ne servait plus après. Et donc toutes les collections, J'aime Lire, Belles Histoires, Je bouquine, enfin tout ce qui maintenant est devenu des collections de livres arrive directement de la presse. (…) On récupère ce fond, cette ligne éditoriale qui vient de la presse. » (4)*

> *« Quand t'es chez Bayard, t'as des vaches à lait où t'as pas de créa à faire. (…) On reprend et on refond l'édition, c'est-à-dire qu'on a juste un peu de maquette et puis on lance en fab. (…) Ça te donne si tu veux une vraie assise pour pouvoir te permettre de dégager de la marge et derrière faire des investissements sur des bouquins beaucoup plus gonflés, qu'on pourrait pas s'offrir si on n'avait pas le reste. » (1)*

Ici, l'enquêtée 1 souligne le système de péréquation auquel ont recours toutes les maisons d'édition en y apportant une nuance dans le cas de Bayard Jeunesse : parce que les titres à succès s'appuient sur les succès de la presse, leur bonne réception après publication en livre est assurée alors que leur première diffusion ne présente pas de risques financiers pour l'équipe de Bayard Jeunesse. Cette source quasi illimitée de succès éditoriaux représente

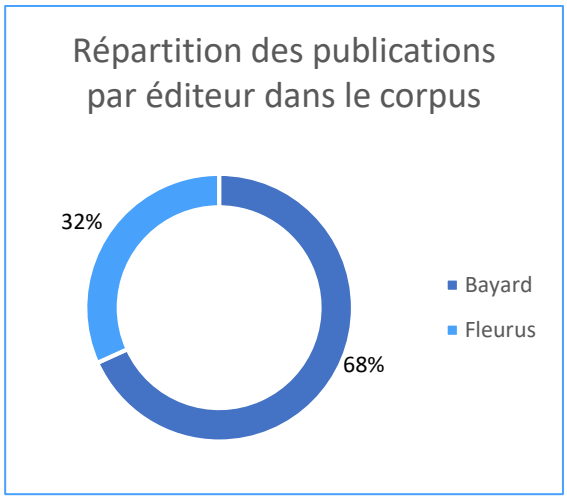
[84] Jauss, Hans Robert. *Pour une esthétique de la réception*. Traduit par Claude Maillard. Paris : Gallimard, 1978. *Op. cit.*

un atout fort, au point que les héros sont devenus la marque de fabrique de Bayard Jeunesse. On peut par exemple citer Popi, mascotte du magazine du même nom à destination des 1-3 ans[85], mais surtout Petit Ours Brun, apparu pour la première fois dans un *Pomme d'Api* en 1975 et aujourd'hui décliné en albums, en produits dérivés ou encore en série TV et Youtube.

2 - Aperçu de la production de livres Petit Ours Brun tel qu'elle est présentée sur le site officiel

Remarque

Il est intéressant de noter que le nombre de titres de la collection Petit Ours Brun relevés lors de l'observation de ce mémoire dépasse de loin les autres collections, que ce soit chez Bayard Jeunesse ou Fleurus Jeunesse. Ainsi, la lecture du graphique ci-contre peut être trompeuse.



[85] Bayard Jeunesse, « Popi ». https://e-bayard-jeunesse. com/popi-2246.html. Consulté le 13 avril 2018.

Remarque (suite)

Selon ce graphique, le corpus étudié lors de l'observation de ce mémoire comprend plus du double de titres de Bayard que de Fleurus. En quantité, Bayard a effectivement publié nettement plus de titres que Fleurus sur les périodes étudiées. Néanmoins, il est important de noter que 127 titres parmi les 204 étudiés chez Bayard Jeunesse font partie des collections de Petit Ours Brun, ce qui permet de nuancer cet écart. Sans celles-ci, Fleurus Jeunesse serait la maison d'édition avec le plus de titres publiés sur les périodes sélectionnées.

Du côté de Fleurus Jeunesse, la part belle est surtout faite aux concepts et donc aux séries. Un simple regard à son catalogue permet de relever plusieurs offres distinctes et surtout de noter l'absence ou la discrétion de titres positionnés en dehors d'une collection. Or, cela résulte de l'organisation de Fleurus Jeunesse pour organiser le planning éditorial, comme l'a expliqué l'enquêtée 5 :

> *« On a en gros quatre ou cinq journées par an dédiées à la création. On n'est pas dans les bureaux, on va dehors, on va dans les cafés, on va en librairie, on essaie de voir, prendre l'air du temps, prendre l'air des tendances, et inventer des concepts. (…) On cherche les deux, des titres et des séries. L'idée c'est de trouver une promesse, un format, un auteur, ce que va raconter le livre. (…) Parfois, on part de manques de nos catalogues : on réfléchit en se disant "qu'est-ce qu'on a pas fait, qu'est-ce qu'on a envie de faire, qu'est-ce qui fonctionne, ou pas." »*

Ainsi, la maison d'édition repose principalement sur un principe de commandes plutôt que sur de la création originale proposée par les auteur.rice.s, ou trouvée dans le service manuscrit. Les concepts sont pensés en interne et peuvent de cette façon être déclinés autant que souhaité, une fois acquis le premier succès. Par ailleurs, le graphisme des publications de Fleurus fait fréquemment écho au monde du jouet avec l'usage de personnages en pâte à modeler, qui donne l'impression d'un tout cohérent. Par ce biais, les titres de Fleurus Jeunesse

se distinguent de la concurrence par des visuels à l'identité forte et par des concepts uniques, conçus justement pour être dans « l'air du temps » et donc trouver leur public.

3 – Aperçu des principales collections Fleurus Jeunesse telles qu'elles sont présentées sur le site officiel

Ces quelques exemples soulignent bien comment, chez Bayard Jeunesse comme chez Fleurus Jeunesse, l'accent est mis sur les séries et les héros pour assurer une bonne rentabilité et permettre par la suite d'investir dans de nouveaux projets, peut-être plus originaux et donc moins attendus sur le marché.

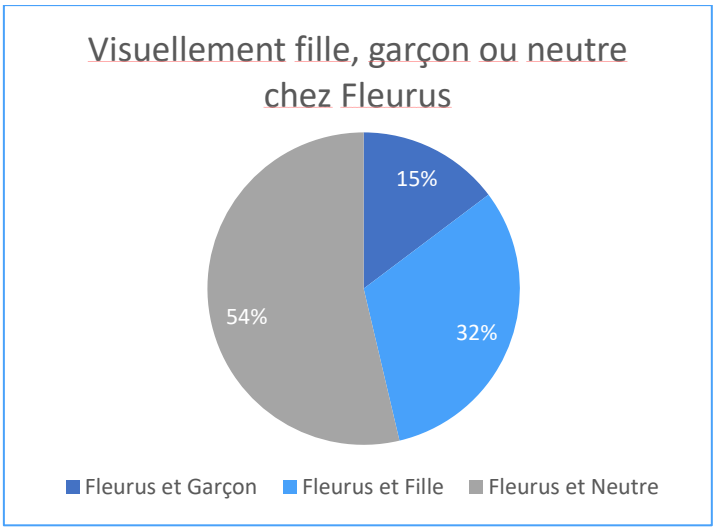
b. Stéréotyper pour vendre : états des lieux

La déclinaison de concepts éditoriaux à succès fait partie d'un procédé bien connu des commerciaux et des économistes : la segmentation. Selon le site Définitions-marketing[86], il s'agit d'une forme de découpage de la population cible selon différents critères afin de proposer à chaque segment une offre produit lui correspondant, et assurer ainsi la rentabilité des produits mis en vente. Or, le genre a une place bien particulière dans ce procédé puisque le sexe des clients-cible peut faire partie des critères pris en compte afin de définir un segment, dans une vision totalement différencialiste – une personne de sexe masculin serait forcément de genre masculin, et une personne de sexe féminin serait forcément de genre féminin. Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse produiraient pour cette raison des publications genrées afin de toucher un maximum d'acheteurs. Cette différenciation est d'ailleurs à l'origine de Fleurus Presse avec la parution du magazine *Cœurs Vaillants* pour un public exclusivement masculin et, huit ans après la sortie du premier numéro, la publication de son équivalent féminin, *Âmes vaillantes*.

[86] Bathelot, B. « Définition : Segmentation » Définitions marketing », 2017. https://www.definitions-marketing.com/definition/segmentation/. Consulté le 06 mars 2018.

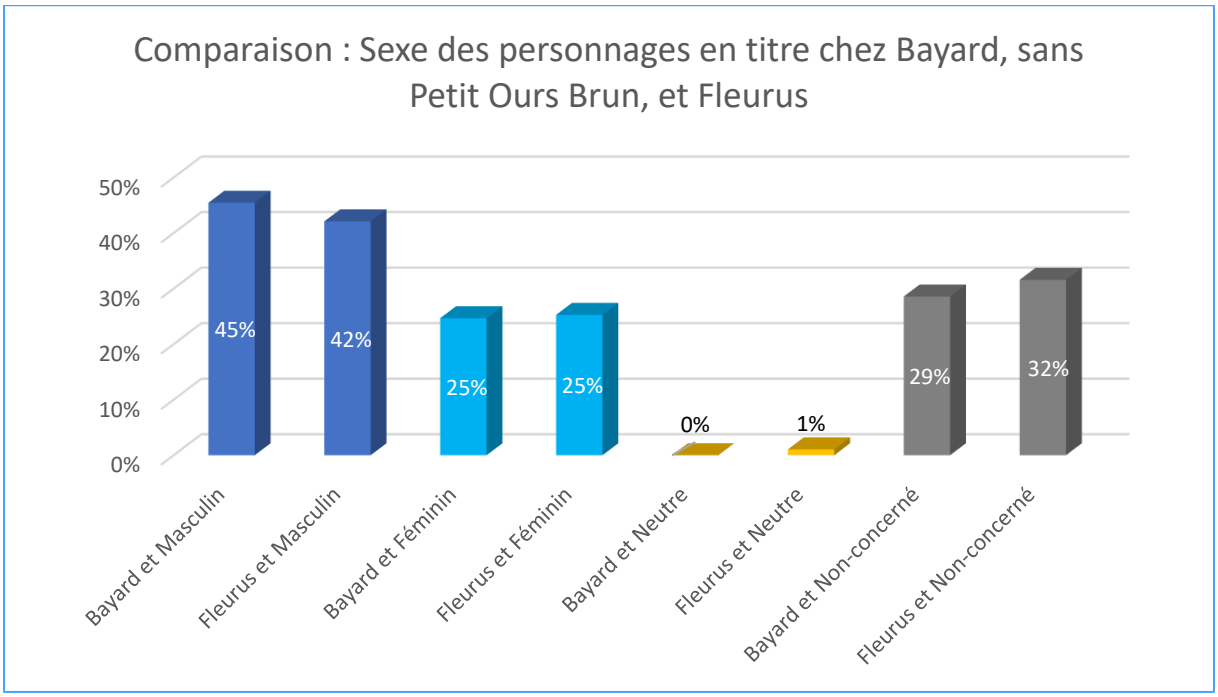
Aujourd'hui, la production de Bayard et Fleurus Jeunesse est plus ou moins fréquemment divisée entre des publications adressées tantôt aux petits garçons tantôt aux petites filles, reconnaissables dès la couverture. Cette dernière offre un message fort à l'attention du passant : elle appelle les regards et positionne son contenu pour un certain public. Or, dans le secteur de l'édition jeunesse, le graphisme sélectionné pour distinguer les collections ou les thèmes s'inscrit fréquemment dans une volonté de genrer le marché. Ce procédé consistant à donner au potentiel acheteur ou à la potentielle acheteuse des signaux évoquant un genre ou l'autre en couverture a été étudié via la grille d'observation de ce mémoire.

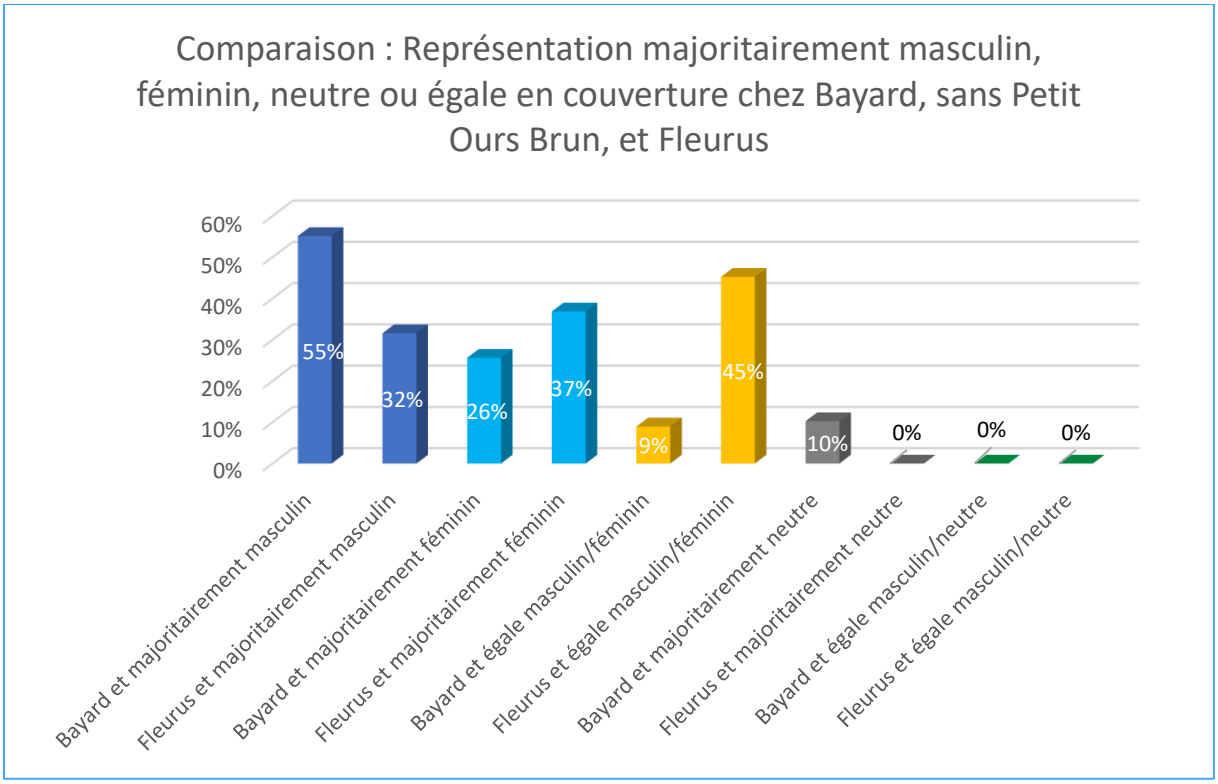
Pour cette analyse, les critères retenus ont été les symboles et couleurs fréquemment associés à un genre ou l'autre (rose, fleurs, paillettes, maquillage, cœurs… pour les filles ; bleu, véhicules, éléments mécaniques ou de constructions… pour les garçons). Sur cette base, il apparaît que Bayard Jeunesse a moins recours à la différenciation dans ses couvertures puisque seulement 3% de ses titres ont paru genrés dans cette acceptation du terme (2% féminin, 1% masculin). À l'inverse, Fleurus Jeunesse a davantage recours à des symboles différenciateurs, et plus encore dans le cas des publications adressées aux petites filles : comme l'indique le graphique ci-dessous, près de 32% des titres étudiés donnaient une impression visuelle de genre féminin contre 15% d'impression visuelle de genre masculin.



Outre cette différenciation genrée signifiée par des symboles et couleurs fort.e.s en couverture, la segmentation genrée du marché passe aussi par le sexe des personnages principaux.ales. Afin de l'observer, la grille d'observation de ce mémoire a permis le recensement du sexe des personnages en titre des publications de son corpus ainsi que le

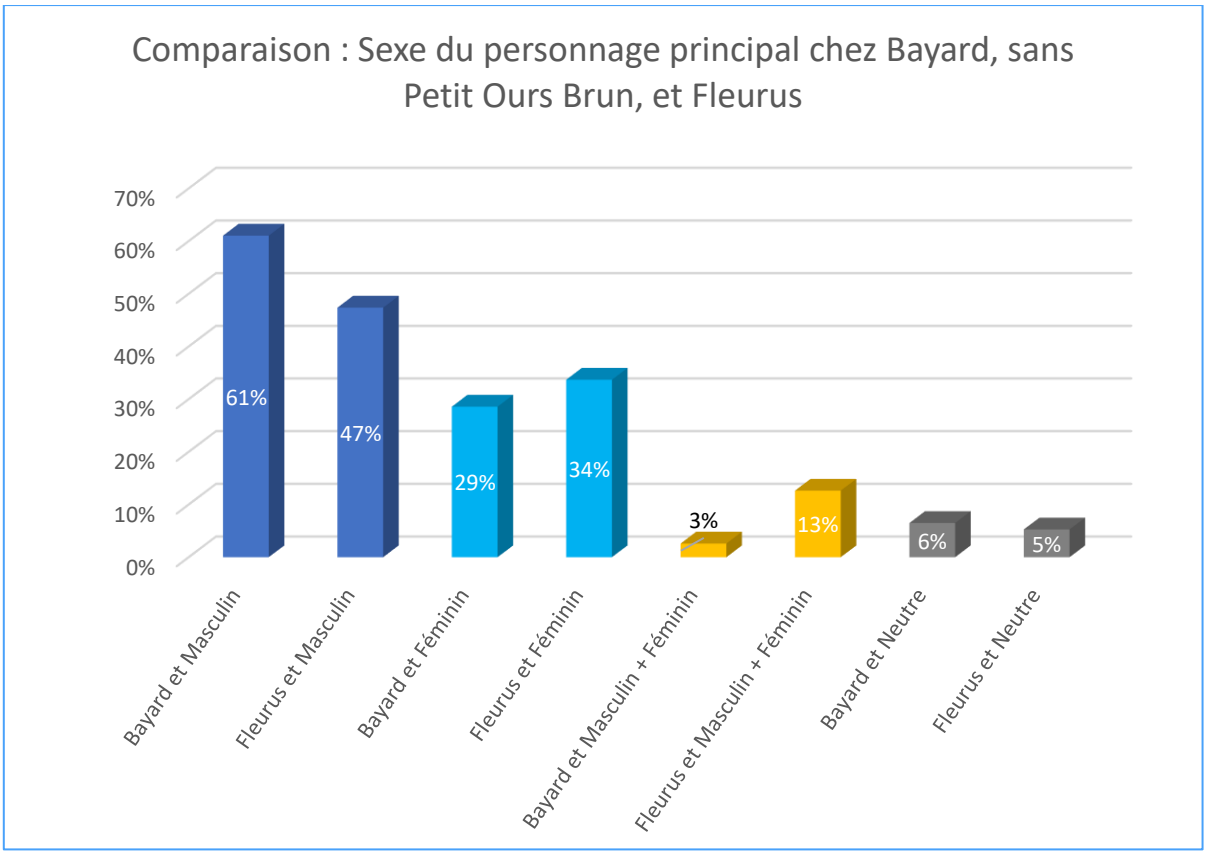
nombre de personnages de chaque sexe représentés en couverture. Cette fois, Fleurus Jeunesse et Bayard Jeunesse proposent une offre plutôt équivalente :





Ces graphiques nous prouvent que les personnages masculins en titre sont, sans surprise, plus nombreux que leurs consœurs (entre 42 et 45% contre 25%), et que le nombre de personnages masculins représentés est plus important que celui des personnages féminins (entre 42 et 55% contre 26 ou 28%). Toutefois, on peut noter que le pourcentage d'ouvrages

avec un titre comportant un nom de personnage masculin s'envole jusqu'à 79% chez Bayard Jeunesse lorsque l'on prend en compte la collection Petit Ours Brun, et que 71% des titres de cette maison d'édition représentent alors en couverture des personnages majoritairement masculins. Les chiffres sont également d'autant plus différents lorsque l'on prend en compte le sexe du personnage principal, sans que son nom n'apparaisse nécessairement dans le titre :



Cette fois, 61% des titres de Bayard Jeunesse, en dehors de Petit Ours Brun, ont un personnage principal masculin contre 29% avec un personnage principal féminin. Mais là encore, Fleurus Jeunesse est plus représentatif, avec 47% de personnage principal masculin et 34% de personnage féminin. Toutefois, ces données témoignent bien d'un marché où l'offre éditoriale est plus généreusement abondée de publications avec des héros garçons. Ces quelques chiffres et exemples permettent en tout cas de se représenter les pratiques de Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse : comme leurs concurrentes sur le marché de l'édition jeunesse, ces deux entités ont recours à la segmentation genrée en couverture de leurs titres afin de cibler un public féminin ou masculin et d'essayer d'augmenter leurs ventes.

c. Une production perçue comme « genrée » mais pas « stéréotypée » : des différences posées comme naturelles entre les goûts et les capacités

Du point de vue des professionnel.le.s de l'édition, la segmentation genrée du marché ne serait pas forcément liée à des stéréotypes de genre, qu'ils soient connotés à leurs yeux négativement (comme une forme de sexisme) ou positivement (comme un outil de compréhension pour les enfants). Au contraire, les enquêtées ont chacune avancé divers arguments rappelant la perception « naturelle » des différenciations entre les hommes et les femmes.

Le premier argument est celui de la réalité du marché. Pour les professionnel.le.s de l'édition, la segmentation d'un public et le fait de genrer des publications participent en fait à un travail marketing ayant pour but de faciliter et d'encourager l'acte d'achat du client ou de la cliente. Les éditeur.rice.s et graphistes ont donc recours à la différenciation genrée de leurs publications, guidé.e.s par les conseils et objectifs des équipes commerciales et motivé.e.s par la volonté d'obtenir un succès en librairie. Ainsi, l'enquêtée 3 donne l'exemple d'un projet sur le football qu'elle a imaginé en prévision de l'Euro 2018, avec tout de suite en tête un public de petits garçons uniquement. L'enquêtée 4, elle, parle du livre-chevalet *100% styliste : dessine ta mode*[87], paru chez Bayard Jeunesse et pensé comme un objet « craquant » pour les jeunes filles :

4 – Couverture du livre 100% styliste : dessine ta mode, Bayard Jeunesse

[87] Levêque, Marie, Victoria Jacob, et Roxane Lapassade. *100% styliste : dessine ta mode*. 100 % activités. Montrouge : Bayard Jeunesse, 2018.

Pour ce titre, l'enquêtée 4 explique que l'objectif était de le rendre immédiatement identifiable auprès de son public cible : cela a été rendu possible grâce à une reliure rose vif et un grand renfort de symboles considérés comme liés au genre féminin (cupcakes, arc-en-ciels, licornes, etc.). Cette perception intuitive des attentes de la clientèle semble corroborée par une enquête réalisée par le site Babelio en partenariat avec le CNL[88], selon laquelle 73,5% des 2489 adultes sondés considèrent que le choix d'un livre diffère selon le sexe de l'enfant à qui ils le destinent. Même si cela ne témoigne pas de l'importance qu'ils accordent aux signes ostensibles du genre sur l'objet, cette donnée peut être associée aux réponses des sondés quant aux éléments les plus importants dans leur choix d'un livre de littérature jeunesse : la couverture est en quatrième position, considérée comme « très importante » par 31% des sondés, et précédée de peu par le résumé (38%) mais surtout les illustrations (40%) et le sujet ou le thème du livre (71%). Ainsi, la perception du public par les profesionnel.le.s du livre semble se vérifier.

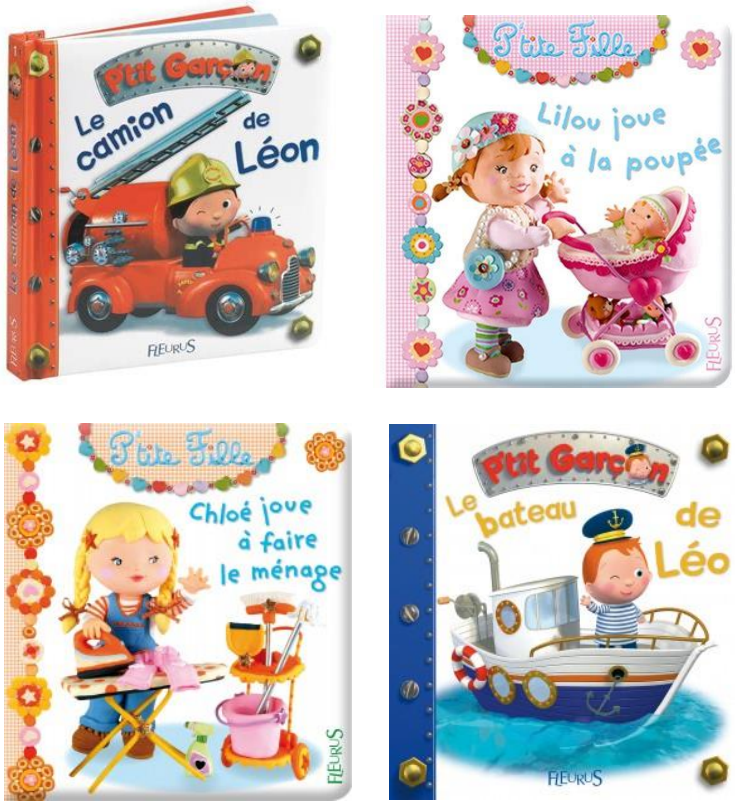
Le second argument touche à la différence des thèmes des livres, avec certains sujets qui seraient plus attrayants pour un public masculin ou pour un public féminin. Le fait de genrer pour les garçons un livre sur le football et pour les filles un livre sur le stylisme est supposé rejoindre le goût des enfants. L'enquêtée 5 donne quant à elle l'exemple d'une série intitulée *Chrétiens des catacombes*[89], écrit par Sophie de Mullenheim et publié chez Mame :

> *« On avait dit, il faut que ce soit des garçons les héros et puis surtout que ce soit palpitant, et on sait que la Rome antique ça plaît bien aux garçons. On avait précisé à l'auteur que, voilà, fallait pas faire trop fi-fille. »*

Cette citation révèle notamment une forme de prudence adoptée par les éditeurs et éditrices pour genrer concrètement leurs titres, et qui se reflète parfois au cours d'échanges avec des auteur.rice.s. Par ailleurs, les distinctions de genre peuvent même être renforcées par la création de collections s'adressant explicitement aux filles ou aux garçons, et traitant dès lors de sujets différents. On trouve chez Fleurus Jeunesse, par exemple, la collection P'tit

[88] « Étude sur les prescripteurs de la littérature jeunesse ». Données & analyses, *Babelio*. 2014. https://fr.slideshare.net/Babelio/etude-sur-les-prescripteurs-de-la-littrature-jeunesse. Consulté le 11 février 2017.
[89] Mullenheim, Sophie de. *Chrétiens des catacombes*. Paris : Mame, 2015.

Garçon, « pour que l'enfant puisse s'identifier au héros et laisser vagabonder son imagination »[90] selon les mots du catalogue de 2015, ou la collection P'tite Fille, décrite comme « une adorable collection destinée aux petites filles qui aiment les jeux d'imitation »[91]. Les exemples suivants de couvertures ont été sélectionnés parmi celles affichées sur le site officiel de Fleurus Jeunesse[92] :



5 – Exemples de titres de la collection P'tit Garçon et de la collection P'tite Fille

De plus, selon la perception de certaines des enquêtées, les fillettes seraient plus facilement attirées par des thèmes « de garçons » que l'inverse. Cet argument justifie à leurs yeux la surreprésentation des personnages masculins en comparaison avec les personnages féminins, comme l'exprime l'enquêtée 1 :

---

[90] Groupe Fleurus, « Catalogue Fleurus Jeunesse », 2015. http://www.fleuruseditions.com/data/img/catalogue/CATALOGUE_FLEURUS_2015_JEUNESSEbd.pdf. Consulté le 25 mai 2017.
[91] *Id*.
[92] « Livres de la collection P'tit garçon - éditions Fleurus Jeunesse ». http://www.fleuruseditions.com/p-tit-garcon-c707/. Consulté le 7 juin 2018.
« Livres de la collection P'tite fille - éditions Fleurus Jeunesse ». http://www.fleuruseditions.com/p-tite-fille-c712/. Consulté le 7 juin 2018.

> *« La seule vérité c'est qu'un petit garçon s'identifie plus facilement à un petit garçon. Une petite fille a cette faculté extraordinaire de s'adapter aussi bien à un héros fille qu'à un héros garçon. »*

On aperçoit là une idée-reçue commune, et souvent relayée par le biais des religions et notamment du Vatican, selon laquelle les êtres de sexe féminin auraient « des qualités physiques et spirituelles indestructibles »[93] qui sont « spéciales et complémentaires »[94] à celles de leur homologue masculin. Cette prétendue différence ontologique entre les sexes est perçue comme naturelle, et non comme la construction lente d'une habitude. Ceci fait également écho à l'émergence de l'édition pour enfants au début du XIXe siècle[95], dont l'appellation « enfants » cachait bien souvent un garçon plutôt qu'une fille, ces dernières n'étant que très peu concernées par l'apprentissage de la lecture à l'école jusqu'aux années 1870 environ[96] et cantonnées aux tâches ménagères. L'enquêtée 5 explique pourquoi les personnages masculins paraissent plus nombreux en couverture des ouvrages Fleurus Jeunesse en portant quant à elle un regard sur les prescripteurs :

> *« C'est normal, c'est parce que des parents de petits garçons, en voyant une petite fille sur la couverture, rejettent l'achat. Alors que des parents de petites filles, en voyant un petit garçon sur la couverture, acceptent tout à fait l'achat. Donc on essaie au moins d'avoir un garçon sur la couverture, parfois un garçon et une fille… On y fait attention parce qu'on a remarqué qu'un livre tout public avec une petite fille sur la couverture n'atteindra jamais les garçons. L'équipe commerciale nous l'a dit, puis on l'a intégré... c'est assez su dans toutes les maisons. »*

Ainsi, le genre semble être assez intégré par les professionnel.e.s, au moins en tant qu'élément clé d'une démarche commerciale qu'il n'est pas nécessaire d'interroger ou d'analyser tant qu'elle fonctionne.

---

[93] Pie XII, « Message aux femmes » (1945). In *La croisade « anti-genre » : du Vatican aux manifs pour tous*, Garbagnoli, Sara, et Massimo Prearo. Paris : Textuel, 2017.
[94] *Id*.
[95] Lyons, Martyn (dir.). « Les nouveaux lecteurs au 19ème siècle : femmes, enfants, ouvriers ». In *Histoire de la lecture dans le monde occidental,* Guglielmo Cavallo et Roger Chartier. Paris : Le Seuil, 2001.
[96] *Id.*

II. Les éditeur.rice.s au travail et le travail des éditeur.rice.s

Dans son livre *L'identité au travail*[97], le sociologue Renaud Sainsaulieu explore la vie professionnelle comme un lieu de socialisation pour les individus, à mi-chemin entre l'identité individuelle (comment ils se perçoivent) et l'identité sociale (les statuts, les interactions et les perspectives organisationnelles qu'ils partagent avec les autres membres des groupes auxquels ils appartiennent). Selon son analyse, la socialisation des individus se fait aussi dans l'entreprise, où se développe un processus d'homogénéisation culturelle qui a lieu par l'expérience de normes.

La première partie de ce mémoire analysait le marché de l'édition religieuse jeunesse et la place du genre en son sein : avant d'observer véritablement la manière dont le genre est représenté dans les livres de Bayard Editions et Fleurus Jeunesse, et comment les éditeurs et éditrices s'emparent ou non du sujet, il est nécessaire de retracer le rapport des éditeurs et éditrices vis-à-vis de leur travail, en tant que cadre social normé mais également en tant que milieu professionnel. Quelles sont les trajectoires des employé.e.s de Bayard Editions et Fleurus Jeunesse, et quels rapports entretiennent-iels avec la religion de leur groupe ? Qu'est-ce que la responsabilité éditoriale, concept semblant au cœur de la définition du professionnalisme en édition, et quelle place prend-elle dans une maison d'édition historiquement catholique ? Enfin, cette partie vise à interroger le lien entre quête de légitimité, ou reconnaissance de professionnalisme, et invisibilisation de certains thèmes de société : à quel point peut-il être vérifié dans le cas du genre ?

[97] Sainsaulieu, Renaud. *L'Identité au travail : les effets culturels de l'organisation*. Paris : Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 1988.

A. Des êtres socialisés dans un cadre normé

a. Trajectoire des enquêtées : les aléas du marché du travail

Afin de mieux comprendre les professionnel.le.s du livre, les recherches de ce mémoire ont porté sur la question du choix de l'édition comme secteur professionnel, et plus précisément sur celui de l'édition jeunesse. Les enquêtées rencontrées ont toutes vécues des expériences différentes, mais deux points communs peuvent toutefois être tirés de leurs témoignages. Tout d'abord, on y découvre des discours semblables de prédestination, que ce soit par goût du livre ou don pour le travail littéraire, confortés le cas échéant par l'ancienneté de la disposition. Par exemple, l'enquêtée 2 affirme avoir aimé les livres illustrés « depuis l'enfance » et avoir souhaité s'orienter vers la jeunesse dès ses premières années d'études. L'enquêtée 1, elle, évoque presque le milieu de l'édition et la maison Bayard comme un rêve d'enfant qui se serait réalisé :

> *« Quand j'étais enfant je voulais travailler soit pour Bayard, parce que j'avais adoré* J'aime Lire*, soit pour Disney. Tu vois pour quelque chose du côté… enfin… avec un affectif énorme, énorme. (…) Et quand j'étais petite je voulais travailler chez Bayard, pour écrire des histoires et les illustrer moi-même. »*

Or, ces types de discours peuvent être nuancés, en se référant à la critique bourdieusienne de la vocation selon laquelle les êtres socialisés auraient tendance à reconstruire une trajectoire à posteriori en lui cherchant une forme de cohérence[98]. Cette tendance du « récit de vie » semble en fait s'effriter lorsqu'on en vient à aborder la façon dont les enquêtées se sont trouvées embauchées chez Bayard Jeunesse ou Fleurus Jeunesse. Cette fois, c'est un discours « du hasard » qui prend place : pour toutes les enquêtées à l'exception de la plus jeune, travailler en édition a été plutôt le fruit de rencontres fortuites et de stages imprévus que d'une véritable vocation, réfléchie et poursuivie. Ainsi, l'enquêtée 1 explique avoir suivi des études de marketing et rejoint une maison d'édition dans ce secteur en stage de fin d'études avant de décrocher un CDD chez Bayard Jeunesse, mais révèle aussi que son choix de stage en édition plutôt qu'une autre offre relevait surtout de critères pratiques,

[98] Bourdieu, Pierre. « L'illusion biographique ». Actes de la Recherche en Sciences Sociales 62, n° 1 (1986) : 69-72. https://doi.org/10.3406/arss.1986.2317. Consulté le 06 mars 2018.

comme celui du temps de trajet. Les enquêtées 4, 3 ou encore 5, ont quant à elles suivi des formations variées qui les ont finalement guidées jusqu'à leur poste actuel.

Quelques citations au sujet du parcours des enquêtées

- L'enquêtée 4 : « J'étais persuadée de rien du tout, ce dont j'étais persuadée c'est que je voulais faire du graphisme. Donc je suis vraiment rentrée dans ce métier par ce biais du graphisme. » (Licence d'arts plastiques et formation de maquettiste)

- L'enquêtée 3 : « Je suis devenue, par l'intermédiaire d'une copine, lectrice pour Bayard. Mais en gros, il y a une fille qui est partie en congé maternité, et on m'a demandé de la remplacer. Donc j'ai eu un poste. » (Maîtrise de lettres, DEA lettres et cinéma)

- L'enquêtée 5 : « Complètement par hasard je suis partie une année en Erasmus à Rome et j'ai rencontré X par un biais tout à fait personnel, qui travaillait pour le groupe Média-Participations et qui un jour m'a dit "est-ce que t'as déjà pensé à faire de l'édition, ça te conviendrait peut-être". Donc je suis rentrée en France après mon année d'Erasmus et j'ai fait un stage pour voir ce que c'était. » (Double-licence, lettre classique et lettre italienne)

Ainsi, l'édition comme milieu professionnel ne semble pas avoir été le premier choix des enquêtées, qui ont finalement accédé à ce milieu par le truchement d'un réseau développé et d'expériences précédentes très diverses. De même, ces trajectoires très distinctes les unes des autres permettent de noter à quel point les profils peuvent être variés dans le milieu du livre, malgré les connaissances professionnelles nécessaires à la production et à la vente d'un ouvrage. Pour la plupart, les enquêtées ont donc appris « sur le tas », en dehors de tout encadrement scolaire. Il est d'ailleurs important de souligner que seule une enquêtée a véritablement suivi une formation censée la destiner au milieu de l'édition : le fait qu'il s'agisse de l'enquêtée 2, la plus jeune, est peut-être un aperçu de la récente professionnalisation du secteur favorisée par le développement du nombre de formations aux métiers de l'édition.

b. Une sensibilité religieuse qui ne fait pas partie de la vie d'entreprise : distinguer le personnel du professionnel

À la question « Qui travaille dans une maison d'édition religieuse ? », beaucoup seraient probablement tenté de répondre « Des personnes elles-mêmes religieuses. » Si cette manière de voir les choses est certainement erronée, elle l'est plus encore lorsque l'on parle de maisons d'édition seulement historiquement rattachées à la religion, et davantage si l'on prend en compte des maisons d'édition de grande taille comme c'est le cas dans le terrain de ce mémoire. En effet, Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse fonctionnent avec plusieurs dizaines d'employé.e.s qui travaillent dans différents secteurs, souvent très éloignés de la religion : les chances que tous ces employé.e.s soient croyant.e.s ou pratiquant.e.s sont minces. Cette étude a donc permis d'interroger plutôt la sensibilité religieuse exigée aux employé.e.s de Bayard Editions et Fleurus Jeunesse, depuis le moment précédent l'embauche à la vie quotidienne dans la maison d'édition. Les réponses des enquêtées furent unanimes : aucune sensibilité religieuse n'est nécessaire si l'on souhaite travailler chez Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse.

Réponses à la question
« À quel point une sensibilité religieuse est-elle nécessaire parmi les employés ? »

- L'enquêtée 1 : « Pas du tout. Franchement je dirais même l'inverse. »

- L'enquêtée 4 : « Moi, je pense qu'ils s'en foutent mais alors comme d'une guigne. (…) C'est juste pas du tout un critère. »

- L'enquêtée 3 : « Au contraire c'est extrêmement divers, enfin je crois qu'ils mettent même un point d'honneur à ce que les différentes confessions soient représentées. »

- L'enquêtée 5 : « Y a des employées athées et de toutes confessions. Chez Fleurus, elles sont… il y a des catholiques et il y en a qui sont pas catholiques. Elles ont toutes une sensibilité quand même, euh, je pense qu'elles ont conscience qu'elles sont dans une maison de tradition catholique et que du coup ça leur viendrait pas à l'esprit de, de publier certaines choses. »

- L'enquêtée 2 : « Pas du tout. Maintenant, c'est vraiment euh… c'est religieux mais, j'ai croisé, je pense, personne de religieux pratiquant. »

Ainsi, la religion ne serait pas si déterminante dans les relations professionnelles des employé.e.s de ces deux maisons d'édition. Au contraire, les enquêtées ont utilisé des termes distinguant nettement la sphère professionnelle de celle de la religion (« intime », « privé », « personnel », etc.), ce qui semble résonner assez justement avec la laïcité promue en France. Seul un secteur nécessiterait « une certaine culture catholique », selon les termes de l'enquêtée 5, et il s'agit sans surprise du domaine des livres religieux. Et même dans cette situation, l'enquêtée 5 nuance son propos :

> *« Ma conviction profonde c'est que, quand on fait un livre, on est des éditeurs, on n'est pas des catholiques. La foi ne rentre pas en ligne de compte, on n'est pas obligé d'adhérer au contenu. »*

Ces différents témoignages illustrent le fait qu'aucune pression due à la religion n'est ressentie par les professionnel.le.s du livre de Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse. L'effet du lien à la religion de ces maisons d'édition historiquement catholiques se traduit en fait autrement, à travers les lignes éditoriales des groupes avec lesquelles les éditeurs et éditrices ne peuvent pas être en désaccord. L'enquêtée 1 s'y réfère comme une question de respect vis-à-vis du public mais aussi de l'actionnariat du groupe. En effet, ces lignes éditoriales sont à l'origine décidées par le patronat des maisons d'édition, selon des objectifs financiers mis en place par leur actionnariat et/ou leur directoire. Or, selon certaines enquêtées, il existerait une forme de « plafond de verre » dans leurs entreprises où les postes les plus avancés nécessiteraient une certaine sensibilité aux valeurs religieuses du groupe. Il n'y aurait donc pas les mêmes attentes pour ceux qui définissent la politique éditoriale et ceux qui la mettent en œuvre. Néanmoins, cette réalité ainsi que le fait d'être tenu de respecter la ligne éditoriale de la maison d'édition ne sont jamais vécus comme une contrainte par les enquêtées, qui déclarent se sentir toujours libres de publier ce qu'elles pensent juste : il peut s'agir là d'une simple intériorisation de leurs conditions de travail ou d'un ajustement inconscient aux attentes de leurs supérieur.e.s.

B. L'éditeur.rice comme guide et protecteur.rice de l'auteur.rice

a. Le concept de responsabilité éditoriale…

Le métier de l'éditeur.rice consiste à gérer la réalisation d'un ouvrage, depuis le choix du titre qui sera publié jusqu'à la diffusion de l'objet fini. Ce qui peut ou ne peut pas être publié, sous telle ou telle forme, et ainsi ce qui doit ou ne doit pas entrer dans la sphère publique, dépend donc de ces professionnel.le.s du livre et des lignes éditoriales défendues par les maisons d'édition. Par ailleurs, l'éditeur.rice est aussi présent.e durant toutes les étapes de la conception du livre, soit en tant que décideur.se (c'est vers lui ou elle qu'on se tourne pour trancher en cas de désaccord), soit en tant que manager (iel supervise le travail d'autres professionnel.le.s, tel.le.s que les graphistes, mais aussi d'amateurs.rices comme les jeunes auteur.rice.s). Pour toutes ces raisons, c'est aussi à l'éditeur.rice qu'incombe ce qu'on appelle « la responsabilité éditoriale » : l'obligation de répondre de ce qui est publié.

Ce concept est parfaitement intégré par les professionnels du livre, comme l'ont révélé les entretiens de ce mémoire. Pour chaque enquêtée, cela passe avant tout par une vigilance lors de la réalisation d'un ouvrage. Selon elles, il incombe à l'éditeur de « penser » correctement le titre en fonction de son public de prescripteur.rice.s afin de répondre à leur horizon d'attente[99], mais aussi de s'assurer que la publication ne froissera pas d'autres publics que celui à qui il est destiné. Cela est d'autant plus vrai dans les titres d'éveil à la foi, qui impliquent de multiples relectures de membres de la religion pour s'assurer de la justesse du contenu. Néanmoins, cette vigilance constante est également perçue comme une difficulté par les professionnel.le.s interrogées qui regrettent parfois le nombre trop important de titres à contrôler, qui les pousserait à en négliger certains. L'enquêtée 1 parle alors de publications qui ne sont « pas assez éditées », au détriment des auteur.rice.s des projets. En effet, l'auteur.rice engage sa responsabilité personnelle dans un texte et c'est à l'éditeur.rice de l'accompagner jusqu'à la publication en lui évitant les aléas du marché. Selon les termes de l'enquêtée 1, il s'agit de « protéger son auteur de sa maladresse » : celui ou celle-ci est alors perçu.e comme une personne fragile face à un milieu commercial mais surtout un public qu'iel connaît peu, et qui pourrait se retourner contre son travail autant que contre sa personne.

[99] Jauss, Hans Robert. *Pour une esthétique de la réception*. Traduit par Claude Maillard. Paris : Gallimard, 1978. *Op. cit.*

L'enquêtée 3 évoque d'ailleurs des auteur.rice.s préoccupés quant à la réception possible de leur texte :

> *« XX me l'a dit, "Moi maintenant dès que j'écris qu'y a un petit gamin un peu débile qui traite une femme de grosse, je me dis : ah merde est-ce qu'on va pas me tomber dessus pour grossophobie." Alors qu'il y a un truc vraiment, c'est que l'éditeur est responsable de A à Z du livre qui est publié. Le produit fini, dans sa forme comme dans son contenu, tu en es entièrement responsable. »*

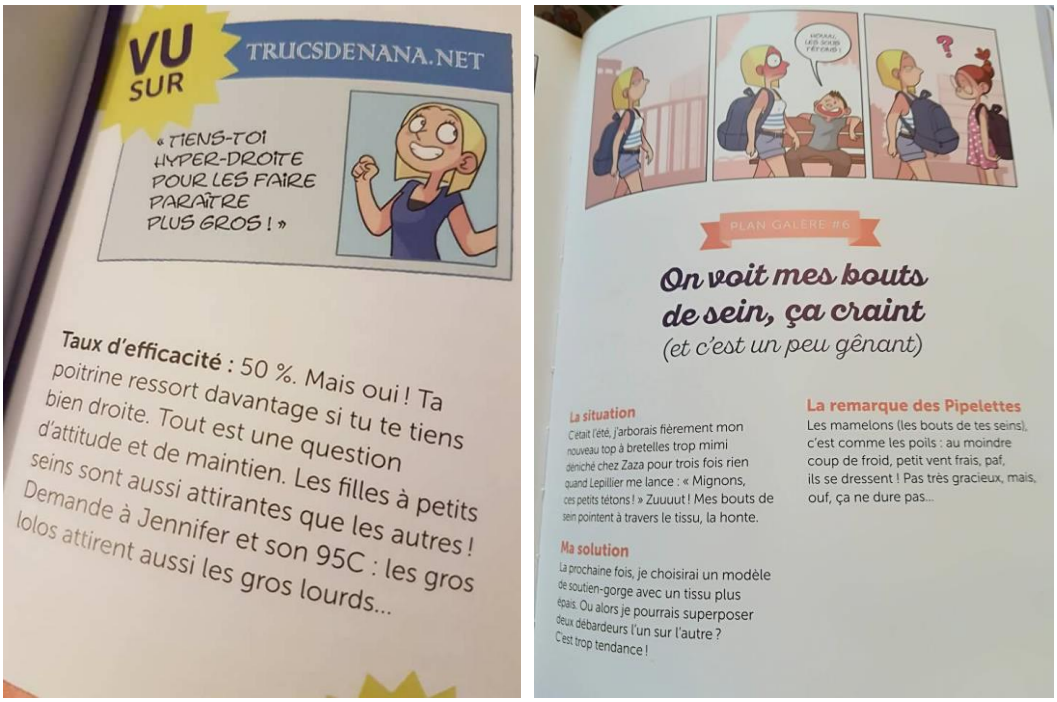
Cette citation souligne bien l'inquiétude des auteur.rice.s quant à la réception de leurs ouvrages, mais aussi la volonté des éditeur.rice.s de rassurer leurs partenaires en prenant complètement en charge la responsabilité éditoriale.

b. … à l'épreuve des polémiques numériques

Comme évoqué dans la partie ci-dessus, les professionnel.le.s du livre ont tendance à chercher à anticiper la réception d'un livre par le marché et craindre les polémiques qu'il pourrait susciter. Il semble pertinent de s'interroger sur les raisons de cette méfiance. En effet, la responsabilité éditoriale répond tout d'abord à une obligation juridique, notamment face à la loi n° 49-956 du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse. Mais il s'avère que la Commission de surveillance et de contrôle des publications destinées à l'enfance et à l'adolescence ne pénalise que très peu d'ouvrages. D'autres instances de contrôle, voire de censure, ont pris le relai. La présence numérique est ainsi une nouvelle donnée sensible pour les éditeurs. À l'ère d'Internet, une nouvelle forme de contrôle des publications jeunesse a de fait émergé : celle opérée par des lecteurs et lectrices, mais surtout par une masse anonyme, « l'opinion publique ». Certains titres peuvent être attaqués à grande échelle sur les réseaux sociaux jusqu'à créer d'importantes polémiques, alors médiatisées, et conduire à de lourdes conséquences pour les maisons d'édition et leurs partenaires, notamment auteur.rice.s. En 2017, par exemple, le titre *On a chopé la puberté*[100] publié aux Éditions Milan a fait l'objet de

[100] Guillard, Anne, Séverine Clochard, et Mélissa Conté. *On a chopé la puberté : de vrais conseils avec beaucoup d'humour autour !*. Toulouse : Milan, 2018.

vives attaques pour un contenu jugé sexiste : le titre, publié à 5000 exemplaires, a fait l'objet d'une pétition réunissant près de 150 000 personnes exigeant son retrait du marché. Quelques extraits diffusés sur le net et perçus par certain.e.s comme simplets si ce n'est sexistes ont été la seule source de cette polémique, ce qui souligne bien la force des réseaux sociaux en tant qu'outils de mobilisation.



6 – Couverture et extraits du livre *On a chopé la puberté* diffusés sur les réseaux sociaux

Néanmoins, ce cas touche à l'extrême puisque la colère des militant.e.s a eu d'importantes répercussions sur les autrices du projet. En effet, face à ce que les Éditions

Milan ont désigné comme « une campagne d'une violence extrême sur les réseaux sociaux » dans un communiqué de presse[101], le choix a été fait de ne pas réimprimer après la rupture de stock des exemplaires de départ. Puis, dans une lettre ouverte[102] annonçant la fin de la série des Pipelettes dont provient *On a chopé la puberté*, l'illustratrice Anne Guillard a parlé de « lynchages collectifs ». Marie Lallouet, rédactrice en chef de *La Revue des Livres pour Enfants*, écrit à ce sujet :

> *« De l'extérieur, nous avons été nombreux à être choqués par le peu de défenses que l'éditeur du livre semble avoir opposé à ces détracteurs en annonçant que ce livre ne serait pas réimprimé. »*[103]

Et en effet, parmi les professionnelles du livre interrogées au cours de ce mémoire, les avis étaient unanimes quant au manque d'accompagnement de l'éditeur vis-à-vis de ses autrices puisque la maison d'édition a cédé en seulement trois jours aux pressions des partisans et partisanes de l'égalité sans paraître assumer pleinement la publication de son titre. L'exemple de Milan Jeunesse et du livre *On a chopé la puberté* illustre donc bien toute la complexité du concept de responsabilité éditoriale dans un cas pratique.

C. L'éditeur.rice comme détenteur.rice d'un savoir sur le titre qu'iel publie

a. Bien maîtriser un sujet avant de s'y atteler, ou le laisser à d'autres : une quête de légitimité des professionnel.le.s

Dans l'imaginaire collectif, chaque maison d'édition connaît parfaitement les sujets traités dans ses livres pour accompagner avec brio la conception et la commercialisation de ces derniers. La définition d'une ligne éditoriale concentrée sur un axe précis serait donc un

[101] « Communiqué de presse - On a chopé la puberté ». Le blog des éditions Milan (blog), 1 mars 2018. https://www.editionsmilan-leblog.com/2018/03/01/a-propos-livre-on-a-chope-puberte/. Consulté le 30 mars 2018.
[102] Guillard, Anne. « Lettre ouverte », 6 mars 2018. http://l4dead.unblog.fr/2018/03/06/tchao/. Consulté le 30 mars 2018.
[103] Lallouet, Marie. « Julie, un journal pour empouvoirer les filles ». *La Revue des livres pour enfants*, n° 300 (2018). p.81.

gage de qualité, ou, en tout cas, de spécialisation de la maison d'édition sur ce même axe. On peut penser par exemple aux Éditions des Grandes Personnes[104], réputées pour leur savoir-faire en matière de livres animés et de livres objets pour enfants, et dont l'équipe se compose seulement de deux professionnels et d'une stagiaire. Néanmoins, l'étude de Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse révèle que la réalité est quelque peu différente quand on en vient aux grands groupes. Tout d'abord, les enquêtées soulignent toutes la taille importante de la ligne éditoriale des maisons d'édition dans lesquelles elles travaillent. Dans de tels mastodontes de l'édition, un domaine de prédilection est plus difficilement repérable. Dès lors, le postulat de savoir-faire ne s'applique pas uniquement à l'ensemble de la maison, mais plutôt aux éditeur.rice.s des projets. Selon une définition classique du professionnalisme, leur responsabilité aurait pour corollaire leur autonomie. Pour l'enquêtée 1, puisque que chaque éditeur.rice assume pleinement la responsabilité des livres qu'iel souhaite publier, chacun.e doit aussi avoir une maîtrise des sujets qu'iels abordent pour que le contenu final soit cohérent en soi et par rapport à ce qui fait l'identité de la maison qui le publie :

> *« Il faut être en maîtrise totale du discours de ta maison et savoir pourquoi tu te positionnes comme ça, et pouvoir l'argumenter et dire que c'est ta ligne globale sur tous tes livres. » (1)*

On voit ici les limites d'une autonomie professionnelle qui doit rester dans les cadres d'une ligne éditoriale et s'efforcer d'y ajuster la proposition de l'auteur.rice. De plus, au pôle commercial de l'édition, les contraintes commerciales bornent la création. Des demandes de corrections peuvent être faites à l'auteur.rice, non seulement sur la forme de son écriture mais sur le fond lui-même, par exemple le lieu où se déroule l'action ou encore telle caractéristique d'un personnage, etc. L'auteur.rice peut, comme l'éditeur.rice, s'opposer à des adaptations qui lui paraîtraient abusives. L'enquêtée 1 donne ainsi l'exemple d'une demande sur un titre aux éditions Bayard, qu'elle n'a pas souhaité adopter : dans une famille hétéroparentale de trois enfants, les équipes commerciales auraient voulu présenter un couple « mixte » (un père noir et une mère blanche) et des enfants métis pour plus de diversité.

[104] Les Grandes Personnes, « Accueil ». http://www.editionsdesgrandespersonnes.com/. Consulté le 23 juin 2018.

> *« On était déjà très... cadre rétro avec les trois enfants et des parents qui sont ensemble et qui sont pas divorcés, et pas une famille recomposée. Le fait de mettre un père black une mère blanche j'ai dit "super mais en fait c'est pas le propos, et on ne sait pas l'exploiter (…) et en plus je ne maitrise pas ce sujet-là." »*

Ici, le service commercial souhaitait adopter une position moins conservatrice, qui correspond à la ligne éditoriale « démocratique » évoquée en première partie. Néanmoins, selon ses propos, l'enquêtée 1 ne voulait pas risquer de mal traiter un thème qu'elle ne se sentait pas capable d'accompagner correctement afin qu'il ne soit pas mal reçu, in fine, par le public. Ainsi, comme elle, les éditeurs et éditrices peuvent limiter les risques qu'iels prennent dans la publication d'un ouvrage en se basant sur leurs connaissances personnelles, selon leur propre trajectoire et socialisation, en plus de leurs savoir-faire professionnels. Cette démarche de sélection des sujets à publier et de la façon dont ils seront traités correspond explicitement à une quête de légitimité des professionnel.le.s du livre. En effet, en s'y attelant, les éditeur.rice.s tentent de publier des ouvrages bien conçus et ainsi de s'affirmer pour faire reconnaître leur professionnalisme face aux profanes. Pour cela, iels tentent constamment de défendre leur autonomie, leur légitimité à définir eux-mêmes ce qui constitue leurs missions et leur travail, face à des injonctions et pressions extérieures croissantes – notamment commerciales et financières.

b. Une justification pour l'invisibilisation de certains thèmes

Cette liberté laissée aux éditeur.rice.s de s'emparer des sujets qu'iels connaissent déjà ou qu'iels se sentent capables de maîtriser conduit toutefois à la négligence de thèmes encore peu intégrés dans la société, et peu représentés sur le marché du livre jeunesse. Les entretiens ont permis d'aborder deux de ces thèmes liés aux genres : l'homosexualité (familles homoparentales, personnages homosexuels) et la transidentité (personnages ayant les attributs d'un sexe mais le sentiment d'appartenir à un autre). Face à ces thèmes, les avis ont été unanimes pour dire qu'il s'agit bien de marchés de niche potentiellement intéressants en ces temps de recul des ventes de livres, mais les enquêtées ont également révélé ne pas souhaiter s'en saisir dans la littérature des plus petits. L'âge des enfants auxquels sont

adressés les livres constitue un premier argument, notamment dans le cas de la transidentité que les enquêtées considèrent comme complexe et lointain pour les plus jeunes, et qu'elles connaissent en fait elles-mêmes relativement peu. De même, les éditrices interrogées justifient leur positionnement par l'aspect brûlant des polémiques aujourd'hui, comme le souligne l'enquêtée 1 avec l'exemple du Mariage pour Tous :

> *« J'ai reçu des dizaines et des dizaines de manuscrits parce qu'évidemment, dès que t'as une actu un peu forte comme ça, les gens s'engouffrent dedans. (…) J'ai pris sur moi de me dire "je ne me mouille pas là-dedans, je ne propose pas cela en ligne éditoriale, je ne maîtrise pas le sujet, je sais même pas très bien ce que j'aurais envie de défendre, donc je vais pas aller défendre ma maison sur ce thème-là." » (1)*

Cette citation peut être déclinée sur d'autres thèmes en apparence problématiques et aujourd'hui invisibilisés dans les livres pour enfants : le sujet du genre, de la sexualité non-hétéro et de la « race » appartiennent selon les enquêtées davantage au milieu de l'actualité et du débat, ce qui ne réunit pas à leurs yeux les bonnes conditions pour qu'un livre soit conçu et publié paisiblement, en dehors de tout militantisme. Cela s'accorde avec le positionnement éditorial de leurs maisons d'édition, à l'écart de tout engagement politique contrairement à certaines lignes éditoriales plus politisées comme celles de Talents Hauts qui revendique « être attentif à toutes les discriminations et au sexisme »[105] par exemple. On peut donc imaginer que cette analyse des enquêtées correspondrait à un ajustement des professionnel.le.s aux attentes de leurs maisons, avant d'être une décision personnelle. Selon l'enquêtée 2, par exemple, de tels thèmes peuvent se défendre uniquement si l'éditeur.rice qui s'en charge parvient à « réorienter et affiner le propos » pour qu'il soit traité en accord avec la ligne éditoriale et les valeurs de sa maison d'édition : il ne s'agirait alors pas uniquement de profiter d'un sujet porteur, à la mode, mais de l'interpréter pour mettre sur le marché un nouveau titre bien conçu selon les critères de la maison d'édition dans laquelle le ou la professionnel.l.e évolue et non uniquement un ouvrage opportuniste.

[105] Éditions Talents Hauts, « À propos ». http://www.talentshauts.fr/content/4-a-propos. Consulté le 04 février 2018.

Ainsi, les éditeurs et éditrices mettent à l'écart des thèmes trop problématiques en évoquant un manque de connaissances, qu'il soit admis comme étant le leur ou imaginé comme celui des potentiel.le.s lecteurs et lectrices. Mais un troisième argument leur permet de justifier une forme de censure des sujets qu'ils perçoivent comme sensibles pour leur maison d'édition et leur public : un manque de suggestions convaincantes de la part des auteurs et autrices. Selon certains professionnel.le.s de l'édition jeunesse, ce ne sont pas les thèmes qui sont refusés ou ignorés par les maisons d'édition mais plutôt l'angle de ces thèmes, qui ne leur paraissent pas assez pertinents pour être défendus face à leurs consommateur.rice.s. Par exemple, Malicia Mai-Van-Can, directrice éditoriale des journaux pour les plus grands de Milan Presse, s'exprime dans la *Revue des Livres pour Enfants*[106] au sujet d'une planche sur l'homosexualité qui a été refusée à l'occasion d'un sujet pour la journée contre l'homophobie :

> *« L'angle (de l'illustratrice) était : choisit-on ou non d'être homosexuel ? Or, cette question ne m'a pas semblé être une question d'enfant et après beaucoup de discussions dans la rédaction, nous avons refusé la planche. Ce n'est pas le sujet que nous avons refusé, mais le traitement du sujet. »*

Selon cet argument, l'invisibilisation de certains thèmes dans les livres pour enfants correspondrait davantage à un défaut dans les propositions des auteur.rice.s qu'à un positionnement assumé des éditeurs et éditrices quant aux débats qui agitent la société. Néanmoins, ce discours peut être facilement nuancé. Tout d'abord, les éditeurs et éditrices basent leurs décisions de publier ou non une proposition d'auteur et d'autrice sur des variables très subjectives, ce qui ne permet pas de définir en quoi consisterait une proposition forcément convaincante. De plus, les professionnel.le.s des maisons d'édition ont la possibilité de faire appel au principe de commande pour obtenir des textes dont l'angle correspondrait à leurs attentes, comme ils le font habituellement dans de multiples situations jusqu'à obtenir une proposition satisfaisante. Ainsi, l'invisibilisation de certains thèmes est plutôt le résultat d'une forme de désengagement voire de désintérêt des éditeur.rice.s, qui justifient ce désengagement en avançant que les auteur.rice.s seraient seul.e.s responsables des

[106] Entretien mené par Lallouet, Marie. In « Julie, un journal pour empouvoirer les filles ». *La Revue des livres pour enfants*, n° 300 (2018).

thématiques publiées de par la qualité de leurs propositions. Cela laisse de côté un biais subjectif inévitable de la part des éditeurs, et qui ressort par ailleurs fortement dans les entretiens.

III. Le genre et la socialisation des enfants : un discours paradoxal

Dans son ouvrage *Critique de la raison naturelle*, la sociologue Christine Delphy aborde la résistance dont certaines personnes font preuve face aux enseignements du genre en l'expliquant de la façon suivante :

> *« Le genre s'attaque aux croyances qui, en raison de la force de leur naturalisation, sont le mieux enracinées dans nos automatismes de pensée et d'action. »*[107]

Comme énoncé en introduction, les éditeurs et éditrices ont, eux et elles aussi, en tant qu'êtres socialisés, intériorisé certaines façons de représenter le genre et peuvent de ce fait être désarçonné.e.s si elles sont remises en question. À l'inverse, il se peut aussi que les professionnel.le.s du livre aient déjà intégré certaines déconstructions du genre. Il est donc nécessaire d'analyser leurs positionnements sur la question du genre et de la confronter aux résultats concrets obtenus par la grille d'observation de ce mémoire.

Après avoir présenté les problématiques propres aux maisons d'édition historiquement catholiques et interrogé le rôle des éditeurs et des éditrices en leur sein, ce mémoire vise à permettre de mieux comprendre l'origine des stéréotypes de genre contenus ou non dans les livres de Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse. À quel point les éditeurs et éditrices jeunesse ont-iels consciences du rôle du livre dans la socialisation de l'enfant, et quel genre d'ouvrages proposent-iels selon leur perception ? Une différence de traitement peut-elle être établie entre Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse ? Quels discours tiennent les enquêtées de ce mémoire quant aux stéréotypes de genre, et quelle réalité ces discours cachent-ils ? Enfin, comment les professionnel.le.s de l'édition jeunesse défendent-iels leur profession en s'opposant à toute forme d'interventionnisme ?

[107] Cité dans *La croisade anti-genre : du Vatican aux manifs pour tous,* Garbagnoli, Sara, et Massimo Prearo. Paris : Textuel, 2017. *Op. cit*. p.25.

A. Une sensibilité partagée sur le rôle du livre dans la socialisation de l'enfant

a. La « lecture-plaisir » contre « l'apprentissage »

Selon les réponses des enquêtées, Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse partagent une volonté commune : s'adresser au plus grand nombre mais pas à n'importe qui, l'axe de ces deux maisons d'édition étant celui des familles. Ainsi, l'étude de leur production générale permet de relever que les thèmes abordés sont variés et visent en premier lieu à socialiser l'enfant en lui faisant découvrir le monde qui l'entoure. Les morales que l'on peut tirer des récits sont quant à elles très majoritairement positives ou drôles, légères. Les publications de Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse ne semblent donc pas s'inscrire dans une volonté moralisatrice de la jeunesse. Ce point correspond également à une position partagée par de nombreux.ses professionnel.le.s qui travaillent dans le secteur de l'édition jeunesse, comme certaines des enquêtées :

> *« J'aime l'idée que la lecture ce soit vraiment un plaisir, tu vois, quelque chose de joyeux. (…) La lecture chez un enfant, c'est l'envoyer rêver, l'envoyer voyager, lui donner envie de lire un jour, mais surement pas d'apprendre. » (1)*

> *« On a choisi la ligne famille, et vraiment positif, comme on dit chez nous il faut que ça se finisse bien ! » (5)*

Pour ces éditeurs et éditrices, les livres doivent éveiller l'enfant à la « lecture-plaisir » plutôt qu'à une forme d'apprentissage. Il s'agirait alors d'une lecture plutôt cursive, suscitant l'émotion chez l'enfant notamment par le biais de l'identification à un personnage, et ne nécessitant pas de s'arrêter sur les détails. Cette première perception du rôle du livre pourrait justifier la négligence de certaines représentations contenues dans les ouvrages, dont celles du genre par exemple. Néanmoins, il est intéressant de relever que les enquêtées les plus jeunes ont nuancé cette idée en considérant également l'apprentissage comme un enjeu important de la lecture des enfants.

> *« J'ai une grosse volonté de leur faire rendre compte des problématiques actuelles, enfin justement moi ça ne m'intéresse pas de faire des livres comme chez Bayard (…) des livres qui n'ont aucun intérêt. Mais vraiment leur*

faire rendre compte du problème de l'eau, du problème de l'écologie… enfin des vraies choses quoi… des livres sur la diversité… » (2)

Comme l'enquêtée 2, l'enquêtée 3 s'est aussi révélée influencée au travail par ces questions sociétales rencontrées dans sa vie personnelle. Ces deux jeunes éditrices semblent en fait avoir assez conscience du rôle du livre dans la socialisation de l'enfant pour souhaiter transmettre certains messages dans leurs ouvrages. L'étude menée pour ce mémoire a de nouveau pu relever une différence entre ses enquêtées les plus jeunes et ses enquêtées les plus expérimentées dans le milieu de l'édition.

b. Identification ou imitation : deux perceptions du temps de l'enfance

Si chaque éditeur et éditrice jeunesse semble animée du désir de donner envie aux plus petits de lire, leur manière d'y parvenir varie selon leurs trajectoires ainsi que selon la ligne éditoriale de la maison d'édition dans laquelle iels opèrent. En cela, il n'est pas étonnant de trouver une différence flagrante entre Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse dès l'étude des publications de leur catalogue. La principale différence entre ces deux entités se trouve en fait dans leur manière de concevoir l'enfant et son imaginaire, leurs catalogues proposant deux perceptions diamétralement opposées.

D'une part, les ouvrages de Bayard Jeunesse invitent majoritairement à l'identification de l'enfant avec des héros qui vivent des situations semblables à celles qu'iel peut rencontrer dans sa propre vie, comme Petit Ours Brun, Popi ou Mimi Cracra, et avec des aventures de personnages propices à la rêverie et à l'amusement. Les éditeurs et éditrices de Bayard Jeunesse mettent ainsi à l'honneur le temps de l'enfance, des petites bêtises, des grandes découvertes et de l'imagination. Cette force de création originale passe notamment par des collections aux lignes éditoriales assez ouvertes, telles que Les belles histoires qui regroupe une variété de textes pour les enfants de 4 à 7 ans[108], et par la parution de titres en dehors

[108] « Les belles histoires ». Bayard Editions. https://www.bayard-editions.com/jeunesse/collection/les-belles-histoires. Consulté le 4 février 2018.

des collections : les auteurs et autrices n'ont alors pas à se conformer aux contraintes de thèmes, de charte graphique, de format ou de pagination, ce qui leur donne plus de liberté.

Deux titres encourageant l'identification des enfants chez Bayard Jeunesse

- *Bonsoir, Petit Ours Brun* (Danièle Bour, 1993) :

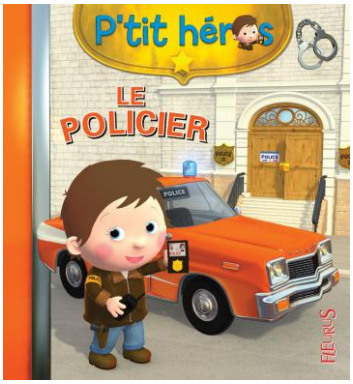
Petit Ours Brun est présenté comme un enfant actif (verbes "promener", "jouer", "dit", "se repose", "raconte", "crie", "a sommeil", "s'est endormi"). Le livre retrace ses activités de la journée. Dans cette histoire, Petit Ours Brun échappe aux stéréotypes de genre : par exemple, une double-page le présente jouant à la poupée et une petite voiture est aussi dessinée à côté de lui, dans l'illustration. Le livre permet à l'enfant, fille comme garçon, de s'identifier à Petit Ours Brun en comparant sa journée avec la sienne.

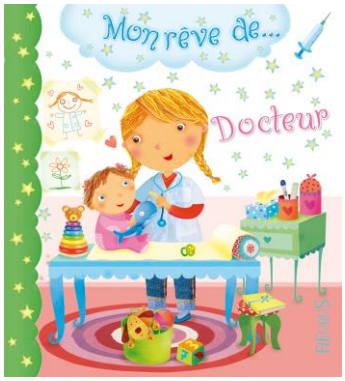
- *Sara s'en va* (Marie-Hélène Delval et Hélène Muller, 2015) :

Ce titre aborde la réaction d'une petite fille à la naissance d'un nouveau bébé. Fâchée, l'enfant ignore les interrogations de sa famille et part… au fond du jardin. Le livre peut aisément être utilisé par des adultes pour aborder le sujet de la jalousie avec un tout petit, et le traitement du genre étant non-stéréotypé il peut aussi bien être lu à une petite fille qu'à un petit garçon. L'enfant peut se retrouver dans la colère de Sara et dans sa détermination.

D'autre part, les ouvrages de Fleurus Jeunesse reposent plutôt sur le monde réel et plus précisément celui « des grands », la sphère des adultes. Pour commencer, les thèmes traités par les professionnel.le.s de cette maison d'édition semblent plus terre à terre que ceux de Bayard Jeunesse : on retrouve notamment de nombreuses inspirations du réel censées plaire aux enfants, comme celui des transports et des travaux dans la collection P'tit Garçon. On peut alors parler d'une invitation à l'imitation : les titres de Fleurus Jeunesse encouragent leurs lecteurs et lectrices à se projeter dans le monde réel et plus particulièrement à anticiper leurs futures activités. Cela est notamment perceptible par la place importante donnée aux personnages principaux adultes, qui représentent 17% des cas du corpus étudié chez Fleurus

Jeunesse contre 9% chez Bayard Jeunesse[109] (voir Annexe 3 – Comparaison des âges du personnage principal chez Bayard, sans Petit Ours Brun, et Fleurus). Par exemple, la collection P'tit Héros [110] met à l'honneur des personnages adultes en pleine activité professionnelle, tels que les pompiers ou les policiers. Par ailleurs, les publications de Fleurus Jeunesse sont aussi nombreuses à montrer des personnages enfants qui jouent à l'adulte, comme dans la collection Mon rêve de…[111], plutôt adressée aux filles grâce à des codes genrés en couverture (couleurs, symboles), où l'on rencontre des personnages féminins qui rêvent d'exercer une profession de maîtresse, de chanteuse ou de vétérinaire.





6 – Exemples de titres de la collection P'tit Héros et de la collection Mon rêve de…

Saubahe Ayadi, responsable communication de Fleurus Enfants, justifie ces publications en donnant l'exemple des collections P'tite fille et P'tit garçon qu'elle considère elle-même comme des « livres d'imitation » :

> *« C'est une histoire de famille ! La collection a été créée par une maman, qui l'a pensé à l'image de ses petites filles. Puis, quand son garçon est né, elle a développé une nouvelle collection. »*[112]

[109] À l'inverse, il est intéressant de noter que 59% des personnages secondaires des titres étudiés chez Bayard Jeunesse sont des adultes, contre seulement 24% chez Fleurus Jeunesse.
[110] « Livres de la collection P'tit héros - éditions Fleurus Jeunesse ». http://www.fleuruseditions.com/p-tit-heros-c726/. Consulté le 7 juin 2018.
[111] « Livres de la collection Mon rêve de... - éditions Fleurus Jeunesse ». http://www.fleuruseditions.com/mon-reve-c733/. Consulté le 7 juin 2018.
[112] Capuano, Léa. « Les livres pour enfants sont-ils forcément sexistes ? – ChEEk Magazine ». *Cheek Magazine*. http://cheekmagazine.fr/culture/livres-enfants-sexistes/. Consulté le 30 janvier 2017.

En plus de témoigner d'une certaine négligence vis-à-vis du genre en tant que construction sociale, cette affirmation illustre bien une volonté de donner l'exemple en dépassant le principe d'identification pour aller vers celui d'une projection dans le futur.

c. Littérature jeunesse et messages implicites

Or, l'observation approfondie de ces divers titres d'imitation a révélé une volonté persistante de socialiser les enfants en leur inculquant certaines valeurs, consciemment ou non, et ce particulièrement au travers des représentations de genre. On peut en effet percevoir des messages implicites, plus insidieux, dans les ouvrages. L'exemple le plus évident est celui de la valorisation des personnages : en présentant des héros, au sens héroïque du terme, qui sont par exemple tantôt chevaliers, policiers ou pompiers, les titres de Fleurus Éditions proposent à l'enfant un exemple de comportement ou d'activités qu'il pourrait adopter pour être à son tour valorisé. Dès lors, la différenciation entre les titres genrés pour les garçons et les titres genrés pour les filles instaure également une différence entre les comportements et activités valorisé.e.s, comme en témoigne le cas de la collection Princesse Parfaite.

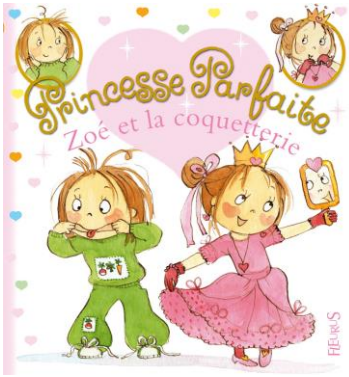
La collection Princesse Parfaite compte à ce jour trente-quatre titres, le premier étant paru en mai 2005 et le plus récent en mai 2018. Elle suit les aventures quotidiennes de Zoé, « une adorable petite fille qui n'en fait qu'à sa tête » dont l'alter ego est Princesse Parfaite, une petite fille « qui fait tout bien comme il faut » [113]. La charte graphique de la couverture cible très nettement un public féminin en suivant toujours la même construction : on y voit deux personnages de ce sexe – Zoé et sa version Princesse Parfaite –, ainsi que des cœurs voire des étoiles, derrière le titre et sur les bords du livre.

Chaque livre se découpe en deux moments : le comportement de Zoé en page de gauche, et à gauche sur la couverture, et celui qu'elle adopte lorsqu'elle est Princesse Parfaite en page de droite, et à droite sur la couverture. Dès l'illustration de couverture et le titre du livre, Zoé est présentée comme imparfaite : il lui arrive d'être capricieuse, bagarreuse, agitée, elle n'aime pas se laver ni ranger ses affaires, etc. Toutes ces caractéristiques sont alors établies comme étant des défauts face au comportement de Princesse Parfaite, en totale opposition

[113] Ces deux citations proviennent des textes de quatrième de couverture de la collection.

avec celui de Zoé. La tenue vestimentaire de Princesse Parfaite est d'ailleurs ornée de cœurs et d'accessoires perçus comme féminin, tels que des rubans et boucles d'oreilles, et son univers tout entier est majoritairement rose contre une prédominance de vert chez Zoé : très vite, Princesse Parfaite peut être associée au modèle de la fillette parfaite, puisqu'elle en affiche les symboles genrés. La collection induit aussi que Zoé doit faire un effort pour être parfaite, puisqu'elle ne l'est que « parfois » et que cela lui demande plus de préparations que d'agir au naturel. Or, un diplôme de « Princesse Parfaite » est délivré à la fin de l'ouvrage : ce cadeau semble insister auprès de l'enfant sur le comportement qu'il, ou plutôt qu'elle, devrait adopter, en valorisant les attitudes réfléchies et soignées de Princesse Parfaite au détriment du naturel de Zoé.

Zoé et la coquetterie (Camille Dubois, Fabienne Blanchut, Jacques Beaumont, 2005) :



Dans cet ouvrage, Zoé a un aspect garçon manqué : elle n'aime pas se laver, se coiffe avec du gel mais sans barrettes, se met les doigts dans le nez, se salit ou se bagarre avec les garçons... Face à Princesse Parfaite, tous ces traits sont associés à de gros défauts pour une petite fille. Les qualités qui sont attendues de Zoé sont en fait fortement genrées. Par exemple, dans la première double du récit, Zoé ne pense pas à être jolie puisqu'elle ne veut pas « sentir bon et ressembler à un bonbon » : ici, la beauté est liée non pas au physique ou à la personnalité mais aux attributs féminins dont elle pourrait se parer.

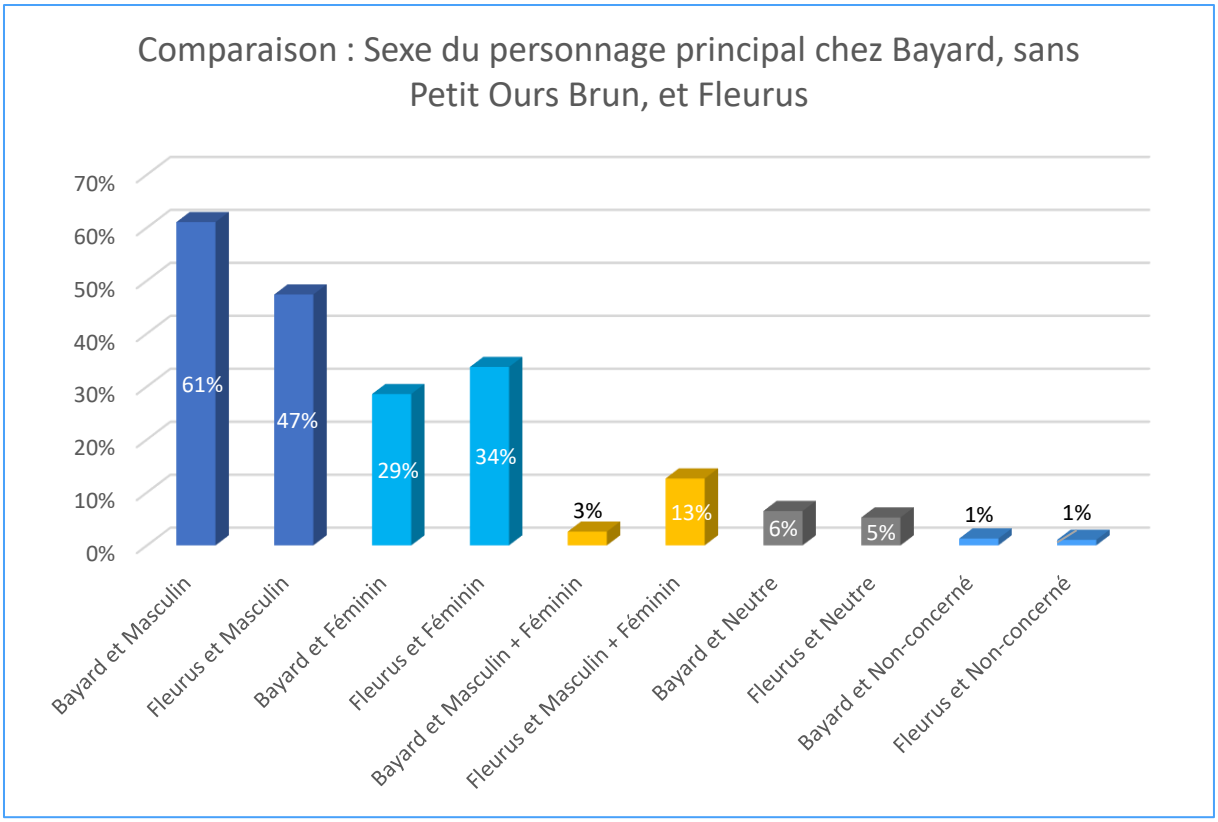
On retrouve l'aspect garçon manqué de Zoé dans ses choix vestimentaires : l'illustration la montre vêtue d'un survêtement vert et de baskets blanches, les lacets défaits, les cheveux ébouriffés. C'est en revêtant le costume de Princesse Parfaite que Zoé devient « propre et coquette ».

Zoé et la coquetterie (suite) :

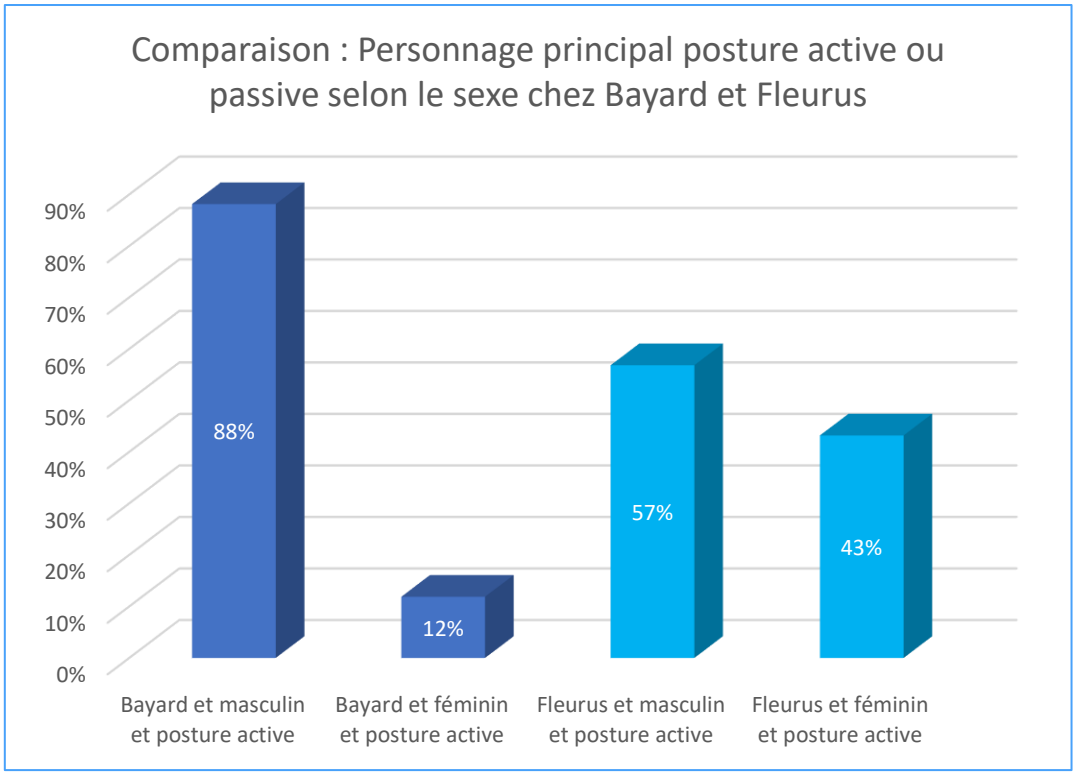
Il est intéressant de noter qu'une seule double-page ne montre plus Zoé mais uniquement Princesse Parfaite : la toute dernière, où la petite fille est avec un garçon. Le livre se termine sur la phrase « À quatre ans, on est sérieuse quand on est amoureuse ! », sous-entendant que la Zoé naturelle n'est pas sérieuse, et qu'adopter des comportements genrés féminin est forcément liée à la relation à l'autre sexe – parce qu'elle veut impressionner Gaston, Zoé n'hésite pas à revêtir le costume de Princesse Parfaite. Par ailleurs, le lecteur ou la lectrice attentif.ve peut relever que Zoé porte en fait habituellement la même tenue que l'amoureux de Princesse Parfaite : contrairement à Zoé, ce dernier ne semble pas avoir besoin de revêtir la panoplie d'un « Prince Parfait » pour charmer son amoureuse.

Comme dans « Princesse Parfaite », il est fréquent que les titres de Fleurus Jeunesse montrent implicitement les « bons rôles » à adopter selon que l'on soit un garçon ou une fille. Le genre apparaît principalement stéréotypé au travers des thèmes des livres et des comportements différents qui sont proposés aux garçons et aux filles, représentations de genre auxquelles les lecteurs et lectrices prêtent encore peu attention. Fleurus Jeunesse propose une offre très différenciée et semble, ce faisant, cultiver les différences entre masculin et féminin.

Or, il est intéressant de noter que, contrairement aux publications de Bayard Jeunesse, celles de Fleurus Jeunesse paraissent à première vue traiter de façon similaire les personnages masculins et féminins. Pour commencer, Fleurus Jeunesse réserve plus de place aux personnages féminins dans ces publications que son concurrent, comme l'indique le graphique ci-contre :



Alors que le corpus étudié pour Bayard Editions est constitué à 61% de titres avec pour personnage principal un personnage masculin, 29% un personnage principal féminin et seulement 3% un personnage principal masculin et féminin (au moins deux personnages au cœur du récit, donc), Fleurus Jeunesse a pour sa part une meilleure représentation en nombre de personnages féminins : 34% de ses personnages principaux sont des filles, et 13% sont des duos masculins-féminins. De plus, malgré le nombre plus important de personnages masculins que féminins de manière générale, la grille d'observation de ce mémoire a permis de relever que les personnages féminins de Fleurus Jeunesse n'étaient pas aussi effacés qu'on aurait pu le croire. Ainsi, l'écart de pourcentage entre personnages actifs ou passifs selon le sexe chez Fleurus Jeunesse est très faible, avec 43% de personnages féminins actifs contre 57% de personnages masculins actifs, là où il culmine à un écart de 76% entre les personnages masculins actifs et les personnages féminins actifs de Bayard Jeunesse.



Cette différence de traitement des personnages féminins est peut-être due à la segmentation genrée des collections : puisque les personnages féminins peuvent évoluer dans un monde sans personnages masculins pour mener l'histoire, elles sont également plus libres de s'épanouir dans leurs propres actions. Toutefois, comme évoqué précédemment, cela vient aussi au détriment de la variété de possibilités qui sont proposées aux lectrices et aux lecteurs : les héroïnes des petites filles sont majoritairement cantonnées à des histoires sociales, au rêve d'une profession considérée comme féminine ou à un sujet en lien avec la nature et les animaux. Les personnages féminins ne peuvent donc s'épanouir que dans les rôles de genre intégrés par les adultes, selon les dispositions naturelles qu'iels prêtent aux petites filles.

B. Une perception nuancée des stéréotypes de genre

a. Des rôles de sexe majoritairement intériorisés par les professionnel.le.s

En tant qu'êtres socialisés, les professionnel.le.s de l'édition ont, eux et elles aussi, intériorisé certains rôles de sexe au cours de leur vie. Comme évoqué précédemment, de par

leur public cible ou leur contenu, les ouvrages étudiés de Fleurus Jeunesse et, dans une moindre mesure, de Bayard Jeunesse, adoptent majoritairement un discours naturalisant les différences entre les hommes et les femmes. Celui-ci est en fait repris par les enquêtées lorsqu'elles sont interrogées sur leur perception des rôles de sexe tels qu'ils sont représentés dans l'édition jeunesse.

Pour commencer, les enquêtées s'accordent inconsciemment pour penser la famille à laquelle elles adressent leurs ouvrages exclusivement dans une dynamique hétérosexuelle, celle-ci étant composée dans leurs discours d'un père et d'une mère. Les enquêtées reproduisent en cela le fonctionnement de la société hétéro-centrée qu'elles ont pu intégrer au cours de leur socialisation. Cette perception codifiée de la famille permet également de nuancer l'axe des lignes éditoriales de Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse : la famille ciblée par les ouvrages de ces maisons est une famille traditionnelle comme l'Église catholique l'entend, c'est-à-dire basée sur une prétendue complémentarité naturelle entre un homme et une femme. Les familles monoparentales ou homosexuelles ne sont donc pas ou peu représentées. Pour certaines enquêtées, elles ne correspondent pas à l'image d'une famille où l'enfant peut s'épanouir en dehors de toutes difficultés. Ceci rejoint l'argument de l'actualité brûlante évoquée à la fin de la partie 2 par les enquêtées pour justifier le non-traitement de certains thèmes.

Par ailleurs, la plupart des enquêtées ajoutent à leur perception du couple parental des rôles de sexe différents pour le père et de la mère de l'enfant. Par exemple, l'enquêtée 1 admet le rôle des représentations du genre dans les livres pour enfants puis ajoute :

> *« Enfin, moi, fondamentalement, je suis convaincue qu'il y a une vraie différence entre un homme et une femme et qu'il faut savoir donner ces codes-là. Le père il a une autorité, et c'est pas, c'est pas pour dire que… Le père il a besoin d'exister aussi avec sa dose de masculinité, la mère elle est plus dans la douceur et c'est pas… ça n'empêche pas un papa de câliner son enfant si tu veux, mais c'est important qu'il y ait cette… enfin c'est pas pour rien même que physiquement on est plus petite, on est plus ronde, on est plus… »*

Cette citation témoigne d'ores et déjà de la manière dont les stéréotypes de genre peuvent être volontairement transmis d'une génération à l'autre. En effet, elle démontre comment les différences de comportements entre les hommes et les femmes peuvent être perçues comme innées par les professionnel.le.s du livre. Cette perception est de plus justifiée par des différences physiques réelles, rendant aux yeux de l'enquêtée l'argument indubitable. Il paraît alors évident que les éditeurs et éditrices de Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse puissent représenter dans leurs ouvrages ces différences qui leur semblent naturelles, consciemment ou non. Et en effet, les personnages masculins adultes ont tendance à afficher un rôle de travailleur, de protecteur ou d'ami avec lequel le personnage enfant peut faire des découvertes – c'est par exemple avec son papa que Petit Ours Brun apprend le ménage[114], cette activité étant pourtant à la charge de sa maman dans la grande majorité des autres livres de la série –, tandis que les personnages féminins adultes sont plutôt cantonnés à la sphère domestique et sociale, souvent dans des rôles de maîtresse d'école, de docteure, mais surtout de mère et de grand-mère[115]. Ainsi, la fonction maternelle est très présente dans les albums en tant que modèle clé de l'adulte féminin. Puis, ces rôles de sexe se répercutent aussi sur les personnages enfants : un héros garçon sera majoritairement plus entreprenant, bagarreur ; une héroïne fille sera plus rusée, réfléchie. Ainsi, les professionnel.le.s du livre reproduisent fréquemment dans leurs ouvrages des rôles de sexes qu'iels ont, eux et elles-mêmes, intériorisés, sans constamment les remettre en question.

b. Mais un rejet de certains codes trop évidents pour protéger la socialisation de l'enfant

Toutefois, si les rôles de sexe ne sont pas perçus comme étant le fruit d'une construction sociale, il en est autrement de certains stéréotypes de genre. En effet, des codes et symboles genrés ont été mis en évidence ces derniers années au fil de polémiques anti-sexistes et de libérations de paroles d'associations féministes, au point de devenir plus repérable aux yeux de la population française. Les professionnel.le.s du livre ne sont pas

[114] Aubinais, Marie, Danièle Bour, et Céline Bour. *Petit Ours brun fait le ménage*. Montrouge : Bayard Jeunesse, 2014.

[115] Voir à ce sujet Brugeilles, Carole, Isabelle Cromer, et Sylvie Cromer. « Les représentations du masculin et du féminin dans les albums illustrés ou Comment la littérature enfantine contribue à élaborer le genre ». *Population 57*, n° 2 (2002). *Op. cit.* p. 261 292.

resté.e.s imperméables à ces sujets de société et ont donc appris à repérer et déconstruire des clichés liés au genre. L'enquêtée 1 attribue ainsi deux niveaux aux codes et symboles genrés que l'on trouve dans les livres pour enfants :

> *« Il y a des codes qu'il faut transmettre. Mais ça veut pas dire qu'on (les femmes) est habillé en rose avec des paillettes. Tu vois, toute la subtilité elle est là en fait. »*

Comme exprimé par l'enquêtée 1, les stéréotypes de genre ne sont pas nécessairement néfastes puisqu'ils ne véhiculent pas tous une représentation biaisée de la société et des rôles de sexe. Bon nombre d'entre eux sont en fait un outil de communication pour que les enfants puissent comprendre l'histoire contenue dans l'album : un personnage aux cheveux longs, aux joues roses et aux longs cils est de sexe féminin, un personnage vêtu d'un short et d'une chemise avec de la barbe est de sexe masculin. Ces représentations simples sont toutes intégrées dès le plus jeune âge par les lecteurs et lectrices et leur permettent donc de se repérer dans les aventures de leurs héros et héroïnes. Il n'est d'ailleurs pas anodin que les représentations des personnages secondaires soient plus stéréotypées quant aux caractéristiques morphologiques et vêtements qu'ils arborent en illustrations par rapport aux personnages principaux, ces derniers pouvant être mieux présentés dans le texte des récits[116] (voir Annexe 4 – Analyse détaillée des caractéristiques associées aux personnages principaux et secondaires selon leur sexe). Puis, cette considération peut être nuancée dans le cas d'ouvrages « trop » stéréotypés, où les personnages revêtiraient des codes genrés particulièrement marqués par rapport à la réalité du genre dans la société. L'enquêtée 1 distingue donc un premier niveau de genre, réservé aux enseignements qui lui paraissent nécessaires, c'est-à-dire aux codes que l'enfant doit intégrer pour se socialiser selon elle, tandis que le second niveau est celui du superflu et des clichés. Il est nécessaire de rappeler que les enseignements perçus comme nécessaires peuvent varier selon la perception de chacun. Néanmoins, il est intéressant de noter que les stéréotypes du second niveau touchent ici à l'apparence et sont connotés négativement, puisqu'il ne « faut pas » les transmettre, en plus de cibler principalement le public féminin. On retrouve dans cette idée la valence

[116] Petit Ours Brun en est le meilleur exemple puisqu'il porte fréquemment des vêtements non genrés sans qu'on puisse se tromper sur son sexe, et sans empêcher les enfants, filles comme garçons, de s'identifier à lui.

différentielle des sexes présentée par l'anthropologue Françoise Héritier selon laquelle les comportements, lieux ou objets rattachés à un sexe peuvent avoir plus de valeurs que s'ils étaient rattachés à l'autre sexe[117]. Celle-ci s'accompagne d'une volonté de la part de certaines professionnelles du livre de lutter à leur échelle contre cette valence différentielle :

> *« Y'a de l'inné. Mais l'acquis on le force un peu, on a une responsabilité à le forcer. » (1)*

> *« C'est insupportable. J'essaie de faire attention au genre parce que j'ai vu tellement parfois des âneries… J'essaie de faire attention le plus possible sans que ce soit une obsession, sans être trop militante quoi. » (2)*

Ces deux déclarations rappellent la tension qui existe entre responsabilité éditoriale et militantisme dans le travail des éditeurs et éditrices jeunesse, et qui semble être une source de préoccupation pour nos enquêtées – où se trouve la limite de l'édition engagée lorsqu'il s'agit de socialiser les enfants ? Toutefois, cette crainte ne les empêcherait pas de prendre des mesures contre des stéréotypes de genre qu'elles jugent inappropriés, d'après leurs réponses en entretien. Quatre enquêtées sur six ont ainsi exprimé un fort rejet des couleurs bleu et rose en couverture, qui empêcheraient d'atteindre un public mixte malgré des contenus adaptés aux deux sexes. Face à ce choix de couleur, ces enquêtées disent adopter deux postures : soit une simple forme de vigilance, qui les pousserait à éviter de genrer leur publication lorsque cela s'associerait à une forme de « stigmatisation » (terme utilisé par l'enquêtée 2), soit un positionnement intransigeant, l'enquêtée refusant soi-disant à tout prix de publier de telles couvertures. Le corpus de ce mémoire n'a pas permis de confirmer ou d'infirmer ces déclarations, l'étude n'ayant pas porté directement sur les livres conçus par ses enquêtées, mais la persistance de titres genrés par le biais de couleurs a tout de même été démontrée, notamment chez Fleurus Jeunesse. Il est donc indispensable de nuancer les déclarations recueillies en entretiens.

Puis, une majorité des enquêtées se sont dit « sensibles » à la représentation des personnages féminins dans leurs ouvrages. À ce titre, elles y prêteraient plus attention, leur objectif étant de limiter les représentations stéréotypées et ce particulièrement dans la

[117] Héritier, Françoise. Masculin – féminin : la pensée de la différence. Paris : O. Jacob, 1996. Op. cit.

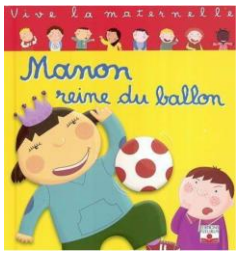
sphère domestique. L'enquêtée 2, l'enquêtée 1 et l'enquêtée 3 ont ainsi toutes trois donné l'exemple de la mère menant des tâches ménagères dans la maison tandis que son mari travaille ou profite d'activités de loisirs comme regarder la télévision. Enfin, les éditrices interrogées ont également fréquemment cité des exemples de petites héroïnes sur lesquelles elles ont travaillé pour contrebalancer l'impression de sur-représentation masculine. Néanmoins, il est nécessaire de rappeler que toutes ces intentions touchent principalement aux stéréotypes de genre et non directement aux rôles de sexe : si la mère du personnage n'est pas ménagère mais persiste à être dans un aspect « douceur » contre un aspect « autoritaire » associé au père, par exemple, les rôles de sexe traditionnels sont toujours véhiculés par le récit ou l'illustration. L'attention portée par les professionnel.le.s du livre aux choses qu'iels perçoivent comme stéréotypes ne peut qu'être incomplète, puisque dépendante du contexte culturel de chacun.e et de leur sensibilité variable sur la question du genre. De plus, comme évoqué un peu plus tôt, le fait de développer des titres avec des filles en personnages principaux ne suffit pas toujours à empêcher la diffusion de rôles de sexe stéréotypés, et ce encore moins si les petites héroïnes le sont dans des collections elles-mêmes genrées comme c'est souvent le cas chez Fleurus Jeunesse. Enfin, l'attention des professionnel.le.s du livre reste alors concentrée sur les personnages féminins : qu'en est-il des représentations du genre masculin ?

b.i. Quelques écarts rares et attendus : le cas du garçon manqué

Les éditeurs et éditrices jeunesse tentent parfois de bousculer les attentes de leurs lecteurs et lectrices en proposant sur le marché un livre allant à contre-courant des stéréotypes de genre. Dans cette catégorie, le personnage du garçon manqué est un incontournable. Pourtant, il ne s'agit pas complètement d'une déconstruction du genre : certes, le garçon manqué est un personnage féminin qui n'a pas les codes du genre féminin, mais il adopte tout de même automatiquement ceux du genre masculin. Or, en endossant ce rôle de garçon manqué, le personnage féminin prend de la valeur, celle réservée aux comportements, objets et lieux du genre masculin. De plus, le garçon manqué n'a pas d'équivalent masculin populaire, si ce n'est le terme de « fille manquée » peu usité et souvent associé à des valeurs négatives. En effet, les frontières sociales de la féminité sont moins contraignantes que celles de la masculinité : les produits, lieux et attitudes considéré.e.s comme étant de genre féminin sont liées à une identité sexuelle, voire culturelle, qu'un homme ne peut endosser sans y perdre une part de sa valeur virile. Le rôle du garçon manqué

permet donc plus de liberté dans les comportements que peuvent adopter des personnages féminins de littérature jeunesse, tout en n'échappant pas à certaines règles inégalitaires du genre. En cela, il ne s'agit donc pas pour les éditeurs et éditrices de brouiller les différences entre les sexes, mais bien de surprendre leurs lecteurs et lectrices et peut-être de les faire réfléchir, comme l'illustre l'exemple suivant.

Manon reine du ballon (Emilie Beaumont, Ann Rocard, 2004) :



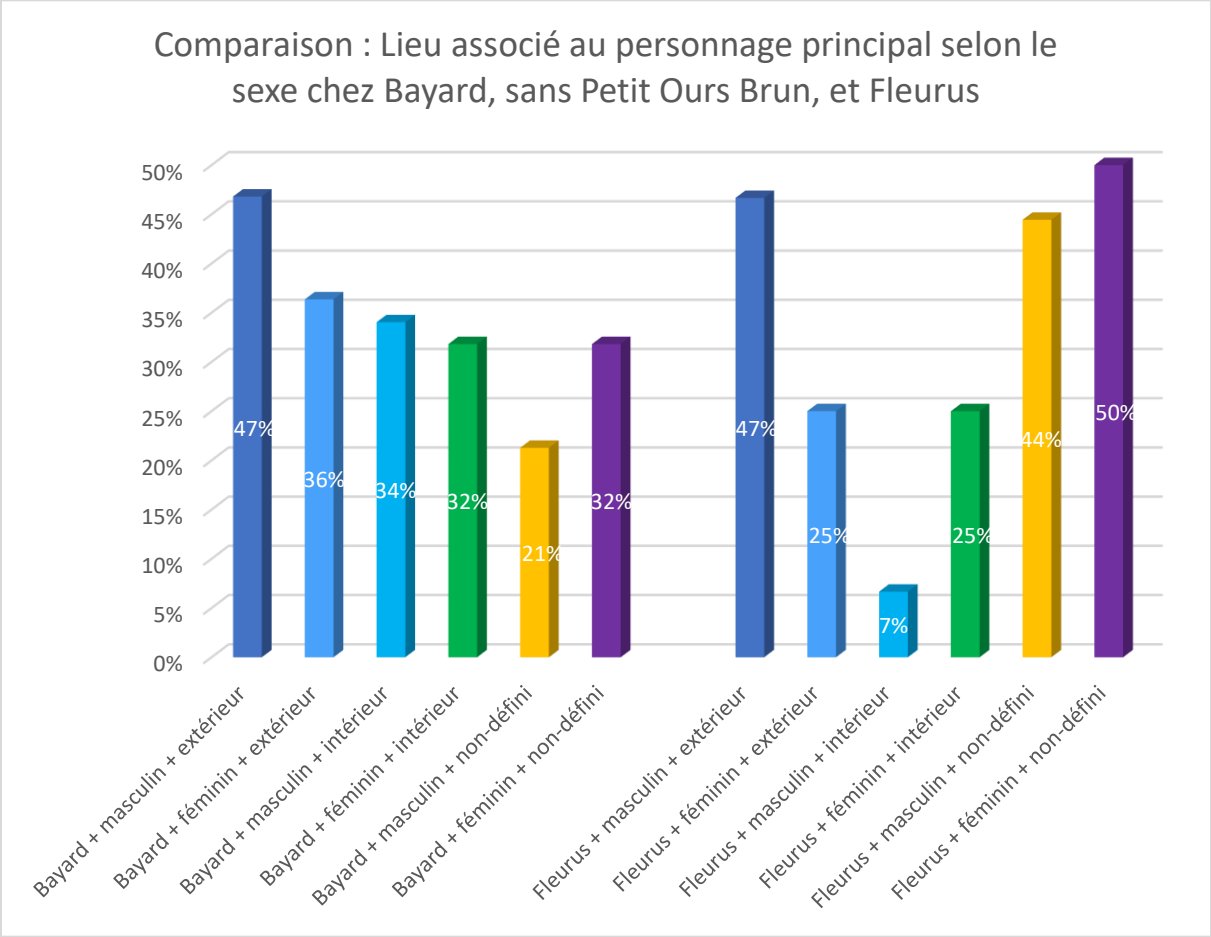
La question du genre est clairement posée dès la couverture de ce titre : on y voit le personnage de Manon au premier plan, jouant au ballon, tandis qu'un petit garçon l'observe d'un air mécontent au second plan. Manon n'est pas parée de signes genrés si ce n'est sa couronne violette et ses longs cils ; elle porte une tenue neutre voire masculine.

Dans cet ouvrage, Manon veut jouer au football avec les garçons de son école. Elle est confrontée à leur rejet, d'abord oral (« Le foot c'est pour les garçons », « Les filles, on n'en veut pas »), puis physique jusqu'à la violence lorsqu'un enfant la pousse. Pour les convaincre, Manon explique être inscrite dans un club de foot, et l'image d'elle en tenue de sport avec deux autres camarades succède à une illustration quasi identique où sont uniquement représentés des garçons. Manon doit tout de même faire ses preuves pour jouer avec eux… Le retournement de situation final vise à déconstruire l'idée reçue selon laquelle les filles ne peuvent pas jouer au football : Manon est une très bonne joueuse, « meilleure que les garçons » selon une autre petite fille. Cela surprend les enfants en les confrontant à leurs attentes faussées des rôles de sexe.

Toutefois, ce cas de garçon manqué pose question puisque le personnage féminin reste enfermé dans des attentes particulières. Que ce serait-il passé si Manon n'avait pas été aussi bonne au football que ces camarades ? Une fille ne peut-elle se joindre à des garçons qu'en étant meilleures, ou au même niveau, qu'eux ? À ces différentes questions qui peuvent préoccuper les partisans et partisanes de l'égalité, le livre *Manon reine du ballon* ne répond pas.

c. Une présence relative des stéréotypes de genre implicites

Malgré les connaissances relatives des éditeurs et éditrices vis-à-vis du genre et le peu de sensibilité quant aux stéréotypes qui y sont associés, il est intéressant de noter la présence relative des stéréotypes de genre les plus implicites dans les 299 ouvrages étudiés pour ce mémoire. En effet, la grille d'observation a permis de mettre en évidence plusieurs catégories où les représentations des personnages masculins étaient égales ou équivalentes à celles des personnages féminins, particulièrement chez Bayard Jeunesse, ne laissant ainsi pas de place à une quelconque forme d'inégalité ou à une représentation biaisée de la société et des rôles de sexe. Pour commencer, l'étude a porté sur les lieux associés aux personnages selon leur sexe et a démontré une répartition plutôt équivalente entre le sexe féminin et masculin chez Bayard Jeunesse. Le graphique ci-dessous permet de visualiser, au contraire, des écarts plus importants dans le cas de Fleurus Jeunesse :



Selon ces données, les personnages principaux masculins se trouvent plus fréquemment dans des lieux extérieurs que leurs consœurs. Ces statistiques sont légèrement

différentes lorsque Petit Ours Brun est pris en compte, ce personnage masculin étant fréquemment associé à la sphère domestique, et donc à l'intérieur, au vu de son jeune âge. Toutefois, on peut noter que les écarts entre les résultats obtenus ci-dessous restent raisonnables. Dans le cas de Fleurus Jeunesse, les différences entre personnages féminins et masculins font en fait écho aux situations dans lesquelles ils sont représentés. Une comparaison avec les sphères sociales dans lesquelles les personnages apparaissent permet de mieux s'en rendre compte : chez Fleurus Jeunesse, 20% des personnages masculins principaux évoluent dans des activités professionnelles contre 9% des personnages féminins principaux, par exemple (voir Annexe 5 – Détail des sphères sociales des personnages principaux selon leur sexe). Or, ces activités professionnelles genrées impliquent de se trouver à l'extérieur ou à l'intérieur : les personnages policiers augmenteront le pourcentage des personnages masculins se trouvant à l'extérieur tandis que les maîtresses renfloueront celui des personnages féminins se trouvant à l'intérieur. Chez Bayard Jeunesse, à l'inverse, les personnages sont peu associés à des activités professionnelles mais plutôt à des activités solitaires, à 68% pour les filles et 81% pour les garçons sans Petit Ours Brun. Cette fois, la différence la plus marquante se trouve dans le fait que les personnages féminins principaux ont plus tendance à être représentés dans une sphère sociale amicale, dans 18% des cas contre 9% pour les personnages masculins, qui sont eux plutôt associés à la sphère familiale. Toutefois, là encore, ces différences de résultats ne suffisent pas à affirmer la reproduction inconsciente et systématique de stéréotypes de genre, d'autant que les personnages principaux masculins et féminins sont autant représentés seuls qu'en groupe dans les deux maisons d'édition étudiées.

On peut donc tempérer l'hypothèse selon laquelle les stéréotypes de genre seraient fortement transmis par des représentations implicites, les cas les plus discrets étudiés par ce mémoire ne se révélant *in fine* pas extrêmement genrés. Il semble au contraire que les stéréotypes les plus marqués soient les plus visibles à condition de savoir où regarder, comme nous l'avons démontré précédemment.

C. Auteur.rice, éditeur.rice, graphiste : « suivre son intuition »

a. Le processus de création, prétendu imperméable aux interrogations sociétales

Pour les enquêtées, le manque de publications plus représentatives de la réalité du genre et plus inclusives de certaines populations (homosexuelles, transgenres, etc.) se justifie en premier lieu par un manque de propositions de la part des auteurs et autrices du livre jeunesse. L'enquêtée 3 note par exemple que les auteurs et autrices ont plus tendance à inventer des personnages masculins que féminins, ce que confirme l'enquêtée 1 :

> *« C'est dans l'établi et dans l'intuition d'un auteur, en général, que lorsqu'il veut s'adresser au plus grand nombre il a intérêt à prendre un héros de sexe masculin. Parce que quand tu vois (…) des héros qui ont eu un vrai succès, (…) tu reviens très vite quand même plutôt à un héros masculin. »*

Cette affirmation est particulièrement intéressante lorsque l'on compare la sur-représentation des personnages masculins au sexe des auteurs et autrices de livre jeunesse, domaine très majoritairement féminin : dans l'étude menée pour ce mémoire uniquement, la population étudiée se compose à 67% d'autrices et illustratrices, puis à 18% de duo masculin-féminin, et enfin à seulement 8% d'auteurs et illustrateurs (voir Annexe 6 – Répartition des créateurs et créatrices des livres du corpus selon leur sexe)[118]. Outre justifier la sur-représentation masculine dans les livres par un intérêt financier pour les auteurs et autrices, l'enquêtée 1 souligne aussi à quel point l'imaginaire de ces derniers et dernières dépend également de leur socialisation, de leur trajectoire et de leur façon de percevoir la société. Le processus de création de l'auteur.rice est par ailleurs perçu comme intouchable : l'éditeur.rice travaillerait uniquement à partir du matériel que l'auteur.rice lui fournit, et non en amont de sa conception. La mission première de l'éditeur.rice serait alors de dénicher les bons textes parmi les suggestions des auteur.rices, malheureusement marquées par un manque de diversité. Toutefois, il est intéressant de noter la récurrence du terme « intuition » dans les entretiens menés pour ce mémoire, qui nuance l'objectivité des éditeur.rice.s dans leur

[118] 7% des sexes des créateur.rice.s sont restés non-identifiables à cause de la mixité du prénom ou du nombre d'auteur.rice.s impliqué.e.s, Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse faisant parfois appel à leurs propres équipes éditoriales pour rédiger certains textes.

perception de cette tâche. Comme l'explique l'enquêtée 4, la sensibilité des professionnel.le.s du livre est éprouvée à chaque étape de la conception d'un ouvrage :

> *« Ça marche beaucoup à l'intime conviction, ce n'est pas reposé sur des savoirs, c'est assez subjectif. (…) Il n'y a pas de recette magique, il y a de l'intuition. »*

L'enquêtée 4 utilise elle-même le terme de « subjectif », soulignant à quel point le travail des professionnel.le.s du livre se rapporte grandement à la sphère inconsciente de ses acteur.rice.s. Or, en valorisant tant la notion d'intuition dans leurs discours, les enquêtées renvoient l'image d'un groupe professionnel sûr de son monopole malgré l'inconstance de leurs compétences qui reposeraient en partie sur de l'inné. En effet, si une telle part de leurs décisions reposent sur de l'intuition, donc sur un pressentiment qui se construit non uniquement sur les données fiables du marché mais aussi sur un savoir professionnel non-explicite et une appréciation esthétique, quelles sont les règles à respecter pour combler les attentes de ces professionnel.le.s ? Comment savoir quels thèmes leur soumettre, et sous quelle forme, pour bien répondre à leurs attentes ? Les enquêtées de ce mémoire n'intègrent pas forcément ces questionnements à leur manière de travailler, ce qui démontre peut-être un manque d'attention portée aux auteurs et autrices et à ce que ces derniers peuvent apporter au travail éditorial. A l'inverse, les professionnel.le.s du livre semblent plutôt faire preuve d'un esprit de corps professionnel.

Par ailleurs, Matthieu Letourneux, professeur de littérature à Paris X Nanterre, rappelle que le processus de sélection de textes opéré par l'éditeur ou l'éditrice de toute maison d'édition conduit à la production d'un nouvel horizon d'attente que les auteurs ou autrices chercheront par la suite à satisfaire afin de rejoindre ses collections[119], que cela réponde à une intentionnalité de la part de l'éditeur ou éditrice ou non. Ainsi, les professionnel.le.s du livre se priveraient eux et elles-mêmes de recevoir certaines propositions d'auteurs et d'autrices en construisant leurs lignes éditoriales, ces derniers et dernières ne pensant pas que leurs textes pourraient trouver leur place dans leurs maisons d'édition. Cela expliquerait particulièrement le manque de diversité de représentations de genre et de sexualité dans les

[119] Letourneux, Matthieu « La ligne éditoriale : auctorialité et sérialité éditoriale ». In *Mame : deux siècles d'édition pour la jeunesse*, Boulaire, Cécile (dir.). Rennes : Presses universitaires de Rennes, Tours : Presses universitaires François Rabelais, 2012. *Op. cit*. p. 233.

livres de Bayard Jeunesse et Fleurus Jeunesse, où les auteurs et autrices pourraient penser que les valeurs des groupes de ces entités primeraient sur la qualité purement artistique des textes. Suivant cette logique, des manuscrits traitant de sujets qui pourraient heurter la sensibilité d'un public conservateur seraient évités : les auteurs et autrices ne prendraient pas la peine d'en faire des propositions en prévoyant un rejet. De ce fait, l'éditeur ou éditrice aura eu une influence sur la réception des textes autant que sur la production des rares titres publiés. Il serait particulièrement intéressant de mener une recherche auprès des auteurs et autrices du livre jeunesse quant à leur façon de cibler les maisons d'édition à qui iels envoient leurs manuscrits afin d'en savoir plus.

b. Un regard critique sur les consensus forcés

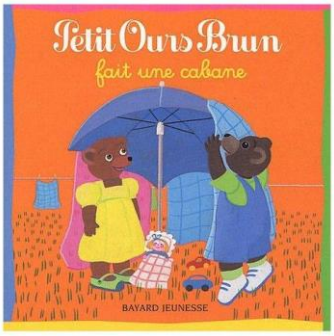
Les professionnel.le.s du livre font également front commun contre ce qu'iels considèrent comme des attaques à leur indépendance, et notamment dans les cas de demandes d'adaptations de la part des services commerciaux. Sur ce point, les enquêtées tiennent à nouveau un discours valorisant leur compétence de sélection intuitive en l'opposant au manque d'appréciation esthétique des professionnel.le.s commerciaux, qui négligeraient la qualité artistique pour atteindre leurs objectifs financiers. Dans le cas du genre, certaines enquêtées ont ainsi évoqué avec méfiance la possibilité d'adapter les caractéristiques d'un personnage pour toucher un public particulier :

> *« Changer de vêtements, ce n'est pas du tout un sujet pour nous. En général je fais confiance à l'illustrateur, il les habille bien comme il veut. » (5)*

> « *Si un auteur te propose un super projet, où le héros est un petit garçon et tu voudrais que ça soit une petite fille, lui dire "change", ça n'a aucun sens. (…) Mais j'l'ai déjà entendu plusieurs fois, tu vois dans des réunions éditoriales, "On pourrait peut-être lui demander"... mais c'est plus le même héros, c'est plus la même histoire ! C'est pas possible en fait. » (1)*

Ces deux citations apportent deux éclairages sur la façon de percevoir ces requêtes de changements : d'une part, les éditrices interrogées ici reconnaissent la nécessité d'indépendance de l'artiste, et de l'autre, elles associent une grande portée aux caractéristiques du personnage en négligeant à nouveau celle du genre. Ainsi, l'enquêtée 1 laisse entendre que le choix du sexe du personnage principal influerait sur l'ensemble du récit, celui-ci étant forcément lié à son comportement et à ses activités. Or, les études de genre attestent que ces domaines ne sont pas intrinsèquement dépendants du sexe, ce que l'on retrouve par ailleurs dans des ouvrages jeunesse.

Exemple d'une répartition égalitaire des rôles malgré le sexe des personnages : *Petit Ours Brun fait une cabane* (Marie Aubinais et l'équipe de Pomme D'Api, Danièle Bour, 2005) :



Sur la couverture de ce titre, Petite Ourse Rousse est passive lors de la construction de la cabane par Petit Ours Brun. Elle l'observe, déjà à l'abri sous le parasol. Néanmoins, la lecture du livre indique d'abord que Petite Ourse Rousse est la première à utiliser les serviettes pour construire des « murs » à la cabane. Les deux enfants jouent et construisent ensemble leur abri, ce qui les place sur un pied d'égalité.

Petit Ours Brun et Petite Ourse Rousse sont des animaux, sans cheveux ni maquillage qui donneraient plus d'indices sur leur sexe. Ils sont donc habillé.e.s de vêtements caractéristiques masculin ou féminin pour les distinguer –robe et sandales pour le sexe féminin ; salopette, tee-shirt et baskets pour le sexe masculin.

Reste une caractéristique de genre discrète car non-évoquée dans le texte, mais bien présente dans l'image. Sur la couverture, aux pieds des enfants, se trouvent une poupée dans un lit et deux petites voitures. Au fil des doubles pages, on peut voir Petite Ourse Rousse jouer uniquement avec sa poupée pendant que POB garde ses petites voitures. Il s'agit du seul élément qui véhicule des rôles de genre dans le livre, et il est intéressant de noter qu'il est implicite puisque présent uniquement dans les illustrations.

Dans cet exemple, donc, les rôles sont égalitaires entre Petit Ours Brun et son amie Petite Ourse Rousse malgré leur sexe : on peut à ce titre imaginer intervertir sans problème le sexe des personnages, à condition de changer également leurs vêtements qui servent ici de moyen pour distinguer aisément le masculin du féminin. Cela pourrait en fait être appliqué à de nombreux ouvrages s'ils n'étaient pas tant marqués de stéréotypes de genre et de rôles de sexe stéréotypés. Toutefois, les enquêtées ne semblent globalement pas en avoir conscience et prennent plutôt les demandes de changement extérieures comme des contraintes voire des pressions équivalentes à de la censure.

Or, les professionnel.le.s du livre sont particulièrement aux aguets quant à ce dernier point. Ceci a pu être démontré en abordant en entretien l'exemple de la polémique récente autour du titre *On a chopé la puberté* publié aux Éditions Milan, et déjà présenté en pages 65-67. Les termes ont été durs pour décrire les réactions du public sur cet ouvrage :

> *« C'est une forme de dictature, clairement. (…) Que tu ais quatre pages qui déchainent autant de violence… » (4)*

> *« Moi quand j'ai commencé à lire les extraits qui ont été publiés j'étais hyper choquée. Et après quand j'ai vu que tout le monde criait à l'autodafé… je me suis dit non mais euh… enfin y a quand même quelque chose qui tourne pas rond, quand même. (…) J'ai vraiment halluciné. » (2)*

Ces déclarations témoignent d'une forme d'ahurissement des éditeur.rice.s et graphistes face à ce type de déferlement médiatique. Il s'agit en fait principalement de la réalisation d'une forme de prise de pouvoir de l'opinion publique à laquelle les enquêtées n'étaient pas préparées, et qui s'apparente selon elles à une forme de censure. En effet, les personnes ayant signé la pétition contre l'ouvrage de Milan en ont demandé le retrait de la vente, procédant ainsi de la même façon qu'aurait pu le faire la loi n° 49-956 du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse. Le public abouti donc à ses fins sans avoir recours à une instance officielle, mais surtout sans définir de limites précises qui rendraient limpide ce qui est acceptable ou non. Par ailleurs, la censure opérée par l'opinion publique semble l'être en dehors d'un questionnement quant au ton des ouvrages, comme l'exprime les Éditions Milan dans leur communiqué de presse :

> *« Ce phénomène nous amène à nous questionner de nouveau sur la manière d'aborder ces problématiques adolescentes, sur le parti pris humoristique adopté, mais surtout sur l'interprétation que peuvent en avoir les adultes. »*[120]

Ici, les Éditions Milan mettent l'accent sur le rôle des adultes dans l'interprétation des ouvrages proposés au jeune public, rappelant ainsi le double lectorat des albums jeunesse. En effet, les polémiques sont toujours déclenchées par des adultes qui attribuent un certain sens à la lecture d'un livre en imaginant que l'enfant le percevra de la même façon. Dans le cas de *On a chopé la puberté*, par exemple, les phrases qui ont été accusées de sexisme ont peu de chance d'être comprises de la sorte par un enfant, qui intérioriserait les textes ou rigolerait des blagues sans les mettre en perspective. À ce titre, les professionnelles du livre interrogées soulignent toutes le recul critique nécessaire aux adultes avant d'entrer dans une œuvre. L'enquêtée 3 insiste notamment sur la distance qui existe entre fiction et réalité :

> *« Tout ce qui compte pour moi, c'est le contexte. Après, que les gens ne comprennent pas que mettre en scène un personnage de nazis ne veut pas dire cautionner le nazisme, euh bon bah c'est un peu malheureux mais en fait… mais bon c'est tout le… toute la littérature qui peut être, qui est remise en question. Tout l'imaginaire, toute la fiction »*

Ainsi, la réception du public d'un livre jeunesse dépendrait en premier lieu de l'interprétation des adultes, et peut-être de leur manière de présenter l'ouvrage aux enfants de leur entourage : en lui conférant un statut sérieux, humoristique, etc. Les professionnel.le.s du livre jeunesse ont en tout cas tendance à blâmer les adultes récepteurs et réceptrices de leurs ouvrages pour la « mauvaise » lecture qu'iels peuvent en faire, tout en évitant de remettre en cause leurs pratiques de conception.

[120] Communiqué de presse - On a chopé la puberté ». Le blog des éditions Milan (blog), 1 mars 2018. https://www.editionsmilan-leblog.com/2018/03/01/a-propos-livre-on-a-chope-puberte/. Consulté le 30 mars 2018.

Conclusion

Ce mémoire avait pour objectif de saisir les enjeux liés au genre qui peuvent intervenir ou au contraire être ignorés lors de la conception d'une publication jeunesse dans une maison d'édition historiquement catholique. Il s'agissait d'interroger les enjeux intrinsèques à ces maisons d'édition pour ensuite contextualiser la position de leurs professionnel.le.s quant à la question du genre. Par ailleurs, la présence forte de stéréotypes de genre dans l'ensemble des publications jeunesse posait la question de leur traitement dans les ouvrages des maisons d'édition sélectionnées comme terrain : ce mémoire visait en cela à compléter des études déjà réalisées sur les représentations du genre dans l'édition jeunesse en témoignant de la réalité des pratiques contemporaines.

Un premier axe d'étude centré sur les problématiques propres aux maisons d'édition historiquement catholiques a pu démontrer la fragilité de leur positionnement, entre un public fidélisé majoritairement conservateur et une volonté de toucher une cible plus large dans une optique de développement financier. Au cœur d'un marché de niche, les maisons d'édition que ce mémoire a étudiées ont donné l'exemple d'entités où les non-dits persistent au sein même des équipes éditoriales, si bien que leur positionnement semble être en premier lieu une reconstruction collective : les éditrices et éditeurs se fient avant tout à leur perception de la maison d'édition pour proposer des titres qui n'iront pas à l'encontre de sa ligne éditoriale, et se privent de la sorte de certains thèmes. Ce mémoire a ainsi pu citer la sexualité ou la politique. Les exemples de polémiques et de censures fournies par les enquêtées prouvent par ailleurs que la direction n'intervient qu'en dernier recours pour empêcher le traitement d'un sujet qui ne slui paraîtrait pas compatible avec la sensibilité de son public catholique conservateur. La conscience collective des limites de la maison d'édition suffit donc à effectuer une sorte d'auto-censure en amont des publications. Enfin, cette première étude a pu tracer un lien fort entre représentations genrées et objectifs commerciaux tout en attestant de la perception des professionnel.le.s du livre quant à l'ultra-segmentation de la production. Il a été démontré que ces derniers et dernières l'ont intégrée comme un élément

clé d'une démarche commerciale pour atteindre certains objectifs financiers. Déjà, le genre est apparu comme une donnée intériorisée par les professionnel.le.s du livre jeunesse.

Un second temps de l'étude a donc été consacrée spécifiquement au travail de ces professionnel.le.s du livre jeunesse dans des maisons d'édition historiquement catholiques. Tout d'abord, ce mémoire a dessiné le portrait de ses enquêtées afin d'obtenir une idée des profils qui composent les équipes de ces maisons. Il est alors apparu que peu d'entre elles s'étaient à l'origine destinées à travailler dans le milieu de l'édition, leur parcours professionnel ayant plutôt été affecté par des rencontres fortuites, et encore moins dans les maisons d'édition qui les accueillaient aujourd'hui. De plus, il s'est avéré qu'aucune sensibilité religieuse n'était nécessaire pour rejoindre des maisons d'édition historiquement catholiques, ce qui a contredit une hypothèse de départ de ce mémoire. Puis, cette étude a permis d'interroger le concept de responsabilité éditoriale : il a alors été constaté à quel point les éditeurs et éditrices du livre jeunesse vont jusqu'à revendiquer cette responsabilité, et ont notamment conscience de leur rôle de protecteur vis-à-vis de l'auteur.rice, peu préparé à la réception par le public. Néanmoins, ce chapitre a aussi été l'occasion d'aborder certains biais des professionnel.le.s du livre dans leurs justifications du manque de représentation de certaines populations ou thématiques dans le livre jeunesse, dont celles qui touchent au genre : en prétextant se tenir éloignées de ce qu'elles connaissent mal, les enquêtées de ce mémoire ont admis leur désengagement pour ces sujets actuellement peu familiers du grand public.

Un dernier angle d'étude a donc été d'interroger le niveau de conscience des professionnel.le.s du livre jeunesse des maisons d'édition historiquement catholiques quant au lien entre livre pour enfants et socialisation, sous le prisme du genre. En premier lieu, ce mémoire a constaté une différence de taille entre les deux maisons d'édition de son terrain, que l'on retrouve dans les discours de certain.e.s éditeurs et éditrices. Celle-ci touche à la perception du rôle du livre jeunesse, avec d'une part une lecture d'identification, pensée pour le plaisir de l'enfant, et d'autre part une lecture plus exigeante qui viserait à enseigner des choses à l'enfant, de façon plus ou moins assumée. Dans cette catégorie, ce mémoire a particulièrement mis en avant les ouvrages d'imitation de Fleurus Jeunesse qui illustrent bien une transmission insidieuse de rôles de sexe parfois éloignés de la réalité et dans tous les cas particulièrement stéréotypés. Cependant, ce mémoire a aussi pu démontrer que les

professionnel.le.s du livre étaient globalement conscient.e.s de la portée des stéréotypes de genre lorsqu'iels les percevaient comme tel, et tentaient d'en limiter la diffusion. Néanmoins, il s'est avéré que cela n'incluait pas un nombre important de stéréotypes de genre et tout particulièrement les rôles de sexe stéréotypés, majoritairement intériorisés par les enquêtées et donc inaperçus par ces dernières. Dans bon nombre des cas, par ailleurs, les professionnelles du livre jeunesse interrogées ont semblé faire preuve d'un esprit de corps contre les inquiétudes sociales qu'elles percevaient au travers des polémiques sur certains titres liés au genre voir au sexisme, en s'opposant tout particulièrement à des formes d'interventionnisme qui remettraient en question l'indépendance de leur travail. En cela, les enquêtées de ce mémoire ont renvoyées l'image d'un groupe solidaire, à première vue pourvu de bonnes intentions, mais n'hésitant pas malgré tout à blâmer les autres maillons de la chaîne du livre lorsque ses pratiques sont remises en question, de l'auteur ou l'autrice jusqu'au lecteur ou jusqu'à la lectrice.

Ce mémoire a permis d'appréhender le fonctionnement des maisons d'édition historiquement catholiques contemporaines face au genre, un domaine qui divise le public souvent parce qu'il est méconnu ou paré de sens pluriels qui sont reliés à des idéologies, des valeurs, et parfois des dogmes religieux. Les professionnelles du livre jeunesse interrogées ont paru manquer de repères sur ce thème qu'elles considéraient parfois comme un « faux sujet », reprenant à ce titre un discours naturalisant les différences entre hommes et femmes. Les conversations en entretien amenaient d'ailleurs plus fréquemment à des polémiques liées à la « race » ou à la politique : il serait opportun de les étudier plus longuement, ces cas laissant voir à quel point les projections des parents « devraient » ou non se retrouver dans les livres pour enfants selon les acheteurs et acheteuses de ces derniers. Quoiqu'il en soit, ce mémoire a pu souligner la faible sensibilité des professionnel.le.s de l'édition jeunesse vis-à-vis du genre ou du sexisme dans leurs ouvrages, témoignant bien – particulièrement au sein de maisons d'édition historiquement catholiques –, de la nouveauté de ce thème d'actualité. Néanmoins, ce mémoire a également pu prouver que des représentations biaisées du genre et des rôles de sexe qui l'accompagnent se trouvent bel et bien dans les livres jeunesse conçus par ses enquêtées, et probablement pas uniquement pour les raisons avancées par ces dernières. Il serait alors bienvenu d'interroger dans une prochaine étude le rapport des auteurs ou autrices

et illustrateurs ou illustratrices de livre jeunesse, principaux.ales accusé.e.s par les enquêtées, face au genre : qui sont-iels et comment conçoivent-iels leur travail de création ? Perçoivent-iels les stéréotypes de genre et les rôles de sexe que les ouvrages de l'édition jeunesse transmettent ? Quelle place accordent-ils aux interrogations sociétales lors de l'invention d'un nouveau récit ou personnage, et comment se déroulent leurs partenariats professionnels sur le sujet du genre ?

Bibliographie

Sources primaires

a. Articles de presse

Battaglia, Mattea. « Journées de retrait de l'école : comment les enseignants recollent les morceaux avec les parents ». *Le Monde.fr*, 31 mars 2014. http://www.lemonde.fr/societe/article/2014/03/31/journees-de-retrait-de-l-ecole-comment-les-enseignants-recollent-les-morceaux-avec-les-parents_4392918_3224.html. Consulté le 12 avril 2017.

Capuano, Léa. « Les livres pour enfants sont-ils forcément sexistes ? – ChEEk Magazine ». *Cheek Magazine*. http://cheekmagazine.fr/culture/livres-enfants-sexistes/. Consulté le 30 janvier 2017.

Eisenegger, Aline. « Mais que se passe-t-il chez Fleurus Presse ? » *Revue des Livres pour enfants*, n° 293 (2017). http://www.uniqueheritage.fr/fr/mais-que-se-passe-t-il-chez-fleurus-presse-la-revue-des-livres-pour-enfants-n293-bnf/. Consulté le 2 juin 2017.

Favier, Anthony. « Penser le genre catholique - Accueil ». *Penser le genre catholique*. http://penser-le-genre-catholique.over-blog.com/. Consulté le 2 août 2018.

Fawkes News. « Théorie du genre : 30 livres conseillés par le ministère de l'éducation pour "l'égalité entre filles et garçons" ». *Chaos contrôlé : 2016-2020, les signes de la fin des temps*. http://chaoscontrole.canalblog.com/archives/2014/03/21/29487057.html. Consulté le 13 novembre 2016.

« Israël « pas un vrai pays » : le magazine *Youpi* retiré des ventes », 25 décembre 2017. http://www.lefigaro.fr/international/2017/12/25/01003-20171225ARTFIG00102-israel-pas-un-vrai-pays-le-magazine-youpi-retire-des-ventes.php. Consulté le 04 février 2018.

« L'album de jeunesse : pour un enrichissement intellectuel et moral de l'enfance ». *La salle des profs*, 15 avril 2012. http://salledesprofs.org/album-de-jeunesse-pour-un-enrichissement-intellectuel-et-moral-de-lenfance/. Consulté le 1er février 2017.

« La littérature jeunesse peut-elle parler de tout ? » *Franceinfo*, 16 février 2014. http://www.francetvinfo.fr/societe/education/polemique-sur-le-genre/polemique-tous-a-

poil/la-litterature-jeunesse-peut-elle-parler-de-tout_530117.html. Consulté le 13 novembre 2016.

« La "théorie du genre", ou l'invention d'une idéologie à des fins politiques ». http://www.francetvinfo.fr/societe/la-theorie-du-genre-ou-l-invention-d-une-ideologie-a-des-fins-politiques_517863.html. Consulté le 1 avril 2017.

Laurent, Samuel. « Derrière la grande illusion de la "Manif pour tous" ». Le Monde, 21 mars 2013. https://www.lemonde.fr/societe/article/2013/03/21/manif-pour-tous-la-grande-illusion_1850515_3224.html. Consulté le 17 novembre 2017.

« Le livre "Tous à poil" en tête des ventes de livres chez Amazon.fr ». *Franceinfo*, 11 février 2014. http://www.francetvinfo.fr/societe/tous-a-poil-la-polemique-fait-vendre-le-livre_527375.html. Consulté le 10 novembre 2016.

« Les éditions Magnard & le monde sous-développé des petites filles ». *MachoLand*. http://macholand.fr/les-editions-magnard-le-monde-sous-developpe-des-petites-filles/. Consulté le 29 avril 2017.

Mégevand, Matthieu. « Théorie du genre : l'Église contre-attaque ». *Le Monde des Religions*, 12 septembre 2011. http://www.lemondedesreligions.fr/actualite/theorie-du-genre-l-eglise-contre-attaque-12-09-2011-1828_118.php. Consulté le 14 avril 2017.

« "Mehdi met du rouge à lèvres" lu à l'école, des parents choqués ». *SaphirNews.com*. http://www.saphirnews.com/Mehdi-met-du-rouge-a-levres-lu-a-l-ecole-des-parents-choques_a18437.html. Consulté le 10 novembre 2016.

« "'Papa porte une robe', c'est un père qui veut élever dignement son fils" ». *Libération.fr*, 11 février 2014. http://www.liberation.fr/societe/2014/02/11/papa-porte-une-robe-c-est-un-pere-qui-veut-elever-dignement-son-fils_979331. Consulté le 10 novembre 2016.

Pech, Marie-Estelle. « Les catholiques mobilisés contre les manuels de biologie ». *Le Figaro*, 1er juin 2011. http://www.lefigaro.fr/actualite-france/2011/06/01/01016-20110601ARTFIG00666-les-catholiques-mobilises-contre-les-manuels-de-biologie.php. Consulté le 13 novembre 2016.

Pech, Marie-Estelle. « Les livres pour enfants, des polémiques récurrentes ». *Le Figaro*, 14 février 2014. http://www.lefigaro.fr/actualite-france/2014/02/14/01016-20140214ARTFIG00041-les-livres-de-la-discorde.php. Consulté le 10 novembre 2016.

« Presse : les ventes en kiosques et le nombre de points de vente baissent en 2016 ». *Europe1.fr.* http://www.europe1.fr/economie/presse-les-ventes-en-kiosques-et-le-nombre-de-points-de-vente-baissent-en-2016-3213452. Consulté le 5 juin 2017.

Sénécat, Adrien. « "Théorie du genre" : comment l'UNI fabrique de fausses polémiques ». *L'Express*, 15 mai 2014. http://www.lexpress.fr/actualite/societe/theorie-du-genre-comment-l-uni-fabrique-de-fausses-polemiques_1543610.html. Consulté le 14 avril 2017.

« SONDAGE. L'Église et la famille : les catholiques français veulent du changement ». *Le Parisien*, 22 février 2014. http://www.leparisien.fr/societe/sondage-l-eglise-et-la-famille-les-catholiques-francais-veulent-du-changement-22-02-2014-3616215.php. Consulté le 2 août 2018.

Soullier, Lucie. « Catholiques et progressistes, ils défendent le genre ». *Le Monde*, 25 mai 2013. https://www.lemonde.fr/societe/article/2013/05/25/catholiques-et-progressistes-ils-defendent-le-genre_3416394_3224.html. Consulté le 2 août 2018.

« Théorie du genre : ce que le pape a vraiment dit ». *La Croix*, 3 octobre 2016. http://www.la-croix.com/Religion/Pape/Theorie-genre-pape-vraiment-2016-10-03-1200793439. Consulté le 29 mai 2017.

« Théorie du genre : les manuels scolaires de SVT dans la tourmente ». *L'Etudiant – Educpros*. http://www.letudiant.fr/educpros/actualite/theorie-du-genre-les-manuels-scolaires-de-svt-dans-la-tourmente.html. Consulté le 12 avril 2017.

b. Livres utilisés à titre d'exemples

Aubinais, Marie, Amélie Dufour, et Anouk Ricard. *Les Questions des tout-petits sur l'amour*. Montrouge : Bayard Jeunesse, 2013.

Aubinais, Marie, Danièle Bour, et Céline Bour. *Petit Ours brun fait le ménage*. Montrouge : Bayard Jeunesse, 2014.

Beaumont, Jacques, Fabienne Blanchut, et Camille Dubois. *Zoé et la coquetterie*. Paris : Fleurus Jeunesse, 2005.

Beaumont, Émilie, Ann Rocard, et Sophie Ledesma. *Manon reine du ballon*. Paris : Fleurus Jeunesse, 2004.

Bour, Danièle. *Bonsoir, petit ours brun*. Paris : Bayard Jeunesse, 1993.

De Lambilly, Elisabeth, et Charlotte Roederer. *Mes Prières en image*. Montrouge : Bayard Jeunesse, 2016.

Delval, Marie-Hélène, et Hélène Muller. *Sara s'en va*. Montrouge : Bayard Jeunesse, 2015.

Desormes, Hervé, Vincent Besnard, M. Bigorre, *et al. Sciences 1res ES/L - Livre élève format compact*. Paris : Hachette, 2011.

Dupuis, Monique, Régine Cance, Fabienne Aguilera, *et al. Sciences 1res ES/L - Manuel de l'élève*. Paris : Hatier, 2011.

Levêque, Marie, Victoria Jacob, et Roxane Lapassade. *100 % styliste : dessine ta mode*. 100% activités. Montrouge : Bayard Jeunesse, 2018.

Guillard, Anne, Séverine Clochard, et Mélissa Conté. *On a chopé la puberté : de vrais conseils avec beaucoup d'humour autour !*. Toulouse : Milan, 2018.

Morvan, Louis. *Jehan de Fougereuse*. Saint-Maixant : Association Saint-Jérôme, 2012.

Mullenheim, Sophie de. *Chrétiens des catacombes*. Paris : Mame, 2015.

Salviat, Béatrice, Solenne Albertini-Mattei, Julie Azan, *et al*. *SVT Cycle 4 Bimanuel*. Paris : Magnard, 2017.

Walliams, David, et Quentin Blake. *Le jour où je me suis déguisé en fille*. Traduit par Catherine Gibert. Paris : Gallimard jeunesse, 2012.

c. Entretiens

Hoquet, Thierry. Epistémologie féministe – Féministes en tous genres. Entretien réalisé par Malek Bouyahia et Mélanie Pétrémont.

Houdebine, Anne-Marie. Le corps est pris dans le discours – Féministes en tous genres. Entretien réalisé par Sylvia Duverger.

d. Etudes et données statistiques

« Étude sur les prescripteurs de la littérature jeunesse ». Données & analyses, *Babelio*. 2014. https://fr.slideshare.net/Babelio/etude-sur-les-prescripteurs-de-la-littrature-jeunesse. Consulté le 11 février 2017.

« Les plus gros éditeurs pour la jeunesse en France ». *Ipsos/Livres Hebdo*, n° 798 (2009).

e. Sites internet des éditeurs

Bayard Jeunesse Web France, « Popi ». https://e-bayard-jeunesse.com/popi-2246.html. Consulté le 13 avril 2018.

« Communiqué de presse - On a chopé la puberté ». Le blog des éditions Milan (blog), 1 mars 2018. https://www.editionsmilan-leblog.com/2018/03/01/a-propos-livre-on-a-chope-puberte/. Consulté le 30 mars 2018.

Éditions du Cerf, « Collection Cerf Jeunesse ». https://www.editionsducerf.fr/librairie/collections/139/cerf-jeunesse. Consulté le 2 juin 2017.

Éditions Talents Hauts, « À propos ». http://www.talentshauts.fr/content/4-a-propos. Consulté le 04 février 2018.

Groupe Bayard, « Bayard Jeunesse : Magazines et livres pour enfants ». http://www.bayard-jeunesse.com/. Consulté le 29 mai 2017.

Groupe Bayard, « Catalogue Bayard jeunesse - Bayard Editions », janvier 2017. http://www.bayard-editions.com/catalogue/bayard-jeunesse#catalogue-jeunesse/page6-page7. Consulté le 25 mai 2017.

Groupe Bayard, « Catalogue Éveil Religieux - Bayard Editions », septembre 2016. http://www.bayard-editions.com/catalogue/eveil-religieux#catalogue-eveil-religieux/page2-page3. Consulté le 25 mai 2017.

Groupe Bayard, « Éveil à la foi des tout-petits ». http://www.eveilalafoi.fr/Eveil-a-la-foi. Consulté le 20 mai 2017.

Groupe Bayard, « Informations financières > RAPPORT ANNUEL 2015-2016 ». http://www.groupebayard.com/index.php/fr/articles/rubrique/id/4. Consulté le 20 mai 2017.

Groupe Bayard, « Site Bayard - Présentation et histoire > Histoire ». http://www.groupebayard.com/index.php/fr/articles/rubrique/art/10. Consulté le 20 mai 2017.

« Groupe Bayard ». *Wikipédia*, 9 avril 2017. https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Groupe_Bayard&oldid=136254429. Consulté le 20 mai 2017.

Groupe Fleurus, « Catalogue Fleurus Jeunesse », 2015. http://www.fleuruseditions.com/data/img/catalogue/CATALOGUE_FLEURUS_2015_JEUNESSEbd.pdf. Consulté le 25 mai 2017.

Groupe Fleurus, « Editions Fleurus Jeunesse ». http://www.fleuruseditions.com/accueil.html. Consulté le 20 mai 2017.

Groupe Fleurus. « Fleurus Presse ». https://www.fleuruspresse.com/. Consulté le 6 mars 2017.

Groupe Fleurus, « Qui sommes-nous ? | Fleurus Presse ». https://www.fleuruspresse.com/qui-sommes-nous. Consulté le 20 mai 2017.

« Les belles histoires ». Bayard Editions. https://www.bayard-editions.com/jeunesse/collection/les-belles-histoires. Consulté le 4 février 2018.

Les Grandes Personnes « Accueil ». http://www.editionsdesgrandespersonnes.com/. Consulté le 23 juin 2018.

« Livres de la collection Mon rêve de... - éditions Fleurus Jeunesse ». http://www.fleuruseditions.com/mon-reve-c733/. Consulté le 7 juin 2018.

« Livres de la collection P'tite fille - éditions Fleurus Jeunesse ». http://www.fleuruseditions.com/p-tite-fille-c712/. Consulté le 7 juin 2018.

« Livres de la collection P'tit garçon - éditions Fleurus Jeunesse ». http://www.fleuruseditions.com/p-tit-garcon-c707/. Consulté le 7 juin 2018.

« Livres de la collection P'tit héros - éditions Fleurus Jeunesse ». http://www.fleuruseditions.com/p-tit-heros-c726/. Consulté le 7 juin 2018.

f. Autres types de sources

« Comparatif des pistolets de la gamme Rebelle ». *Pistolet Nerf*. http://www.pistoletnerf.fr/comparatif-rebelle/. Consulté le 28 avril 2017.

« Electre.com » Base de données. http://electre.com/ElectreHome.aspx. Consulté le 16 mars 2017.

Guillard, Anne. « Lettre ouverte », 6 mars 2018. http://l4dead.unblog.fr/2018/03/06/tchao/. Consulté le 30 mars 2018.

Kafka, Lia. « Pétition · Les Editions Magnard : Non aux cahiers de vacances genrés ». *Change.org*.https://www.change.org/p/les-editions-magnard-non-aux-cahiers-de-vacances-genr%C3%A9s. Consulté le 8 mai 2017.

« Le genre en images : quelle société voulons-nous pour nos enfants ? » Brochure d'informations, Vivi Gender, et Collectif Familles 94. http://www.vigi-gender.fr/wp-content/uploads/2016/11/Livret-genre-%C3%A9dition-3.pdf. Consulté le 5 novembre 2016.

Loi n° 49-956 du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse (2010). https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068067&dateTexte=20100817. Consulté le 15 mai 2017.

« Qui sommes-nous ? - Observatoire de la Théorie du genre ». http://www.theoriedugenre.fr/?Qui-sommes-nous. Consulté le 27 janvier 2017.

« Syndicat national de l'édition – Jeunesse ». http://www.sne.fr/secteur_edit/jeunesse-2/. Consulté le 5 novembre 2016.

« Syndicat national de l'édition – L'édition jeunesse en France ». 2016. http://www.sne.fr/ledition-jeunesse-en-france/. Consulté le 5 novembre 2016.

Sources secondaires

a. L'édition, l'édition catholique et l'édition jeunesse

Association Hôtel Mame-centre culturel, et Institut Mémoires de l'édition contemporaine. *Mame, Angers-Paris-Tours : deux siècles d'histoire du livre*. Tours : Association Hôtel Mame-centre culturel, Paris : Institut Mémoires de l'édition contemporaine, 1989.

Artiaga, Loïc. *Des torrents de papier : catholicisme et lectures populaires au XIXe siècle*. Limoges : PULIM, 2007.

« Axes de recherche ». Mame & fils (blog). https://mameetfils.hypotheses.org/axes-de-recherche. Consulté le 04 février 2018.

Beckett, Sandra Lee. *Transcending Boundaries: Writing for a Dual Audience of Children and Adults*. New York : Garland, 1999.

Bonnery, Stéphane, Elisabeth Bautier, et Jacques Crinon. *Supports pédagogiques et inégalités scolaires : études sociologiques*. Paris : La Dispute, 2015.

Boulaire, Cécile (dir.). *Mame : deux siècles d'édition pour la jeunesse*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, Tours : Presses universitaires François Rabelais, 2012.

Bourdieu, Pierre. *Les Règles de l'art : Genèse et structure du champ littéraire*. Paris : Le Seuil, 1998.

Candat, Julie. « Album et création » Mémoire professionnel, Centre de formation pédagogique, 2014. http://cfpmetz.nerim.net/pdf/candat.pdf. Consulté le 2 janvier 2017.

Crépin, Thierry, et Thierry Groensteen. « Le mythe d'un front commun ». In *On tue à chaque page ! : La loi de 1949 sur les publications destinées à la jeunesse*. Paris [Angoulême] : Le Temps Musée de la bande dessinée, 1999.

Dupont-Escarpit, Denise. *La Littérature de jeunesse : itinéraires d'hier à aujourd'hui*. Paris : Magnard, 2008.

Jauss, Hans Robert. *Pour une esthétique de la réception*. Traduit par Claude Maillard. Paris : Gallimard, 1978.

Ferrier, Bertrand. *Les Livres pour la jeunesse : entre édition et littérature*. Rennes : Presses universitaires de Rennes, 2011.

Fouilloux, Étienne. *Les Éditions dominicaines du Cerf : 1918-1965*. Rennes : Presse universitaires de Rennes, 2018.

Lyons, Martyn (dir.). « Les nouveaux lecteurs au 19ème siècle : femmes, enfants, ouvriers ». In *Histoire de la lecture dans le monde occidental,* Guglielmo Cavallo et Roger Chartier. Paris : Le Seuil, 2001.

Poslaniec, Christian (dir.). *Réception de la littérature de jeunesse par les jeunes*. Paris : INRP, Institut national de recherche pédagogique, 2002.

Serry, Hervé. *Aux origines des Éditions du Seuil*. Paris : Le Seuil, 2015.

Van der Linden, Sophie. *Album-s*. Arles [Conflans-Sainte-Honorine] : De Facto et Actes Sud, 2013.

Van Der Linden, Sophie. *Lire l'album*. Le Puy-en-Velay : L'atelier du poisson soluble, 2006.

b. Le genre

Bereni, Laure, Éric Fassin, Fabrice Virgili et Danièle Voldman. *Tout sur les études de genre (1/4) - vidéo Dailymotion.* http://www.dailymotion.com/video/xpqpdq_tout-sur-les-etudes-de-genre-1-4_news. Consulté le 5 juin 2017.

Bereni, Laure, Sébastien Chauvin, et Alexandre Jaunait. *Introduction aux études sur le genre*. 2e éd. revue et augmentée. Bruxelles [Paris] : De Boeck, 2012.

Butler, Judith Pamela. *Défaire le genre*. Traduit par Maxime Cervulle. Paris : Amsterdam, 2006.

Butler, Judith Pamela. *Trouble dans le genre : pour un féminisme de la subversion*. Traduit par Cynthia Kraus. Paris : La Découverte, 2005.

Clair, Isabelle. *Sociologie du genre*. Paris : Colin, 2012.

Chetcuti, Natacha, et Luca Greco, éd. *La Face cachée du genre : langage et pouvoir des normes*. Paris : Presses Sorbonne nouvelle, 2012.

Cîrstocea, Iona. « Genre, féminisme et promotion démocratique postcommuniste Multitudes, 4/2011 (n°47), p54-59. » *Multitudes* 4, nº 47 (2011).

Détrez, Christine. *Quel genre ?* Paris : Éditions Thierry Magnier, 2015.

Eliot, Lise. *Cerveau bleu, cerveau rose, les neurones ont-ils un sexe ?* Paris : Marabout, 2013.

Dafflon Novelle, Anne (dir.). *Filles-garçons : socialisation différenciée ?* Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2006.

Héritier, Françoise. *Masculin – féminin : la pensée de la différence*. Paris : O. Jacob, 1996.

Jedlicki, Fanny. « Qui a peur du grand méchant genre ? » *Bulletin de l'ASES*, nº 43 – Genre et sociologie à l'université (2016).

Kohlberg, Lawrence. « A cognitive-developmental analysis of children's sex role concepts & attitudes » In *The development of sex differences* E.E. Maccoby (Ed). Stanford : University Press.

Levet, Bérénice. *La Théorie du genre ou Le Monde rêvé des anges*. Paris : Bernard Grasset, 2014.

Mieyaa, Yoan, Véronique Rouyer, et Alexis le Blanc. « La socialisation de genre et l'émergence des inégalités à l'école maternelle : le rôle de l'identité sexuée dans

l'expérience scolaire des filles et des garçons ». *L'orientation scolaire et professionnelle*, nº 41/1 (7 mars 2012).

Morin-Messabel, Christine (dir.). *Filles-garçons : questions de genre, de la formation à l'enseignement*. Lyon : Presses universitaires de Lyon, 2013.

Pfefferkorn, Roland. *Genre et rapports sociaux de sexe*. Lausanne (Suisse) Paris : Page deux et Syllepse, 2016.

Rouyer, Véronique, Yoan Mieyaa, et Alexis le Blanc. « Socialisation de genre et construction des identités sexuées ». *Revue française de pédagogie. Recherches en éducation*, nº 187 (30 juin 2014).

Scott, Joan, et Éléni Varikas. « Genre : une catégorie utile d'analyse historique ». *Les Cahiers du GRIF* 37, nº 1 (1988).

c. Genre et édition

Albenga, Viviane. « Lecteurs, lectures et trajectoires de genre ». Thèse de doctorat, École doctorale de l'École des hautes études en sciences sociales, 2009.

Bilat, Loïse, et Gianni Haver, (dir.). *Le Héros était une femme : le genre de l'aventure*. Lausanne [Charenton-le-Pont] : Antipodes, 2011.

Brugeilles, Carole, Isabelle Cromer, et Sylvie Cromer. « Les représentations du masculin et du féminin dans les albums illustrés ou Comment la littérature enfantine contribue à élaborer le genre ». *Population* 57, nº 2 (2002).

Centre Hubertine Auclert. *La représentation des femmes dans les manuels de français : les manuels de français se conjuguent au masculin*. Paris : Centre Hubertine Auclert, 2013.

Cromer, Sylvie. « Le masculin n'est pas un sexe : prémices du sujet neutre dans la presse et le théâtre pour enfants ». *Cahiers du Genre*, nº 49 (1 novembre 2011).

Détrez, Christine, et Fanny Renard. « « Avoir bon genre ? » : les lectures à l'adolescence ». *Le français aujourd'hui* n° 163, nº 4 (1 décembre 2008).

Dafflon Novelle, Anne. « Les représentations multi-dimensionnelles du masculin et du féminin véhiculées par la presse enfantine francophone ». *Swiss Journal of Psychology* 61 (2002).

Dafflon Novelle, Anne. « Littérature enfantine : entre image et sexisme ». In *Filles-garçons : socialisation différenciée ?* Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2006.

Epiphane, Dominique. « My tailor is a man... La représentation des métiers dans les livres pour enfants ». *Travail, genre et sociétés* 2, nº 18 (2007).

Lallouet, Marie. « Julie, un journal pour empouvoirer les filles ». *La Revue des livres pour enfants*, n° 300 (2018).

Muller, Robert, et Susan Goldberg. « Why William doesn't want a doll: preschooler's expectations of adult behavior toward girls and boys ». *Merrill-Palmer Quarterly of Behavior and Development* 26 (1980).

d. Les stéréotypes, féminisme et discriminations

Amossy, Ruth, et Anne Herschberg-Pierrot. *Stéréotypes et clichés : langue, discours, société*. Paris : Nathan, 1997.

Baudelot, Christian, et Roger Establet. *Quoi de neuf chez les filles ? : entre stéréotypes et libertés.* Paris : Nathan, 2007.

Bouysse, Viviane. « Évaluation du dispositif expérimental "ABCD de l'égalité" ». Ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche, 2014. http://cache.media.education.gouv.fr/file/2014/40/7/2014-047_evaluation_du_dispositif_experimental_-_ABCD_de_l_egalite_335407.pdf. Consulté le 12 avril 2017.

Cacouault-Bitaud, Marlaine, et Guillaume Malochet. « La prouesse et le risque ». *Travail, genre et sociétés*, nº 36 (10 novembre 2016).

Chiland, Colette. *Le Sexe mène le monde*. Paris : Calmann-Lévy, 1999.

Grésy, Brigitte. *La Vie en rose : pour en découdre avec les stéréotypes*. Paris : A. Michel, 2014.

Léchenet, Annie. « Adapter l'école aux garçons ou lutter contre les stéréotypes ». *Travail, genre et sociétés*, nº 31 (11 avril 2014).

Max, Sylvain, et Florian Delmos. « Les stéréotypes à l'école : une menace pour l'identité de certains élèves ». In *Fille-garçons : questions de genre, de la formation à l'enseignement*. Lyon : Presses universitaires de Lyon, 2013.

Mrkić, Srdjan, Tina Johnson, et Michael Rose. « Les femmes dans le monde, 2010 : des chiffres et des idées ». Département des Affaires Economiques et Sociales. Nations Unies. https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesK/SeriesK_19f.pdf. Consulté le 22 mai 2017.

« Nouvelles du Livre Jeunesse ». *NVL*, nº 198. Faire face au sexisme (janvier 2013). http://www.nvl-cralej.fr/NVL/wp-content/uploads/2017/04/NVL-198.pdf. Consulté le 12 décembre 2016.

Riot-Sarcey, Michèle. *Histoire du féminisme*. Paris : La Découverte, 2002.

Smadja, Isabelle, et Pierre Bruno. « Évaluer le sexisme d'une œuvre : nécessité et difficulté ». *Le Français aujourd'hui*, nº 163 (1 janvier 2010).

e. Le catholicisme et le genre

Avanza, Martina, et Magali Della Sudda. Dossier « Ripostes catholiques ». In *Genre, sexualité & Société*, n.18, 2017.

Béraud, Céline, et Philippe Portier. *Métamorphoses catholiques : acteurs, enjeux et mobilisation depuis le mariage pour tous*. Paris : Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 2015.

Bracke, Sarah, et Paternotte David (dir.). *Habemus Gender: The Catholic Church and "Gender Ideology"*. *Gender & Religion*, numéro spécial, 6 (2), 2016.

Carnac, Romain. « S'adapter pour mieux résister : la théologie de la sexualité de Jean-Paul II ». In Rochefort, Florence, et Maria Eleonora Sanna (dir.), *Normes religieuses et genre*. Malakoff : Armand Colin, p.97-108, 2013.

Garbagnoli, Sara, et Massimo Prearo. *La croisade anti-genre : du Vatican aux manifs pour tous*. Paris : Textuel, 2017.

f. Epistémologie et méthodologie

Beaud, Stéphane, et Florence Weber. *Guide de l'enquête de terrain : produire et analyser des données ethnographiques*. 4e éd. augmentée. Paris : La Découverte, 2010.

Bourdieu, Pierre. « Comprendre ». In Pierre Bourdieu (dir.), *La misère du monde*, p.903-925. Paris : Le Seuil, 1993.

Brugeilles, Carole, et Sylvie Cromer. « Comment promouvoir l'égalité entre les sexes par les manuels scolaires ? Guide méthodologique à l'attention des acteurs et actrices de la chaîne du manuel scolaire ». Paris : Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, 2015.

Centre Hubertine Auclert, et Haut Conseil à l'Égalité. « Grille d'analyse manuel scolaire : analyser facilement les représentations des femmes et des hommes dans les manuels scolaires ». https://www.centre-hubertine-auclert.fr/sites/default/files/fichiers/vigie-grille-2014-web-0.pdf. Consulté le 7 juin 2017.

Groulx, L.H. « Le pluralisme en recherche qualitative : essai de typologie ». *Revue suisse de sociologie*, 25 (1999).

Narcy-Combes, Jean-Paul, et Marie-Françoise Narcy-Combes. « Épistémologie et méthodologie de la recherche dans le secteur LANSAD : qu'apporterait une harmonisation des pratiques ? » *ASp. la revue du GERAS*, nº 27-30 (31 décembre 2000).

Sardan, Jean-Pierre Olivier de. « Le "je" méthodologique : Implication et explicitation dans l'enquête de terrain ». *Revue française de sociologie* 41, nº 3 (juillet 2000).

Quivy, Raymond, et Luc Van Campenhoudt. *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris : Dunod, 1995.

Weber, Max. « Essai sur le sens de la « neutralité axiologique » dans les sciences sociologiques et économiques (1917) ». In *Essais sur la théorie de la science*, traduit par Julien Freund. Paris : Plon, 1965.

g. Sociologie du travail et monde de l'entreprise

Bathelot, B. « Définition : Segmentation » Définitions marketing », 2017. https://www.definitions-marketing.com/definition/segmentation/. Consulté le 06 mars 2018.

Sainsaulieu, Renaud. *L'Identité au travail : les effets culturels de l'organisation*. Paris : Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 1988.

Annexes

Table des annexes

Annexe 1 – Modèle principal de la grille d'entretien 118

Annexe 2 – Veille proactive des maisons d'édition religieuses françaises spécialisées dans la jeunesse 121

Annexe 3 – Comparaison des âges du personnage principal chez Bayard, sans Petit Ours Brun, et Fleurus 124

Annexe 4 – Analyse détaillée des caractéristiques associées aux personnages principaux et secondaires selon leur sexe 125

Annexe 5 – Détail des sphères sociales des personnages principaux selon leur sexe..... 129

Annexe 6 - Répartition des créateurs et créatrices des livres du corpus selon leur sexe . 131

Annexe 1 – Modèle principal de la grille d'entretien

Présentation globale du poste

1. J'ai vu sur LinkedIn que vous travaillez chez Bayard depuis X années. Est-ce que vous pouvez m'en dire plus sur votre parcours professionnel ?
2. Comment et pourquoi vous êtes-vous orienté vers le milieu de l'édition ? Et celui de la jeunesse ? (choix, dispositions ou concours de circonstance)
3. Aujourd'hui, quelles missions assurez-vous ? Sur quel secteur précisément ? (tranches d'âges ou types d'ouvrages)
4. À quel point êtes-vous indépendante dans votre travail ? (capacité d'entreprendre, sans limitations extérieures)
5. Pouvez-vous me parler des autres membres de votre équipe ?
6. Êtes-vous en charge d'autres personnes ? Certaines personnes ont-elles un droit de regard sur votre travail ?

La religion au sein de la maison

7. Pouvez-vous me décrire la ligne éditoriale de Bayard ? Qui en décide ?

8. Aviez-vous connaissance du lien de Bayard à la religion avant d'être embauchée chez Bayard Jeunesse ? Votre perception de la maison d'édition a-t-elle changée depuis votre embauche ?
9. À quel point une certaine sensibilité religieuse est-elle nécessaire pour les employés de la maison ? (la religion participe-t-elle à la construction identitaire de la maison ?)
10. La religion est un sujet qui relève de la sphère privée, est-ce que ce thème pouvait créer des tensions entre les équipes ?
11. Quelle place a la religion dans les titres en dehors de ceux des collections d'éveil à la foi ? Par exemple, des thèmes peuvent-ils être évités pour ne pas heurter un lectorat plutôt religieux ?
12. Pensez-vous que le public des livres Bayard Jeunesse a des attentes particulières liées aux valeurs catholiques défendues par le groupe Bayard ?
13. D'ailleurs, quel est le public que Bayard vise ?
14. Pensez-vous que la conception d'un titre religieux oblige l'éditeur à plus de prudence ? Sur quels points ?
15. Selon vous, un album de fiction a-t-il forcément une visée didactique voire moralisatrice, même non-explicite ?

La conception d'un projet

16. Pouvez-vous détailler votre façon de trouver de nouveaux textes et auteurs ? (manuscrit ?)
17. Qu'est ce qu'un « bon » livre jeunesse chez Bayard ? Et selon vous ?
18. Quelles causes ou thématiques vous tiennent personnellement à cœur ?
19. Au cours de votre expérience, quels livres ont davantage touché le public ?
20. Lorsque vous travaillez sur un titre, testez-vous son succès auprès d'enfants ? Que leur montrez-vous ? À quel point leur avis est-il pris en compte ?
21. Et à quel point prenez-vous en compte la vision des parents lors de la conception d'un projet ? Par exemple, la couverture s'adresse plutôt aux enfants ou à leurs parents ?
22. À quel point l'équipe commerciale peut-elle influer sur le rendu final de la couverture ? Intervient-elle à d'autres niveaux de la conception du projet ?
23. Vous est-il déjà arrivé qu'une couverture soit corrigée au dernier moment pour des raisons commerciales, après une réunion de représentants par exemple ? Pouvez-vous m'en parler ?

Fille/garçon

24. Avez-vous déjà eu l'impression de cibler davantage un public de filles ou de garçons, et si oui, pour quelles raisons ? Comment était-ce fait ?
25. J'ai eu l'impression en regardant le catalogue de Bayard qu'il y a plus de héros garçons que de filles, *Petit Ours Brun* ou *Cléo* par exemple. Comment expliquez-vous cette différence ?
26. D'après vous, y avait-t-il plus de personnages féminins ou masculins dans vos ouvrages ? Ont-ils des rôles équivalents ?
27. Pensez-vous qu'un garçon se dirigera plus facilement vers un héros masculin ?

28. Et une petite fille vers une héroïne féminine ?
29. Que pensez-vous des couvertures genrées, que ce soit avec des couleurs ou des symboles (cœurs, voitures…) ? Y en a-t-il chez Bayard ?
30. Avez-vous déjà travaillé sur des titres en apparence genrés ? Pouvez-vous m'en parler ?
31. Pensez-vous qu'un titre genré est forcément sexiste ?
32. Le thème du genre touche aussi à celui de la représentation des familles. Bayard publie-t-il des titres englobant des familles monoparentales ou homoparentales ? Serait-ce envisageable ?
33. Pensez-vous que ces familles s'orienteraient plus facilement vers l'achat d'un titre les représentant ?

La responsabilité éditoriale

34. Pensez-vous que l'éditeur est responsable de la façon dont est représentée le monde dans ses publications ?
35. Quelles sont les choses qui vous semblent délicates à publier aujourd'hui, en dehors de celles régulées par la loi de la censure en jeunesse ?
36. Avez-vous déjà demandé la modification d'un élément d'un texte ou d'une illustration qui vous paraissait véhiculer une image problématique pour vos lecteurs ?
37. A quel point êtes-vous sensible à la représentation du genre dans vos livres ?
38. Pensez-vous que les représentations du monde partagées dans les livres peuvent participer au développement de l'enfant ?

La réception

39. Avez-vous beaucoup de contact direct avec votre public, via des courriers de lecteurs donnant leur avis par exemple ?
40. Avec Internet et les réseaux sociaux, les polémiques sont de plus en plus fréquentes y compris dans le milieu de l'édition jeunesse. Je pense par exemple au traitement de *On a chopé la puberté*, chez Milan. Avez-vous déjà travaillé sur un titre dont la réception a été mitigée ? Que s'est-il passé ?
41. Et reçu des accusations de sexisme ou de stéréotypes par exemple ?
42. Avez-vous déjà été confronté à des problèmes concernant le contenu d'un titre au sein même de votre équipe éditoriale ?
43. L'équipe commerciale peut-elle mettre son veto sur un titre si le sujet lui paraît sensible ? Cela vous est-il déjà arrivé ? Si oui, avez-vous un exemple ?

La position au sein du marché jeunesse

44. En moyenne, combien de titres sont publiés chaque année par Bayard Jeunesse ? Et de combien de titres aviez-vous la charge ?
45. Avez-vous une idée de l'importance de votre production dans les résultats financiers de la maison d'édition ? (enjeux commerciaux pour le budget global)
46. Quel est le tirage moyen chez Bayard ? Il varie entre combien et combien ?
47. Quel a été votre plus gros tirage ? Comment l'expliquez-vous ?

48. Pouvez-vous me parler de votre plus gros succès en termes de ventes ? Comment l'expliquez-vous ?
49. Y a-t-il un bon équilibre entre créations originales et titres de séries chez Bayard Jeunesse ?

Questions finales, plus directes :

- Que pensez-vous de la théorie du genre et des polémiques qu'elle a déclenchées sur certains ouvrages d'édition jeunesse ?
- Selon les défenseurs du genre, les différences entre les filles et les garçons sont sociétales, c'est-à-dire qu'elles ne sont pas naturelles mais se construisent à cause de l'influence des personnes qu'ils rencontrent et des médias. Qu'en pensez-vous ?
- D'après vous, pourquoi y a-t-il autant de stéréotypes dans les livres pour enfants ?

Annexe 2 – Veille proactive des maisons d'édition religieuses françaises spécialisées dans la jeunesse

Cette veille a été menée en partenariat avec Marie Andrès et Nicolas Ferreira.

Identification des sources

La première étape de notre travail a été d'identifier les éditeurs du secteur de l'édition jeunesse religieuse au cours d'une recherche globale. Le site du SNE, qui recense bon nombre d'éditeurs et de statistiques à leur sujet, nous a paru le plus pertinent pour cette première recherche. Nous y avons découvert l'existence du groupe Religion du SNE, une sorte de commission visant à représenter les intérêts des éditeurs religieux et spirituels français, qui regroupe quatorze éditeurs religieux avec des publications jeunesse. Nous nous sommes donc penchés sur les sites internet de ces maisons pour nous abonner à leurs flux RSS, newsletters et autres moyens d'information, puis nous nous sommes abonnés aux réseaux sociaux existants.

Traitement et synthèse de l'information collectée

Après deux semaines de veille impliquant le suivi de flux RSS (Netvibes, Facebook) et de newsletters, nous nous sommes rendu compte qu'une telle recherche ne nous apportait pas les réponses que nous souhaitions obtenir dans le cadre de notre veille concurrentielle.

Souvent peu présentes sur Internet, les maisons d'édition jeunesse religieuses que nous suivions étaient en effet très peu actives et ne nous permettaient donc pas de recueillir automatiquement des informations à leur sujet. La seule conclusion à en tirer était un retard notable quant à l'image numérique, que nous avions déjà remarqué face à leurs sites aux aspects peu modernes.

Nous avons donc dû repenser notre stratégie, ce qui nous a mené à conduire une veille proactive pour nous renseigner de manière moins automatisée au sujet de nos concurrents. Beaucoup plus riche que la veille précédemment mise en place, cette recherche a également été bien plus rapide. Elle nous a permis d'établir le tableau suivant :

Maison d'édition	**Religion(s) abordée(s)**	**Types de publications jeunesse**
Albouraq	religion exclusivement musulmane	BD biographiques Livres de découverte sur les grands concepts (6+) Livres d'histoires sur la religion islamique Livres jeux autour de la religion
Artège	religion exclusivement catholique	Livres jeunesse pour tous les âges (première bible de 0 à 3 ans jusqu'aux BD ado, young adult) Livres autour de la pratique religieuse (catéchisme, connaissance de la bible...) Romans autour de sujets religieux Bd autour de sujets religieux Bd de divertissement avec des personnages pratiquants BD historiques religieuses Fictions avec des références religieuses
Editions de l'Atelier	religion majoritairement chrétienne	Ouvrages pédagogiques dont certains tournent autour des religions, mais minoritaires dans la jeunesse
Bayard	religion exclusivement chrétienne	Eveil à la foi Récits historiques Analyses des textes religieux Jeux autour de la religion
Cerf	plusieurs religions mais exclusivement catholique pour la jeunesse	Livres d'apprentissage et d'éveil

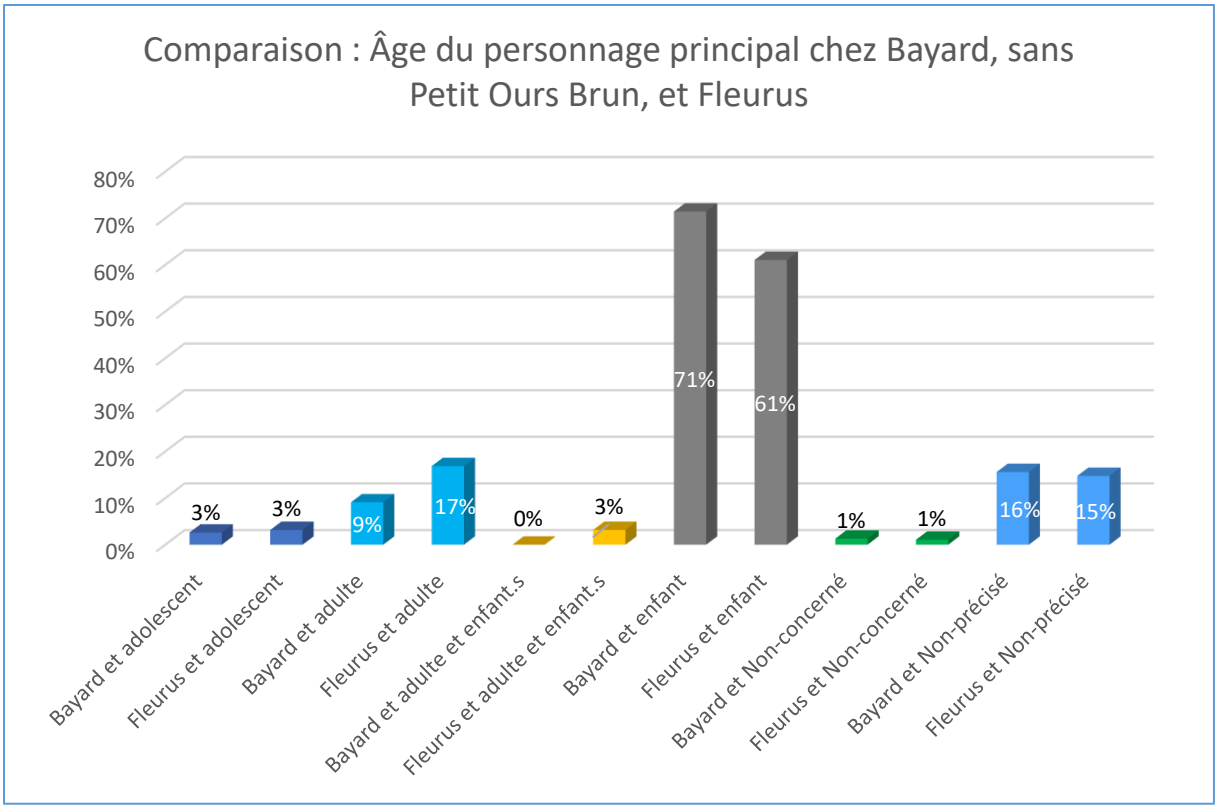
Editions des Béatitudes	plusieurs religions mais exclusivement catholique pour la jeunesse	Livres d'apprentissage pour la jeunesse Livres d'éveil Livres témoignages
Éditions de l'Emmanuel	religion exclusivement catholique	Romans Eveil à la foi BD Biographies
Éditions jésuites	religion exclusivement chrétienne	Biographies romans Eveil à la foi / actualités
Mame (Tardy)	religion exclusivement catholique	Livres de baptême, communion, profession de foi/confirmation Livres de prières Coloriages Éveil à la foi BD Fiction pour enfants et adolescents Biographies de saints et grands témoins Livres de méditation
Médiaspaul	religion exclusivement catholique	Pour enfants : documentaire sur l'écologie, protection environnement Pour adolescents : BD, littérature jeunesse... Particularité : plutôt des sujets religieux en documentaire et non-fiction, mais beaucoup de fictions pas directement religieuses
Olivétan	religion exclusivement chrétienne, ouvrages œcuméniques ou inter-religieux	Livres jeux autour de la religion BD Jeux autour de la religion Fictions religieuse Livres d'histoires
Pierre Téqui	religion exclusivement chrétienne	Fictions religieuses enfants et romans historiques Fictions religieuses adolescents BD éveil à la foi
Salvator	religion exclusivement catholique	Livres d'apprentissage et d'éveil à la foi Cahiers de baptême Fictions religieuse enfants Bd et mangas
Sodelim-Tawhid	religion exclusivement musulmane	Documentaires Fictions religieuses pour enfants Romans Livres d'activités

Analyse de la production des maisons d'édition jeunesse religieuses

Il est important de noter que nous ne considérons ici que les maisons ouvertement religieuses et non celles ayant une ligne éditoriale penchant vers la spiritualité. On peut constater que tous les titres jeunesse sont centrés autour d'une seule religion, chrétienne la plupart du temps (même si dans certains cas, la production adulte peut aborder différentes religions). Les titres semblent être très idéologiquement marqués. On peut penser qu'il existe sur le marché une place pour une production jeunesse religieuse plus modérée et ouverte sur différentes religions à la fois.

La plupart du temps, la production existante est documentaire ou biographique, expliquant par la non-fiction les préceptes religieux. La fiction est donc sous-représentée dans ce type d'ouvrage. Toutefois, on peut relever que la production petite enfance semble bien développée par la concurrence, à l'inverse d'un public de 8 ans et plus (jusqu'au roman pour adolescents). Enfin, il est évident que la plupart des œuvres de la concurrence présentent une esthétique peu attrayante : illustrations très datées et manque d'attractivité des titres.

Annexe 3 – Comparaison des âges du personnage principal chez Bayard, sans Petit Ours Brun, et Fleurus



Malgré la prédominance de personnages principaux enfants, ce graphique permet de souligner la présence plus forte de personnages principaux adultes chez Fleurus Jeunesse.

Annexe 4 – Analyse détaillée des caractéristiques associées aux personnages principaux et secondaires selon leur sexe

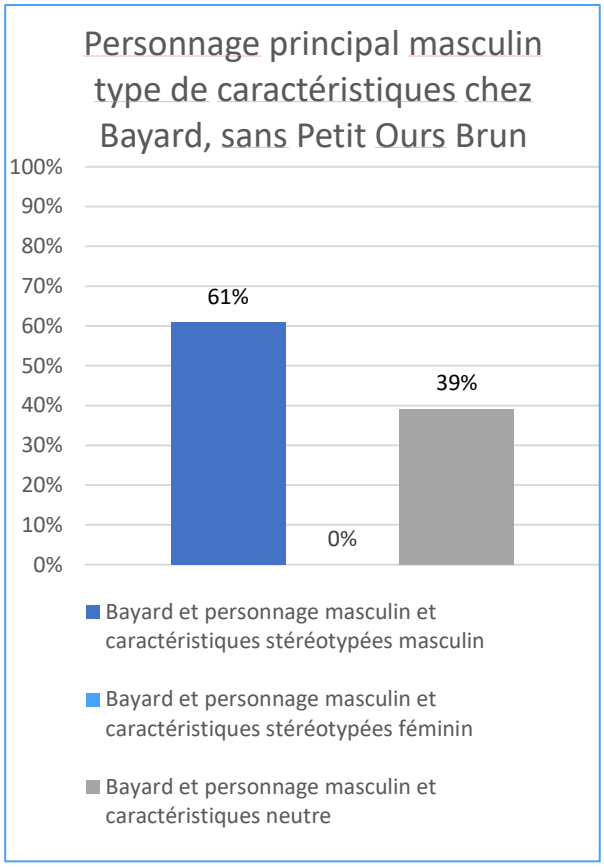
Une partie de la grille d'observation de ce mémoire avait pour objectif de dénombrer les personnages affichant des stéréotypes de genre à partir de leurs caractéristiques selon leur sexe : les attributs de sexuation, comme la coiffure ou les vêtements, et les couleurs qui leur sont associés. Cette étude a permis la création de nombreux graphiques dont voici les principaux résultats.

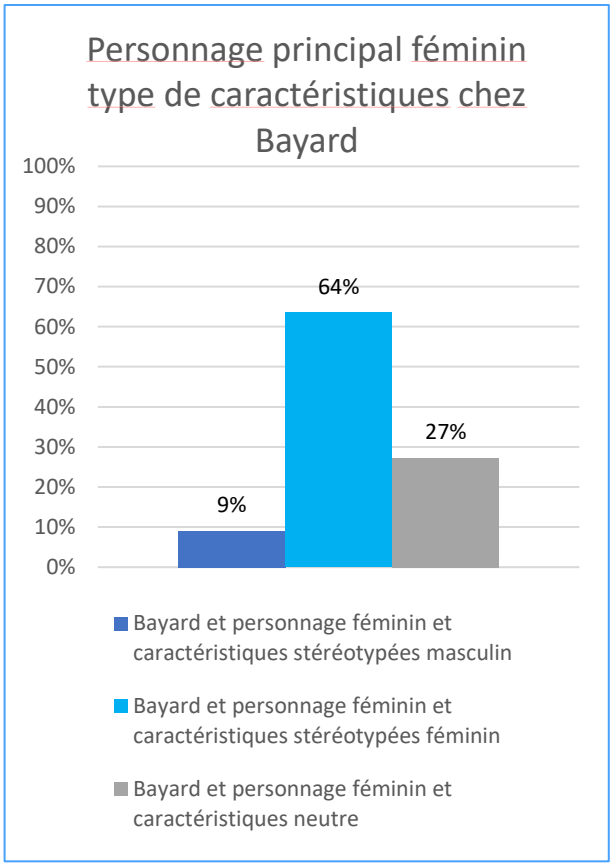
Tout d'abord, il apparaît sans surprise que les personnages masculins ont plus tendance à être dotés de caractéristiques perçues comme masculines tandis que les personnages féminins ont plus de caractéristiques dites féminines. Pour les personnages échappant à cette règle générale, on constate que les caractéristiques sont plus souvent neutres qu'attachées à l'autre sexe, ne permettant pas là un total bouleversement des stéréotypes de genre. Chez Bayard Jeunesse, ce sont 61% des personnages masculins

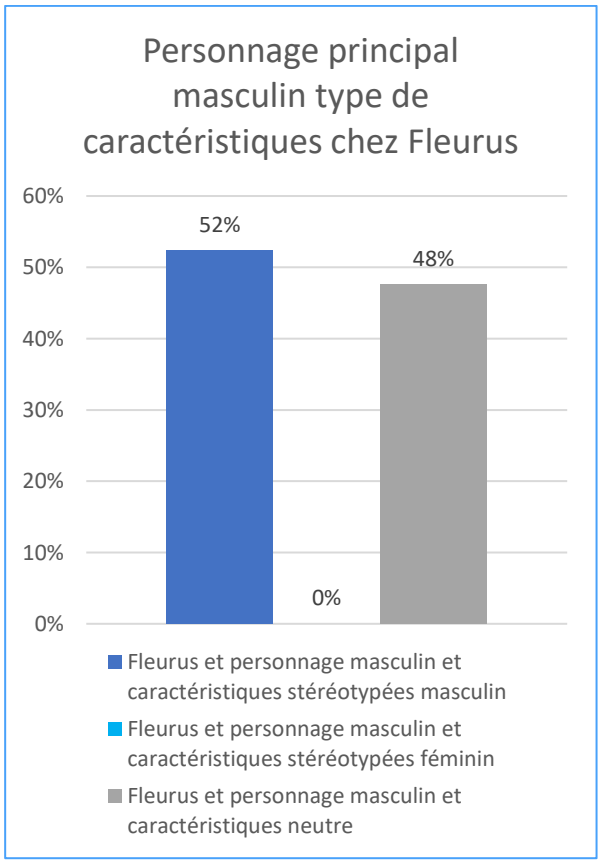
principaux qui revêtent des caractéristiques masculines, puis 39% d'entre eux avec des caractéristiques neutres, et 0% avec des caractéristiques féminines. À l'inverse, les résultats sont légèrement moins contrastés du côté des personnages principaux féminins : si 64% ont des caractéristiques stéréotypées féminines, on trouve aussi 9% de personnages dotées de caractéristiques dites masculines et 27% de neutres. Des résultats comparables apparaissent chez Fleurus Jeunesse, où l'on peut noter la part plus importante de personnages principaux féminins dotées de caractéristiques féminines, qui s'élève à 81%. Quoiqu'il en soit, au vu de ces données, l'hypothèse selon laquelle les personnages féminins profiteraient de plus de libertés que leurs confrères peut être confirmée.

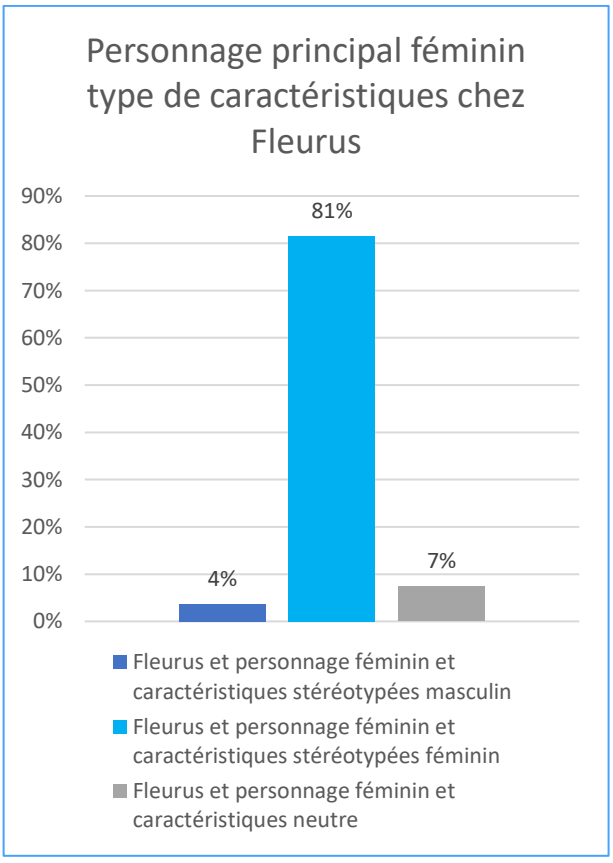
Puis, cette étude des caractéristiques associées aux personnages selon leur sexe a porté sur les personnages secondaires présents en couverture. Cette fois, il s'est avéré que les stéréotypes de genre étaient plus perceptibles, les caractéristiques neutres étant fréquemment négligées au profit de symboles genrés. À ce titre, chez Bayard Jeunesse, ce sont 89% des personnages secondaires masculins que l'on peut rapidement identifier comme tel grâce à leurs caractéristiques, et seulement 11% de neutres. Côté filles, les résultats laissent apparaître la versatilité fréquemment associée à ce genre avec 2% de personnages secondaires féminins parées de caractéristiques masculines, mais la dominante reste aux stéréotypes : 87% de ces personnages sont dotées de caractéristiques féminines et 12% d'éléments neutres. Chez Fleurus Jeunesse, si les statistiques sont moins tranchées pour les personnages secondaires masculins (44% de caractéristiques masculines et 56% de neutres), elles le sont tout autant pour les filles et femmes représentées (81% de caractéristiques féminins et 19% de neutres).

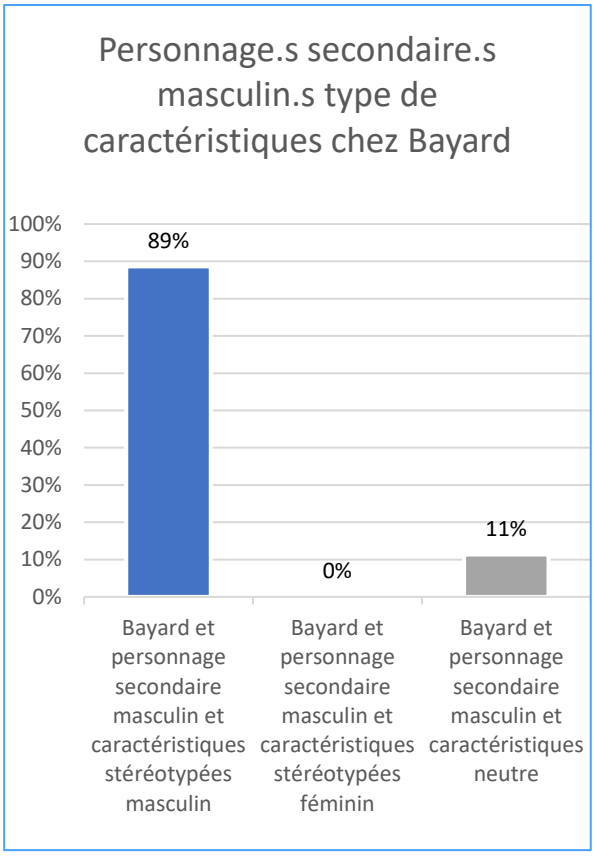
Ces résultats sont affichés en graphiques dans les pages suivantes (132-133).

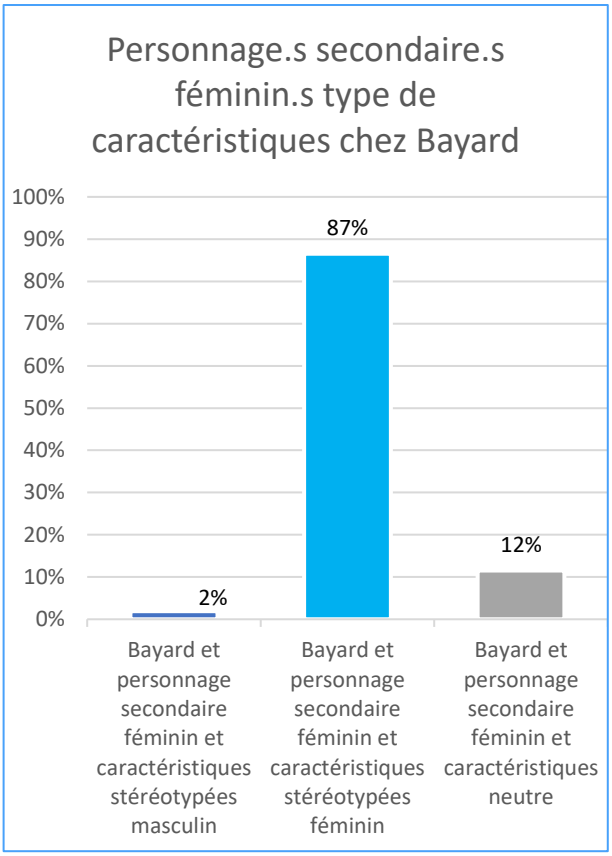

Personnage principal masculin type de caractéristiques chez Bayard, sans Petit Ours Brun
100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
61%
0%
39%
Bayard et personnage masculin et caractéristiques stéréotypées masculin
Bayard et personnage masculin et caractéristiques stéréotypées féminin
Bayard et personnage masculin et caractéristiques neutre

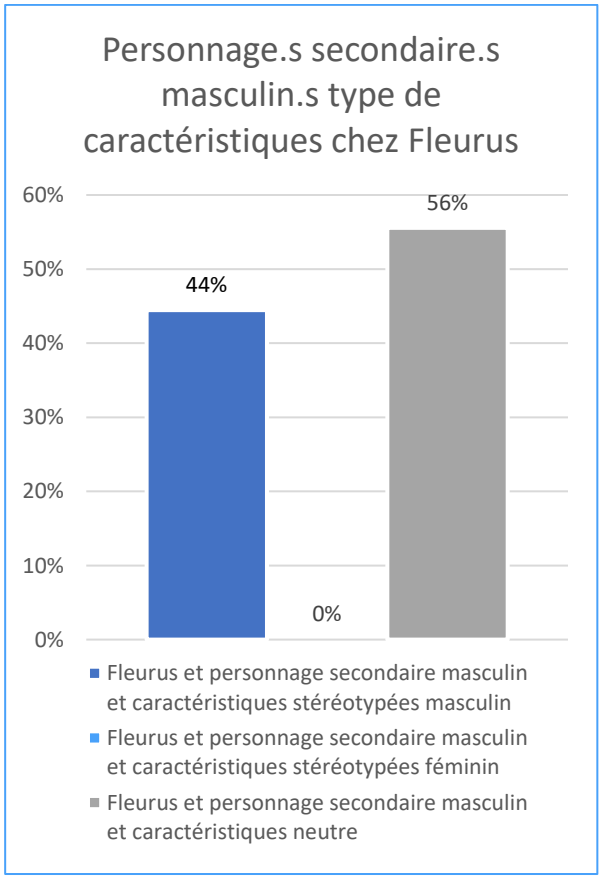

Personnage principal féminin type de caractéristiques chez Bayard
100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
9%
64%
27%
Bayard et personnage féminin et caractéristiques stéréotypées masculin
Bayard et personnage féminin et caractéristiques stéréotypées féminin
Bayard et personnage féminin et caractéristiques neutre

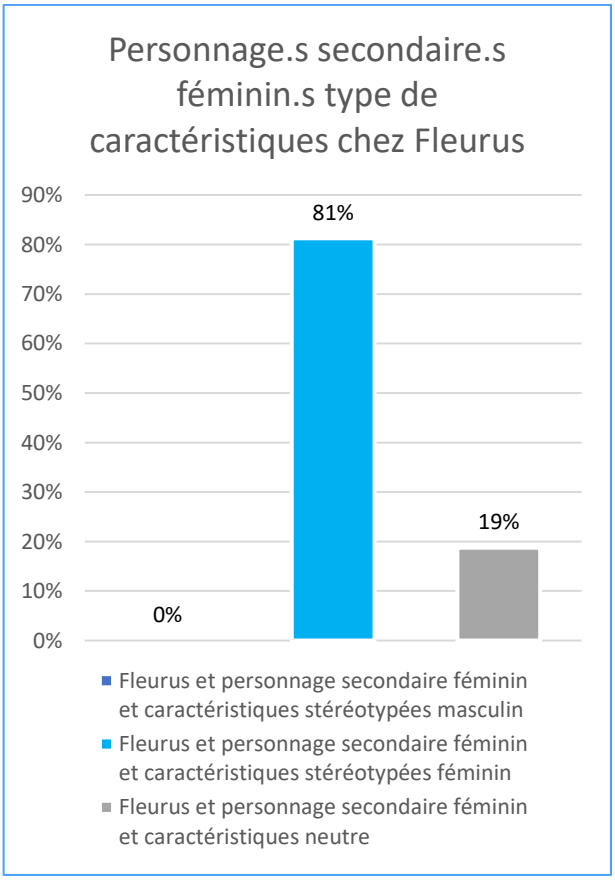

Personnage principal masculin type de caractéristiques chez Fleurus
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
52%
0%
48%
Fleurus et personnage masculin et caractéristiques stéréotypées masculin
Fleurus et personnage masculin et caractéristiques stéréotypées féminin
Fleurus et personnage masculin et caractéristiques neutre


Personnage principal féminin type de caractéristiques chez Fleurus
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
4%
81%
7%
Fleurus et personnage féminin et caractéristiques stéréotypées masculin
Fleurus et personnage féminin et caractéristiques stéréotypées féminin
Fleurus et personnage féminin et caractéristiques neutre

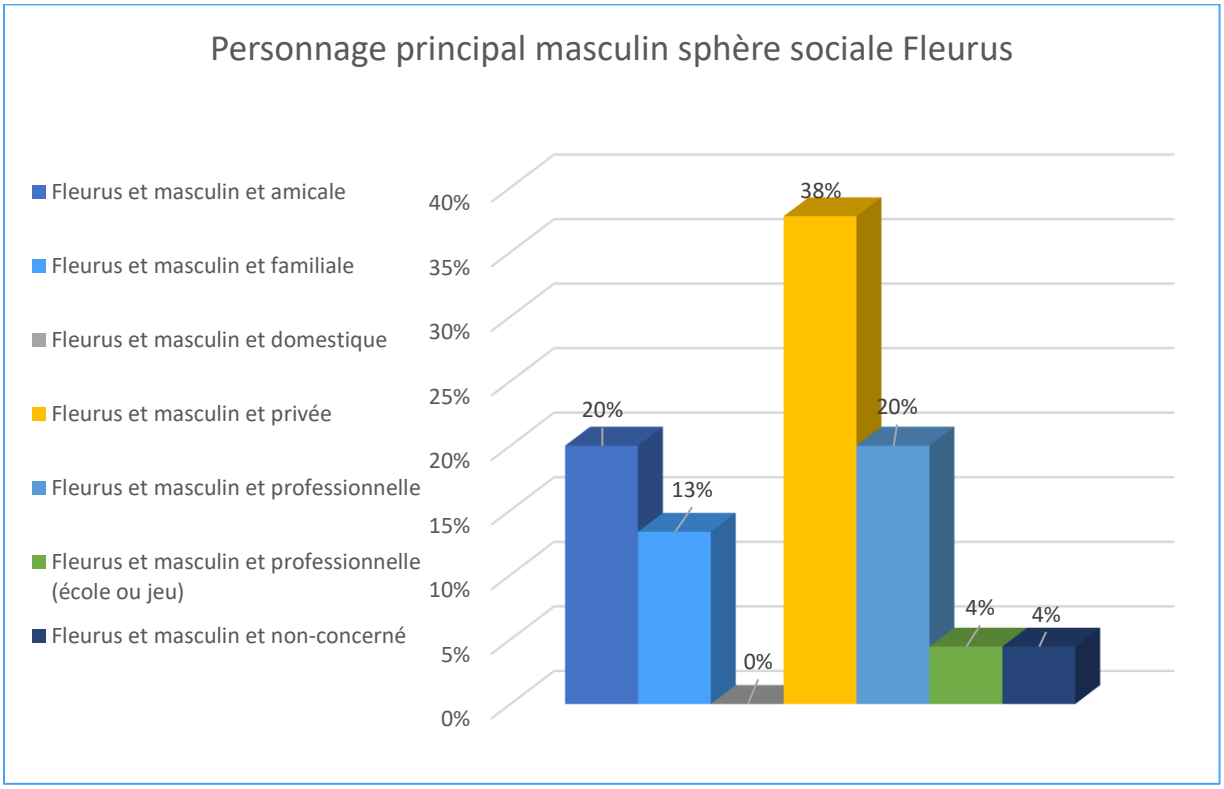

Personnage.s secondaire.s masculin.s type de caractéristiques chez Bayard
100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
89%
0%
11%
Bayard et personnage secondaire masculin et caractéristiques stéréotypées masculin
Bayard et personnage secondaire masculin et caractéristiques stéréotypées féminin
Bayard et personnage secondaire masculin et caractéristiques neutre

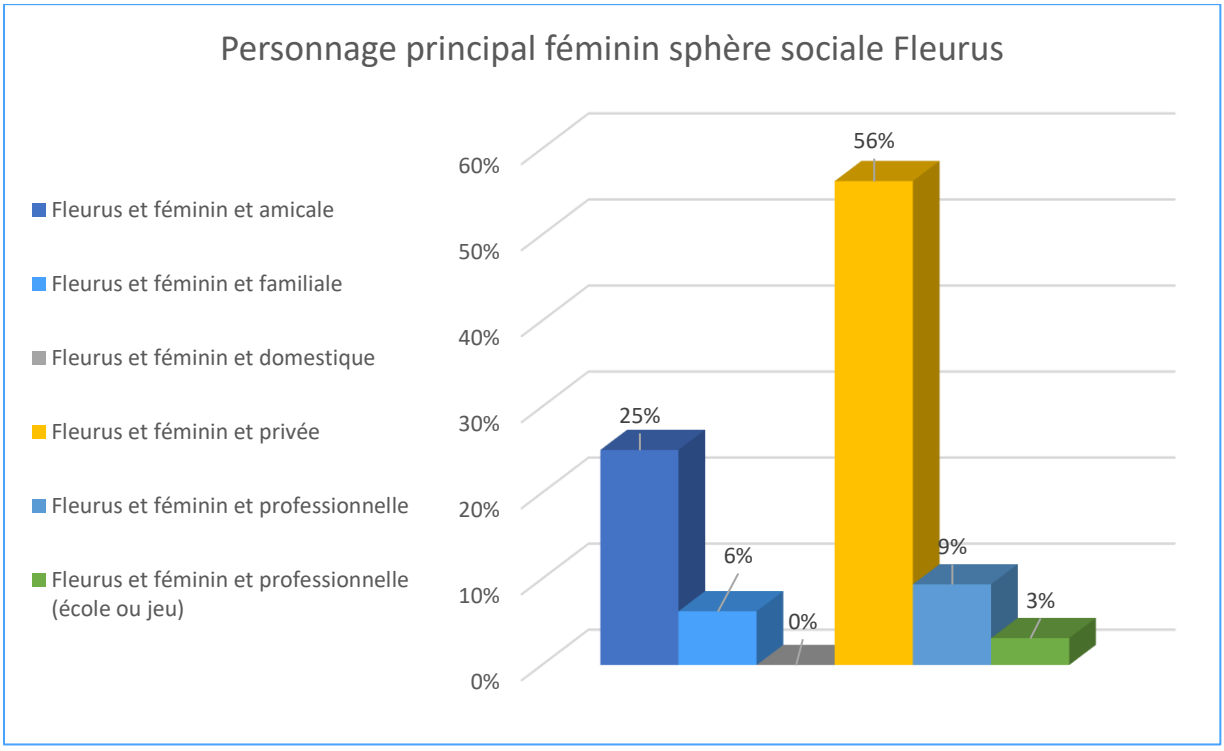

Personnage.s secondaire.s féminin.s type de caractéristiques chez Bayard
100%
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
2%
87%
12%
Bayard et personnage secondaire féminin et caractéristiques stéréotypées masculin
Bayard et personnage secondaire féminin et caractéristiques stéréotypées féminin
Bayard et personnage secondaire féminin et caractéristiques neutre

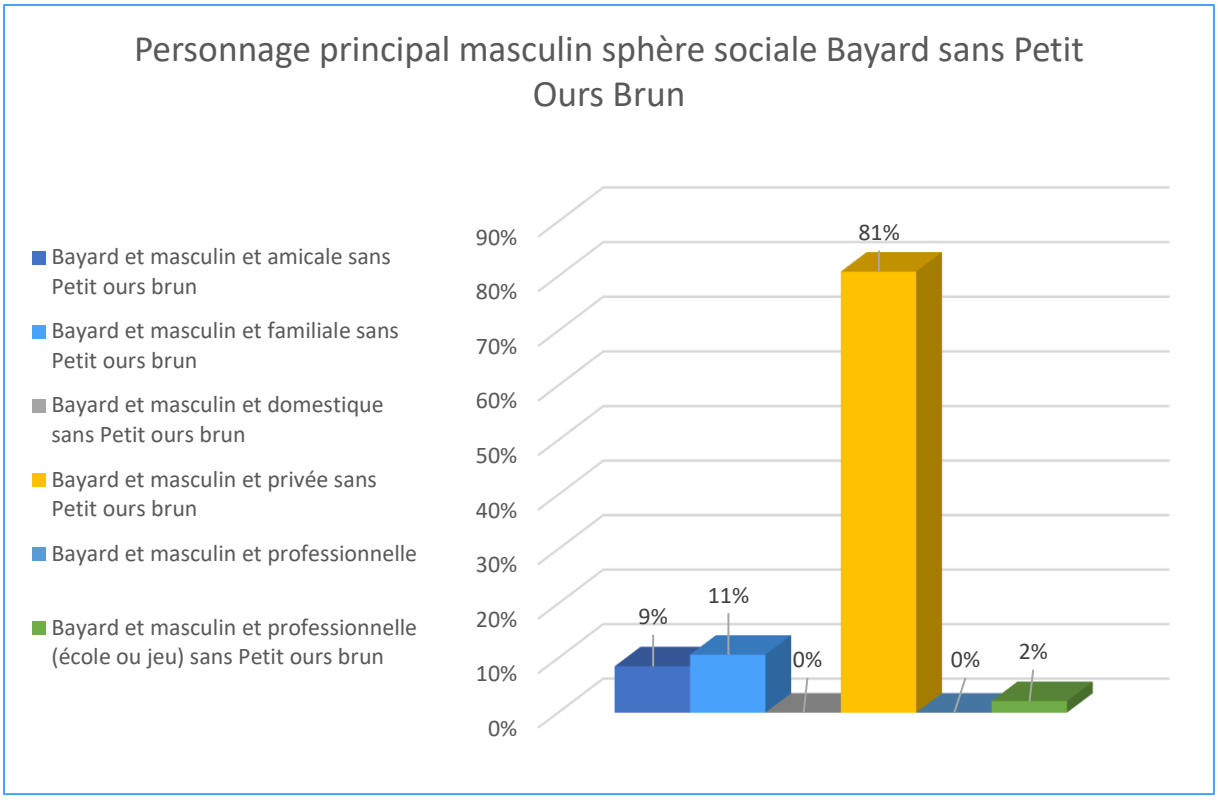

Personnage.s secondaire.s masculin.s type de caractéristiques chez Fleurus
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
44%
0%
56%
Fleurus et personnage secondaire masculin et caractéristiques stéréotypées masculin
Fleurus et personnage secondaire masculin et caractéristiques stéréotypées féminin
Fleurus et personnage secondaire masculin et caractéristiques neutre

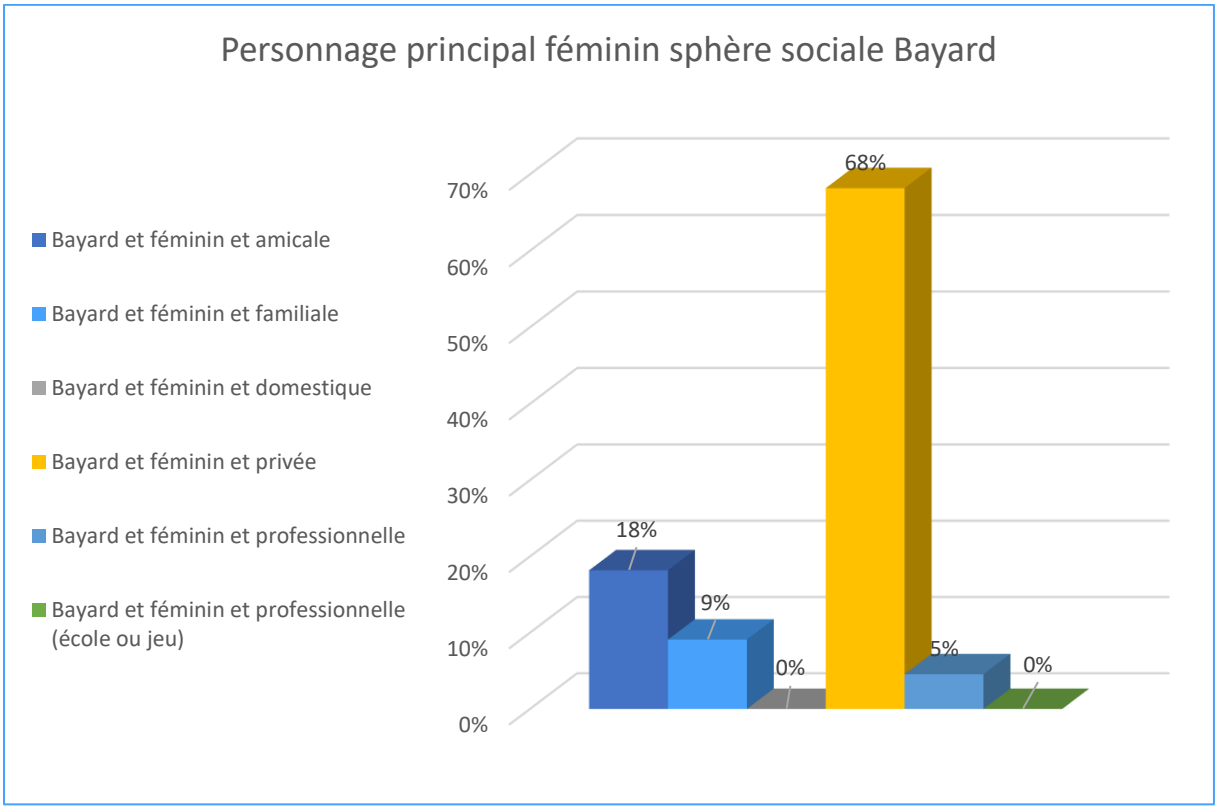

Personnage.s secondaire.s féminin.s type de caractéristiques chez Fleurus
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
0%
81%
19%
Fleurus et personnage secondaire féminin et caractéristiques stéréotypées masculin
Fleurus et personnage secondaire féminin et caractéristiques stéréotypées féminin
Fleurus et personnage secondaire féminin et caractéristiques neutre

Annexe 5 – Détail des sphères sociales des personnages principaux selon leur sexe






Personnage principal masculin sphère sociale Bayard sans Petit Ours Brun
Bayard et masculin et amicale sans Petit ours brun
Bayard et masculin et familiale sans Petit ours brun
Bayard et masculin et domestique sans Petit ours brun
Bayard et masculin et privée sans Petit ours brun
Bayard et masculin et professionnelle
Bayard et masculin et professionnelle (école ou jeu) sans Petit ours brun
90%
80%
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
9%
11%
0%
81%
0%
2%


Personnage principal féminin sphère sociale Bayard
Bayard et féminin et amicale
Bayard et féminin et familiale
Bayard et féminin et domestique
Bayard et féminin et privée
Bayard et féminin et professionnelle
Bayard et féminin et professionnelle (école ou jeu)
70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%
18%
9%
0%
68%
5%
0%

Annexe 6 - Répartition des créateurs et créatrices des livres du corpus selon leur sexe

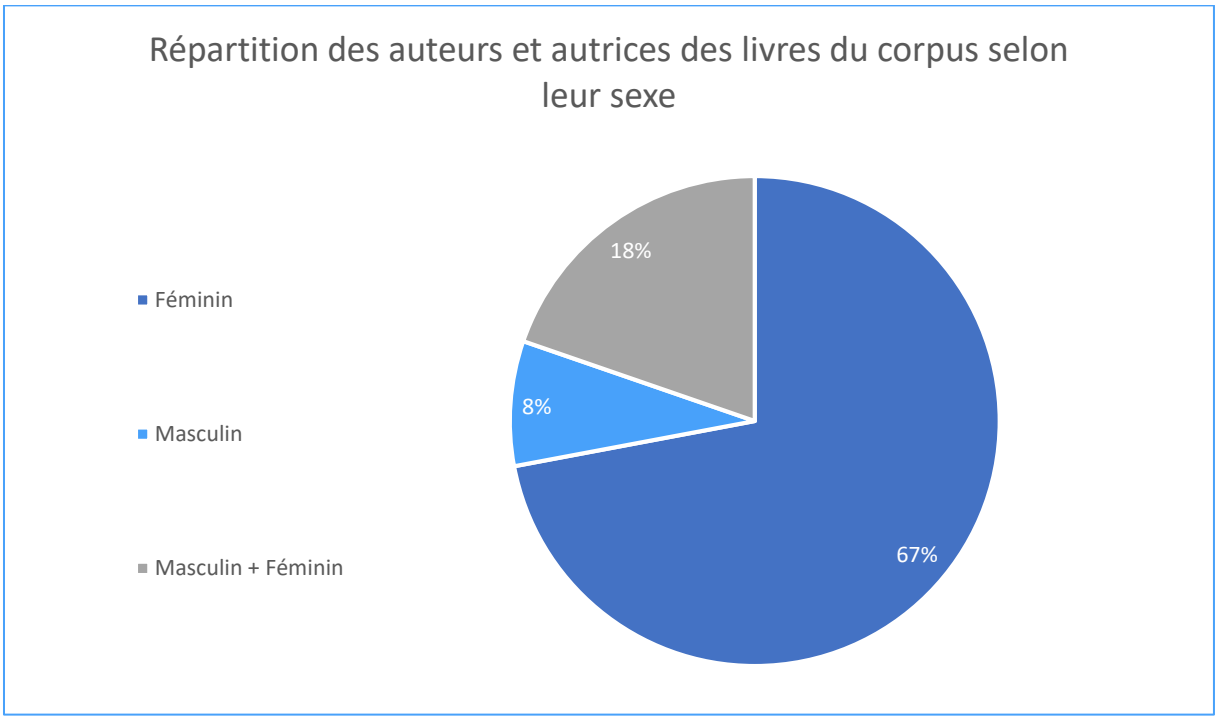


Table des matières

Remerciements **3**

Introduction – Annonce du sujet **6**

Problématique **9**

Des représentations archétypiques aux représentations stéréotypées 9

Une présence importante de messages explicites 10

Socialisation, valence différentielle des sexes et discrimination 11

Une vigilance face aux transmissions de l'édition jeunesse 13

L'Église catholique aux origines du discours moralisateur de la lecture 13

Un lectorat hétérogène 15

Le travail des éditeurs et éditrices jeunesse, entre contraintes et impensés 18

L'édition, le catholicisme et le genre 19

Méthodologie **21**

I. Bayard et Fleurus : des trajectoires différentes pour deux concurrents de longue date 21

a. Des maisons d'édition d'orientation catholique plus ou moins affirmée 21

b. Deux grands groupes à la situation dominante sur le marché de l'édition jeunesse et de la presse 23

II. Étapes de travail 24

a. Se distancier du sujet et expliciter ses propres valeurs 24

b. Organiser des entretiens 26

c. Analyser les publications du corpus via une grille d'observation 29

Hypothèses **35**

I. Sur les représentations du genre dans le corpus 35

a. Une répartition inégale de la production différenciée et des rôles de sexe stéréotypés 35

b. Des rôles de sexe et des orientations sexuelles invisibilisé.e.s au profit de la société « hétéro-centrée » 35

II. Sur le travail des éditeurs en amont 36

a. Un positionnement éditorial diversifié mais prudent pour toucher un public hétérogène 36

b. Des stéréotypes reconduits inconsciemment 37

Bilan 38

I. L'organisation de maisons catholiques au pôle de grande production 40

A. L'édition religieuse jeunesse en France, composition et enjeux 41

a. Un marché de niche centré sur la chrétienté 41

b. Des lignes éditoriales distinctes pour un fort potentiel de développement 43

B. Grand public et conservateur, deux identités difficilement compatibles 44

a. La cible des catholiques CSP+ 44

b. Fidéliser un public religieux : entre éthique-maison et tabous politiques 45

c. Diversifier son public pour gagner des parts de marché : une problématique commerciale 49

C. L'ultra-segmentation de la production 50

a. Les héros et séries, marques de fabrique qui se déclinent à l'infini 50

b. Stéréotyper pour vendre : états des lieux 54

c. Une production perçue comme « genrée » mais pas « stéréotypée » : des différences posées comme naturelles entre les goûts et les capacités 58

II. Les éditeur.rice.s au travail et le travail des éditeur.rice.s 62

A. Des êtres socialisés dans un cadre normé 63

a. Trajectoire des enquêtées : les aléas du marché du travail 63

b. Une sensibilité religieuse qui ne fait pas partie de la vie d'entreprise : distinguer le personnel du professionnel 65

B. L'éditeur.rice comme guide et protecteur.rice de l'auteur.rice 67

a. Le concept de responsabilité éditoriale… 67

b. … à l'épreuve des polémiques numériques 68

C. L'éditeur.rice comme détenteur.rice d'un savoir sur le titre qu'iel publie 70

a. Bien maîtriser un sujet avant de s'y atteler, ou le laisser à d'autres : une quête de légitimité des professionnel.le.s 70

b. Une justification pour l'invisibilisation de certains thèmes 72

III. Le genre et la socialisation des enfants : un discours paradoxal 76

A. Une sensibilité partagée sur le rôle du livre dans la socialisation de l'enfant 77

a. La « lecture-plaisir » contre « l'apprentissage » 77

b. Identification ou imitation : deux perceptions du temps de l'enfance 78

c. Littérature jeunesse et messages implicites 81

B. Une perception nuancée des stéréotypes de genre 85

a. Des rôles de sexe majoritairement intériorisés par les professionnel.le.s 85

b. Mais un rejet de certains codes trop évidents pour protéger la socialisation de l'enfant 87

c. Une présence relative des stéréotypes de genre implicites 92

C. Auteur.rice, éditeur.rice, graphiste : « suivre son intuition » 94

a. Le processus de création, prétendu imperméable aux interrogations sociétales 94

b. Un regard critique sur les consensus forcés 96

Conclusion 100

Bibliographie 104

Sources primaires 104

a. Articles de presse 104

b. Livres utilisés à titre d'exemples 106

c. Entretiens 107

d. Etudes et données statistiques 107

e. Sites internet des éditeurs 108

f. Autres types de sources 109

Sources secondaires 110

a. L'édition, l'édition catholique et l'édition jeunesse 110

b. Le genre 112

c. Genre et édition 113

d. Les stéréotypes, féminisme et discriminations 114

e. Le catholicisme et le genre 115

f. Epistémologie et méthodologie 115

g. Sociologie du travail et monde de l'entreprise 116

Annexes.....117

Annexe 1 – Modèle principal de la grille d'entretien..... 118

Annexe 2 – Veille proactive des maisons d'édition religieuses françaises spécialisées dans la jeunesse..... 121

Annexe 3 – Comparaison des âges du personnage principal chez Bayard, sans Petit Ours Brun, et Fleurus 124

Annexe 4 – Analyse détaillée des caractéristiques associées aux personnages principaux et secondaires selon leur sexe 125

Annexe 5 – Détail des sphères sociales des personnages principaux selon leur sexe..... 129

Annexe 6 - Répartition des créateurs et créatrices des livres du corpus selon leur sexe . 131

Résumé 132

Abstract.....132

Résumé

De nombreuses études ont prouvé le rôle du genre dans la socialisation des enfants, et particulièrement celui du livre dans la transmission de ses représentations. Ce mémoire porte sur le travail des professionnel.le.s de maisons d'édition jeunesse historiquement catholiques vis-à-vis du genre. Qui sont-iels et quelle place prennent les questions de genre dans leurs partenariats professionnels ? Sont-iels sensibles aux représentations de genre ?

Ce mémoire atteste d'une part du positionnement fragile des maisons d'édition historiquement catholiques qui se développent en touchant un public moins conservateur qu'à l'origine, et d'autre part de la faible sensibilité des professionnel.le.s du livre quant aux questions de genre. Cette analyse repose sur des entretiens pour témoigner du ressenti de ces éditeur.rice.s et graphistes, et sur une grille d'observation pour mesurer la présence concrète de stéréotypes de genre dans les ouvrages des maisons d'édition sélectionnées. En cela, ce mémoire complète des études déjà réalisées sur les représentations du genre dans l'édition jeunesse tout en offrant des pistes d'explications aux pratiques contemporaines.

Mots-clés : genre, édition jeunesse, religion, catholique, stéréotypes

Abstract

Many studies have proven the role of gender in children's socialization, and especially the role of books in the transmission of its representations. This Master's thesis studies the work of book's professionals with gender in some historically Catholics publishing houses of children's literature in France. Who are they and how important are the questions linked to gender in their professional partnerships? Are they sensitive to its representations?

First, this Master's thesis shows the fragility of the positioning of historically Catholics publishing houses of children's literature. Then, this Master's thesis proves the weak sensibility of the book's professionals towards gender issues. The study of this Master's thesis is based on some interviews to show the editors and graphic designers' perception, and on an observation grid to estimate the number of gender stereotypes in two selected publishing houses. In that, this thesis completes existing studies on gender representations in children's edition while giving some explanations to some contemporary practices.

Keywords: gender, children's edition, religion, catholic, stereotypes