

Ethos et scénographie éditoriaux : analyse sémio-discursive de deux réécritures numériques de classiques littéraires

Editorial ethos and scenography: a semio-discursive analysis of two digital rewritings of literary classics

Sara Amadori



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/aad/7724>

ISSN : 1565-8961

Éditeur

Université de Tel-Aviv

Édition imprimée

Date de publication : 15 octobre 2023

Référence électronique

Sara Amadori, « *Ethos et scénographie éditoriaux : analyse sémio-discursive de deux réécritures numériques de classiques littéraires* », *Argumentation et Analyse du Discours* [En ligne], 31 | 2023, mis en ligne le 15 octobre 2023, consulté le 15 octobre 2023. URL : <http://journals.openedition.org/aad/7724>

Ce document a été généré automatiquement le 15 octobre 2023.



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

Ethos et scénographie éditoriaux : analyse sémio-discursive de deux réécritures numériques de classiques littéraires

Editorial ethos and scenography: a semio-discursive analysis of two digital rewritings of literary classics

Sara Amadori

Introduction

- 1 Le livre enrichi est une expérimentation éditoriale qui, pendant la dernière décennie, a retenu l'attention de plusieurs éditeurs de littérature numérique pour enfants et pour adultes¹. Il s'agit d'une évolution du « récit littéraire interactif » né sur le Web (Bouchardon 2014 : 122-147), qui permet une expérience de lecture linéaire, se faisant dans un espace borné, comparable à celui d'un livre imprimé (Carioli 2018 : 21). Sa multimodalité est néanmoins remarquable : des illustrations sont souvent présentes, qui peuvent être animées ou statiques, mais également de la musique ou des extraits vidéo, activables par de simple gestes interactifs - par exemple en appuyant sur un bouton pour faire démarrer la vidéo (Unsworth et Zhao 2016 : 89). Selon Lekehal *et al.*, le livre enrichi est

[l]a prolongation naturelle du livre homothétique : il s'agit de profiter des possibilités offertes par l'informatique et d'explorer de nouvelles voies de création rendues possibles par la dématérialisation, le multimédia et l'Internet. L'orientation la plus intuitive pour enrichir le livre consiste à introduire un contenu additionnel au livre d'origine (2013 : 38).

- 2 Le corpus examiné dans cette étude se composera de deux réécritures numériques² d'ouvrages littéraires d'abord publiés en version imprimée réalisées par l'éditeur français L'Apprimerie, spécialiste de la littérature pour enfants et jeunes adultes. Les

deux livres enrichis, qui relèvent du domaine public et permettent donc une libre réinterprétation éditoriale, sont *Le Horla* de Maupassant (2014) et *Voyage au centre de la terre* de Verne (2012). Le premier est un récit fantastique et psychologique enrichi au format ePub 3³ pour jeunes adultes, qui associe des animations interactives, graphiques et typographiques au texte intégral de Maupassant et offre l'occasion d'une lecture renouvelée de ce classique. La deuxième réécriture est également une traduction « intersémiotique » (Jakobson 1963 : 79) au format ePub 3 faite à partir d'une version abrégée du roman d'aventures de Verne. Ce corpus nous permettra de réfléchir au rôle de la dimension paratextuelle dans la construction d'un « *ethos* éditorial » visant à orienter la réception de ces livres enrichis en renouvelant l'expérience de lecture du texte littéraire.

- 3 Nous focaliserons notamment notre attention sur les « paratextes éditoriaux »⁴ (Lane 1991) de ces deux ouvrages, à savoir sur l'ensemble des espaces discursifs matérialisant le travail d'édition réalisé sur ces livres interactifs, depuis leur création jusqu'à leur introduction sur le marché. En ce qui concerne les épitextes éditoriaux, nous étudierons les discours de présentation des deux ouvrages du corpus sur iBook Store, sur le site de l'éditeur ainsi que sur YouTube, en mettant en évidence leur visée persuasive et promotionnelle. Notre analyse des péri-textes éditoriaux portera sur l'ensemble des matérialités discursives qui font des deux livres interactifs deux objets plurisémiotiques signifiants à plusieurs niveaux. Nous nous pencherons notamment sur les formes sémio-discursives qui entourent et accompagnent le texte verbal (par exemple, la couverture, le sommaire, les annexes, les illustrations ou les animations). En exploitant la rhétorique du texte numérique élaborée par Saemmer (2015), nous montrerons comment le péri-texte éditorial oriente la réception des deux ouvrages et manifeste l'interprétation que l'éditeur en propose. Nous consacrerons une attention particulière au dialogue texte-images/animations qui se produit dans les deux livres interactifs, sachant que le « lecteur modèle »⁵ (Saemmer 2011) de ces ouvrages numériques est un public de jeunes adultes⁶ se laissant volontiers fasciner par ces enrichissements iconiques ou audiovisuels qui agrémentent le texte numérique et rendent l'expérience de lecture plus engageante et immersive.
- 4 L'étude de ce corpus nous permettra de définir l'« *ethos* éditorial » de L'Apprimerie, à savoir ce qui ressort de l'ensemble des choix paratextuels dont la source énonciative est le « geste éditorial » de l'éditeur numérique (Ouvry-Vial 2007). Le produit de cet *ethos*, au niveau péri-textuel, est l'image discursive plurisémiotique que l'éditeur projette au moyen de ce que nous appellerons une « scénographie éditoriale » spécifique, c'est-à-dire le scénario numérique créé par l'ensemble des formes et des figures rhétoriques du texte numérique à travers lesquelles L'Apprimerie réécrit ses livres interactifs. Nous montrerons également que cet *ethos* entre en résonance de façon significative avec son « image d'éditeur », c'est-à-dire l'image de soi que la maison d'édition bâtit par ses discours mis en circulation dans l'espace public.

1. Le « geste éditorial », source énonciative de l'« *ethos* éditorial » et de l'« image d'éditeur » de L'Apprimerie

- 5 L'« acte éditorial » doit être conçu, selon Ouvry-Vial, comme une « situation d'énonciation, non pas dissociée mais intégrée au texte et qui se traduit autant dans et par la matérialité visuelle du livre que dans les opérations intellectuelles de son

établissement et les éléments paratextuels qui l'accompagnent » (2007 : 77-78). Dans ce cadre, la notion de « geste éditorial » (79-80), qui relève d'une « sémiotique de l'acte éditorial » inspirée de Kristeva, permet « d'explorer, au-delà du processus linguistique et discursif, de son effet, de l'image et de l'objet visuel résultant, l'action elle-même » (80). La gestualité éditoriale résulterait donc de l'ensemble des décisions et des actions qui sont à l'origine du processus de production d'un livre, celui-ci plongeant ses racines premièrement dans la subjectivité de l'éditeur et dans ses politiques éditoriales ; deuxièmement dans ses préoccupations économiques et troisièmement dans sa perception du contexte social, culturel, économique et littéraire qui doit accueillir les ouvrages. La volonté de l'éditeur de se positionner de façon spécifique dans le champ littéraire, par ses pratiques éditoriales ainsi que par ses prises de parole dans l'espace public, est une dernière dimension, essentielle, que la notion de « geste éditorial » invite à prendre en compte.

- 6 Dans cette étude, consacrée au « geste éditorial » de L'Apprimerie, la gestualité de l'éditeur est donc à l'origine aussi bien de l'« image d'éditeur » que de l'« *ethos* éditorial » qu'il projette, deux concepts – inspirés de l'analyse du discours littéraire – dont nous allons proposer une définition. La notion d'« image d'éditeur » développe celle d'« image d'auteur » élaborée par Amossy (2009) et elle est indissociable de ce que nous appellerons un *ethos* éditorial « dit », en reprenant une catégorie proposée par Maingueneau (2004 : 206). Cet *ethos* ressort pour nous de l'ensemble des discours qui ont comme but explicite une présentation de soi de la part de l'éditeur. Il est donc bâti par les responsables de la maison d'édition et vise à mieux en définir le positionnement dans le champ littéraire. Afin de l'analyser, nous examinerons un corpus d'entretiens accordés par la directrice de L'Apprimerie, ainsi que les pages du site Web dans lesquelles l'éditeur se présente (voir sitographie).
- 7 L'« *ethos* éditorial » selon Maingueneau (2013 : 23) ressort de la collection, du papier utilisé, de la couverture du livre : autrement dit, dans les ouvrages imprimés il se manifeste essentiellement au niveau péritextuel. Cette recherche veut étendre la notion d'*ethos* éditorial pour lui associer l'ensemble des choix multimodaux qui produisent l'image discursive plurisémiotique souhaitée par la maison d'édition et projetée dans ses livres enrichis, notamment au niveau paratextuel. En effet, l'éditeur est le premier interprète de l'ouvrage : comme le constate Ouvry-Vial, c'est un « médiateur entre auteur et lecteur, assurant la transmission de l'œuvre [...]. Le terme de geste désigne donc dans un premier temps le double acte de lecture et de mise en livre et par extension l'organisation dans le livre des conditions de réception de l'œuvre » (2007 : 79). L'*ethos* éditorial résulte par conséquent de l'interprétation de l'ouvrage que l'on souhaite transformer en produit multimodal, ainsi que de la réélaboration sémiotique que l'éditeur propose à son public. Cette « réception éditoriale » (72-75) implique l'emploi de marques précises, qui sont, comme le constate Souchier, « des éléments [qui] peuvent être analysés d'un point de vue sémiotique comme autant "d'embrayeurs" de l'activité éditoriale [...], car ils constituent les indices tangibles de la "parole silencieuse" de l'éditeur » (2007 : 32-33). L'existence d'une « parole » éditoriale rend « légitime la revendication d'une "véritable auctorialité" » pour les éditeurs (30), et cette subjectivité énonciative détermine la projection d'un *ethos* éditorial qui se manifeste par des formes et des figures numériques précises, notamment au niveau péri- et épitextuel. Cet *ethos* sera « montré », comme le dirait Maingueneau (2004 : 206), à savoir affiché par des choix éditoriaux et des stratégies

rhétoriques précises, et non « dit », comme dans le cas des discours visant explicitement à produire une « image d'éditeur ».

- 8 La réception éditoriale est aussi indissociable, selon Ouvry-Vial, de « la réception de la lecture éditoriale par le lecteur » (2007 : 74). De fait, par son *ethos* éditorial, l'éditeur entend produire un effet sur son lecteur et orienter la réception de ses ouvrages. Dans ce cadre, l'approche proposée par Saemmer dans sa *Rhétorique du texte numérique* (2015) est pertinente pour étudier les marques éditoriales par lesquelles L'Apprimerie tout à la fois bâtit son *ethos*, oriente la réception de ses produits numériques et essaie de se positionner dans le champ de l'édition numérique. En effet, cette approche rhétorique se propose de « cerner les pratiques de lecture modélisées par le texte numérique, à travers ses procédés rhétoriques et ses formes graphiques sur la page-écran » (Saemmer 2015 : 13). Partant de l'acquis que le texte littéraire est un « potentiel d'action » (Iser 1976) que le lecteur actualise, la chercheuse explique que
- [L]a rhétorique de la réception circonscrit ainsi le potentiel d'action du texte numérique en fonction des champs d'intersection possibles entre les anticipations des pratiques de lecture par les formes et figures du texte, et les actualisations de ces anticipations par le lecteur en fonction de son « horizon d'attente » (Saemmer 2015 : 14-15).
- 9 De ce point de vue, les « formes-modèles » choisies par l'éditeur jouent un rôle stratégique, celles-ci étant des « protocoles de lecture qui contribuent au potentiel d'action d'un texte » et qui peuvent faire appel à des formats éditoriaux plus anciens (Saemmer 2015 : 119). Synergiques à celles-ci, les « figures d'animation » et « de manipulation » du texte numérique en préfigurent le lecteur tout en orientant sa réception du texte. Par l'expression « figures d'animation » Saemmer désigne « une relation – entre des textes ou images et un mouvement – dans laquelle la sémiose est basée sur des processus d'intersection de traits signifiants associés au mouvement, au texte/à l'image, et aux contextes » (2011 : en ligne). Par traits signifiants la chercheuse entend « les caractéristiques que le “lecteur modèle” [...] associe à un mouvement parce qu'elles ont été sélectionnées au long des expériences répétées dans une culture » (*ibid.*). Les « figures de manipulation » sont associées, quant à elles, à une manipulation du texte numérique de la part du lecteur, qui est productrice de sens. Comme l'explique Bouchardon, « la manipulation fait en effet partie de la délégation faite au lecteur d'une partie du jeu rhétorique de l'action, le lecteur devenant souvent et parfois malgré lui l'acteur de sa lecture » (2014 : 179).
- 10 Par ces « formes » et ces « figures » du texte numérique, l'éditeur construit une « scénographie éditoriale » qui peut être de type immersif et viser à plonger le lecteur d'un livre interactif dans l'histoire racontée. La notion de « scénographie éditoriale » que nous proposons ici s'inspire de celle de « scénographie » élaborée par Maingueneau (2004 : 192-193), mais en l'ouvrant aux nouvelles pratiques éditoriales numériques. Etant donné la nécessité de prendre en compte l'existence d'une « auctorialité » éditoriale dans la production de ces livres enrichis, nous considérons ainsi que la « scénographie éditoriale » est le scénario multimodal produit par l'ensemble des « technographismes »⁷ (Paveau 2017 : 304) au moyen desquels, au niveau péritextuel, l'éditeur réécrit ses livres interactifs. C'est donc à ce niveau qu'il sera possible d'étudier la façon dont l'*ethos* éditorial intratextuel manifeste la spécificité du « geste éditorial » de L'Apprimerie.

2. Une « image d'éditeur » innovant, inclusif et attentif à la dimension pédagogique

- 11 L'Apprimerie est une maison d'édition jeunesse dont les produits s'adressent à la tranche d'âge 2-16 ans, fondée par une équipe d'« Apprimeurs » (c'est ainsi qu'ils se nomment sur leur site). Elle dispose d'un catalogue varié d'albums illustrés, de livres-jeux, de documentaires et de livres interactifs. Comme le site de l'éditeur le confirme, les « Apprimeurs » travaillent pour que « les textes et les images se déploient aussi bien sur papier que sur écran et deviennent tour à tour tactiles, interactifs, multilingues, accessibles »⁸. Le nom de la maison d'édition, L'Apprimerie, est une contraction des mots « application » et « imprimerie ». Il résume bien le projet éditorial qui en est à l'origine, à savoir celui d'adapter les classiques en jouant sur la typographie (Guilleminot et Bertrand 2012). L'image que l'éditeur projette de son travail éditorial est donc celle d'un acteur qui s'inscrit dans une tradition littéraire canonisée, mais qui essaie de la renouveler par le biais du numérique. La présidente, Julie Guilleminot, confirme ce positionnement dans plusieurs entretiens (2017, 2016). « Dès l'origine de L'Apprimerie, nous souhaitions garder le lien entre le papier et le numérique », confirme-t-elle (2016 : en ligne)⁹. Pour les ouvrages de la collection Nautilus, dans laquelle nous trouvons aussi bien la réécriture numérique de *Voyage au centre de la terre* que celle de *Le Horla*¹⁰, les « Apprimeurs » ont « travaillé la mise en page comme une promenade littéraire en jouant avec le fond et la forme à travers des calligrammes animés, des jeux de lettres et des animations graphiques et sonores » (Guilleminot 2018 : en ligne).
- 12 Dans l'image de soi que l'éditeur projette, la volonté d'expérimenter est indissociable d'un souci pédagogique fort (L'Apprimerie, Solym 2016). Sur le site de la maison d'édition, l'expérience des « Apprimeurs » en tant que formateurs, organisateurs d'ateliers pédagogiques et concepteurs de projets numériques multi-supports, principalement dans le domaine de l'éducation, est bien valorisée. Au cœur de ces projets, se retrouve l'ambition « de favoriser aussi bien l'apprentissage des savoirs que leur accessibilité en développant des solutions numériques toujours plus novatrices »¹¹. La haute accessibilité de ces contenus littéraires, permettant une expérience de lecture « inclusive » (Guilleminot 2017), est par ailleurs présentée comme un atout du numérique par Guilleminot : « L'écrit sous sa forme imprimée est très difficile d'accès aux enfants dyspraxiques. Les supports numériques offrent une série d'aides à la lecture qui permettent de pallier ces difficultés » (2018 : en ligne). L'Apprimerie présente donc l'ouverture au numérique comme indissociable d'un projet éditorial ayant une visée éthique et pédagogique fondatrice. Les discours de sa directrice, qui misent sur l'offre de produits inclusifs, manifestent une volonté d'engagement social que nous retrouvons dans les épitextes de notre corpus, et qui est d'ailleurs fréquente dans le discours publicitaire. Comme Bonhomme et Pahud le confirment, « l'une des grandes tendances des campagnes publicitaires est d'afficher un éthos de responsabilité citoyenne à la hauteur de leur influence sur le public » (2013 : en ligne). Il reste que la nécessité de disposer d'une tablette Apple (dont le coût peut être très élevé) est un point faible de l'argumentation de l'éditeur, ces produits ne pouvant pas être considérés comme accessibles à tout le monde et en mesure de faciliter une entrée en littérature plus égalitaire.

3. L'ethos éditorial « montré » de L'Apprimerie

3.1. La synergie entre « image d'éditeur » et épitextes du corpus

- 13 Les épitextes des deux ouvrages analysés dans cette étude invitent à examiner la synergie entre trois plateformes qui contribuent à la présentation au public de ces produits numériques. En effet, à partir des pages dédiées sur le site de l'éditeur, il est possible d'accéder aussi bien à la plateforme iBook Store, où l'on peut les acheter, qu'à YouTube, où ce que l'éditeur appelle une « bande annonce »¹² des livres interactifs est disponible. Sur son site, de façon cohérente avec son « image d'éditeur », L'Apprimerie décrit les deux ouvrages comme deux classiques littéraires profondément renouvelés par le numérique. Voici, à titre d'exemple, deux extraits de leurs présentations :

Cette version abrégée, illustrée et interactive du célèbre roman de Jules Verne, propose une expérience de lecture inédite, grâce à des animations graphiques et typographiques, comme un véritable voyage au cœur du texte¹³.

- 14 Dans cette version interactive et illustrée du texte intégral du *Horla*, les animations graphiques et typographiques se mêlent à la plume de Maupassant et ajoutent au trouble du lecteur. Une plongée immersive dans les méandres du récit, aux frontières de la folie¹⁴...

- 15 Les deux extraits montrent bien que L'Apprimerie, dans ces discours publicitaires, met en place une argumentation « proleptique », essayant d'« anticiper la consommation du produit dès le stade des annonces » (Bonhomme et Pahud 2013 : en ligne). L'emploi de formulations telles que « plongée immersive » ou « expérience de lecture inédite » le confirme, en contribuant également à formuler un discours d'éloge de ces produits numériques exploitant les ressources multimodales de la tablette. La composante épictique est donc évidente, ces discours étant basés sur une « argumentation idéalisante », qui « construit un objet de valeur positif et un sujet-consommateur lui-même positif par la possession d'un tel objet de valeur » (*ibid.*).

- 16 La volonté d'inscrire ces nouveaux produits numériques dans le champ littéraire, tout en mettant en valeur leur nouveauté, est aussi évidente : dans les deux cas la présentation insiste sur le fait que les ouvrages sont insérés dans la collection Nautilus, regroupant des classiques littéraires interactifs. Pour *Voyage au centre de la terre*, L'Apprimerie énumère les prix et les mentions remportés, pour confirmer l'appartenance de son livre interactif à l'institution littéraire. La présentation des deux livres enrichis est suivie d'extraits de comptes rendus (section « La presse en parle ! »), publiés dans des revues et des sites spécialisés dans le segment de l'édition numérique. Ces extraits, qui dans la démarche argumentative de l'éditeur jouent le rôle d'arguments d'autorité, réaffirment la valeur littéraire et esthétique de ces ouvrages numériques ainsi que leur caractère innovant. L'emploi de l'adjectif « novatrice » ou des substantifs « modernité » et « originalité » dans les deux extraits suivants le prouve :

« Nul doute que cette version novatrice aurait enchanté l'esprit visionnaire de son auteur. »

TÉLÉRAMA

« Une épopée fantastique revue avec modernité et originalité ! »

App-KID

- 17 Enfin, en faisant écho à la volonté pédagogique qui est un trait caractérisant l'« image d'éditeur » de L'Apprimerie, la présentation valorise la présence des « Clefs de lecture »

intégrées dans les deux ouvrages, à savoir une section agrémentée de quiz interactifs et d'anecdotes permettant de découvrir les deux auteurs, leurs biographies et leurs œuvres.

- 18 Les deux bandes annonces des ouvrages, disponibles aussi bien sur le site de L'Apprimerie que sur YouTube, sont de courts documents audiovisuels, ayant une visée promotionnelle explicite. Ces vidéos recréent l'ambiance de la narration et donnent une idée du type de lecture que l'on peut faire. Dans les vidéos, le texte verbal, très bref, en blanc ou en rouge sur un fond noir (voir par ex. fig. a), est associé à de la musique et à des extraits des animations les plus intéressantes et les plus suggestives des deux livres (voir par ex. fig. b).



Fig. a – Captures d'écran de la bande annonce de *Voyage au centre de la terre*
© L'Apprimerie

« citations numériques » (Amadori 2013) des deux livres enrichis, qui sont de fait des autocitations de la part de l'éditeur, essayant ainsi de remettre en circulation, par ces vidéos promotionnelles, les figures rhétoriques caractéristiques du texte numérique dont la source est son « geste éditorial ». Ce choix autophonique s'inscrit dans le cadre d'une démarche stratégique de persuasion, qui valorise le locuteur citant. Comme le confirme López-Muñoz, « [a]u moyen de cette surénonciation, l'effet visé est la séduction par l'auto-affirmation » (2006 : en ligne).

- 21 Aux animations présentées sur YouTube font écho les captures d'écran tirées des deux livres interactifs et publiées sur iBook Store¹⁵, dans un jeu de renvois qui ne fait que réaffirmer la spécificité de la scénographie éditoriale choisie par L'Apprimerie. Les captures d'écran montrent des aperçus des textes ou des icones-textes des deux ouvrages, dans le but de captiver l'intérêt du public et de le pousser à l'achat. Il ne faut pas oublier que les livres enrichis vendus sur iBook Store sont également commentés et évalués par les internautes qui les ont achetés. Au niveau épitextuel, la présentation des deux ouvrages numériques est donc soumise à une double tension. D'une part verticale et hiérarchique, car L'Apprimerie remet en circulation sur cette plateforme son texte de présentation des ouvrages et des extraits choisis de ceux-ci. D'autre part, l'introduction des deux livres interactifs sur le marché est soumise également à une tension horizontale, dans la mesure où les internautes peuvent contribuer à la présentation du texte et en conseiller ou déconseiller l'achat¹⁶. Dans le cas des deux ouvrages envisagés, les commentaires sont peu nombreux (ce qui n'en permet qu'une analyse qualitative ponctuelle) mais tous très positifs. Par le recours à des adjectifs ou adverbes axiologiques ou affectifs, ainsi qu'à d'autres formes discursives manifestant le *pathos* du lecteur ou de la lectrice, ils décrivent l'expérience de lecture de ces classiques comme nouvelle et passionnante. Voici, à titre d'exemple, le commentaire d'un lecteur de *Le Horla* :

Magnifique !!!!

La célèbre nouvelle fantastique de Maupassant est ici habillée subtilement et efficacement de façon sonore et graphique afin de nous prolonger dans l'état d'angoisse du narrateur, une réussite ! À découvrir ou redécouvrir avec grand plaisir !

- 22 Dans la présentation de ce livre interactif sur son site et sur iBook store, l'éditeur a affirmé vouloir faire expérimenter à son public une « plongée immersive dans les méandres du récit ». Nous verrons donc quelles sont les stratégies rhétoriques qu'il a mobilisées pour atteindre ce but.

3.2. La scénographie éditoriale immersive de *Le Horla* et de *Voyage au centre de la terre*

- 23 L'hybridité sémiotique caractérisant les livres enrichis modifie nos habitudes de lecture en rendant possibles des expériences littéraires immersives (Saemmer 2015 : 102). L'action synergique de mots, images, sons, musiques et animations, ainsi que le potentiel interactif du texte, jouent un rôle essentiel de ce point de vue. Selon Paveau, la lecture d'un livre numérique est une « écriture », à savoir une « coconstruction du sens par l'utilisateur dans un geste double de lecture et d'écriture » (2017 : 214). En effet, la manipulation de l'écran participe activement à la construction de la progression de l'histoire. Comme Bouchardon le confirme, « [l]a textualité numérique n'est pas figée : elle est d'une certaine manière immanente à l'acte de lecture [...] dans le cas des textes

numériques qui proposent une forme d'interactivité, la lecture est fortement construite par le geste » (2014 : 162-163).

- 24 Ainsi, il est intéressant de repenser la façon dont ces nouveaux produits numériques construisent du sens. Dans ses *Dernières leçons au Collège de France, 1968-1969*, Benveniste insiste sur la nécessité de concevoir le langage comme un système sémiotique parmi d'autres (2012 : 91-92). Pour Paveau, proche de la réflexion de Benveniste sur ce point, la conception dualiste et logocentrique du signe saussurien est à dépasser (2017 : 65) : elle doit être revue dans le cadre d'une approche écologique, qui ne sépare pas les dimensions linguistique et extralinguistique ; une telle approche est nécessaire pour étudier l'environnement dans lequel sont produits des discours numériques comme ceux faisant l'objet de cette étude, qui ont une nature composite, résultat d'un ensemble de facteurs de nature technologique, culturelle, sociale, éthique et politique (129).
- 25 Dans ce cadre théorique, Paveau élabore sa notion de « technogène », à savoir « un genre de discours doté d'une dimension composite, issue d'une coconstitution du langagier et du technologique » (2017 : 300). Or, *Le Horla* et *Voyage au centre de la terre* permettent une expérience de lecture nouvelle du texte littéraire parce qu'ils relèvent d'un nouveau « technogène ». En effet, les deux dispositifs numériques forment un système plurisémiotique cohérent de « technographismes » (304) produisant un texte multimodal dans lequel les signes « s'iconisent », au sens de Benveniste. Comme le linguiste l'explique, « un "signe iconique" [...] associerait la pensée à une matérialisation graphique, *parallèlement* au "signe linguistique" associant la pensée à sa verbalisation idiomatique » (2012 : 95).
- 26 Le texte plurisémiotique d'un livre interactif, tendant à s'iconiser, fait appel non seulement à la vue, mais aussi à l'ouïe et au toucher, et produit une réception plurisensorielle. La méthodologie d'analyse développée par Saemmer vise précisément à « circonscrire les conditions d'émergence de ces "synesthésies" dans le texte numérique » et à « théoriser la part sensible du sens dans le texte numérique à travers la notion d'"iconicité" » (2015 : 45). Tout en étant consciente qu'un mot n'est pas une icône, la chercheuse insiste sur le fait que les éléments signifiants du texte numérique peuvent être perçus sur le mode iconique, et captiver ainsi le lecteur pour l'immerger plus profondément dans l'histoire racontée :
- La police de caractère et la couleur d'un texte peuvent [...] être perçues sur le mode iconique. Comme la couleur et la forme des lettres, certains mouvements et enchaînements de gestes semblent marqués par leur caractère iconique, qui fait autrement appel aux sens du lecteur que le texte lisible. Ce potentiel d'action [...] « référentiel » (à cause du renvoi vers un référent d'expérience), s'actualise aussi en couplage rhétorique avec le mot (2015 : 46).
- 27 Dans ses deux réécritures numériques de *Le Horla* et de *Voyage au centre de la terre*, L'Apprimerie recherche, d'une part et de façon cohérente avec son « image d'éditeur », une filiation avec la tradition littéraire imprimée. L'éditeur a ainsi choisi des « formes-modèles pro-intensives », à savoir préfigurant une lecture lente et concentrée, proche de celle que l'on fait sur papier (Saemmer 2015 : 129). La couverture est interactive, mais le frontispice ne l'est pas ; la couleur des pages-écran est blanc ivoire et rappelle celle du papier utilisé souvent pour les ouvrages littéraires imprimés. D'autre part, l'éditeur souhaite également proposer une expérience de lecture immersive des deux classiques littéraires, en jouant sur la typographie et sur les animations graphiques. Plusieurs figures rhétoriques caractéristiques du texte numérique narratif enrichissent

aussi bien *Le Horla* que *Voyage au centre de la terre*, et la fréquence de deux figures de la lecture immersive, le « kiné-gramme » et le « ciné-gramme », y est élevée.

- 28 Or, le « kiné-gramme » est, comme l'explique Saemmer, « le procédé qui donne potentiellement l'impression au lecteur de manipuler aussi l'objet ou le concept évoqués, et non pas seulement le mot. L'irradiation iconique apportée par l'unité sémiotique de la manipulation transforme le texte au moins partiellement en simulacre de référent » (2015 : 146). Le « ciné-gramme », quant à lui, est « fondé sur un couplage entre le potentiel d'action d'un texte et le potentiel d'action d'une unité sémiotique temporelle, dans lequel l'irradiation iconique est poussée à l'extrême de sorte que se crée un simulacre de référent » (206). Le mot semble ainsi « se transformer au moins partiellement en “chose” lors du processus de lecture » (235), en reproduisant l'impression sensible véhiculée dans la version imprimée par le seul code verbal.
- 29 Dans *Voyage au centre de la terre*, le texte verbal est véritablement mis en scène, grâce aux « kiné-grammes » et aux « ciné-grammes » qui enrichissent l'histoire. À la page 36 (fig. 1), par exemple, on découvre un calligramme animé, qui hérite de la tradition poétique des textes d'Apollinaire, tout en la renouvelant. Le héros raconte qu'avec son oncle – le professeur Lidenbrock – et leur guide, ils sont en train de commencer leur descente dans le volcan qui les conduira au centre de la Terre, par un exercice qui recommencera « *ad infinitum* ». En bas de page, une figure formée par des cercles concentriques, où les deux mots latins se répètent, s'active si l'on appuie sur l'écran. Dans ce « ciné-gramme », l'expression *ad infinitum* est à l'origine de la figure d'animation appelée par Saemmer « trajectoire inexorable » (2015 : 229) : les mots eux-mêmes simulent l'agrandissement progressif du cratère dans lequel tombent les personnages. À la page suivante, le texte descend d'abord progressivement, en imitant ainsi la descente des trois hommes dans le volcan ; ensuite, si l'écran est touché, ce même texte disparaît, en s'uniformisant au noir de la paroi rocheuse grâce à la figure d'animation appelée par Saemmer « sur l'erre » (*ibid.*). On partage ainsi avec les personnages d'abord l'expérience de la descente et ensuite celle de la plus profonde obscurité vécue dans les entrailles du volcan. La même figure d'animation « sur l'erre » est exploitée par l'éditeur à la page 41 : dans ce cas, Axel exprime sa préoccupation pour le manque d'eau qui menace leurs possibilités de survie pendant le voyage. Ce manque d'eau est reproduit de façon iconique par la disparition progressive des voyelles O, qui tombent des mots comme les dernières gouttes d'eau tomberaient d'une bouteille renversée (fig. 2). Ce choix éditorial – une citation iconique de *La Disparition* de Perec – produit un effet d'« irradiation iconique » qui transforme le texte en simulacre de référent, préfigurant un lecteur qui « accepte de s'immerger dans la matérialité des éléments animés et de jouir de leurs effets de présence » (2015 : 186).
- 30 Deux autres exemples de cet effet d'« irradiation iconique » produit par l'animation de la typographie ont retenu notre attention. À la page 69, Axel, son oncle et leur guide se trouvent désormais au centre de la Terre, naviguant dans un abîme dangereux habité par des créatures monstrueuses. Une baleine s'approche d'eux et le professeur dit : « Vois l'air et l'eau qu'elle chasse par ses événements » (2012 : 69). On entend le chant de la baleine, et le texte verbal commence à s'agrandir et à se rétrécir progressivement : grâce à la figure appelée par Saemmer « obsessionnel » (2015 : 229), il s'iconise, reproduisant ainsi la respiration de l'animal (fig. 3). À la page 91, les trois personnages doivent faire exploser un rocher qui les empêche de poursuivre leur voyage. Le texte verbal a la forme d'une grosse pierre, et en bas de page il y a un bouton rouge. En

appuyant sur le bouton, et en jouant ainsi avec le texte, le lecteur active un « kiné-gramme » : la bombe fait éclater le rocher-texte en morceaux, permettant de la sorte aux trois hommes de poursuivre leur voyage (fig. 4).



Fig. 1 – © Voyage au centre de la terre, L'Apprimerie, 2012.

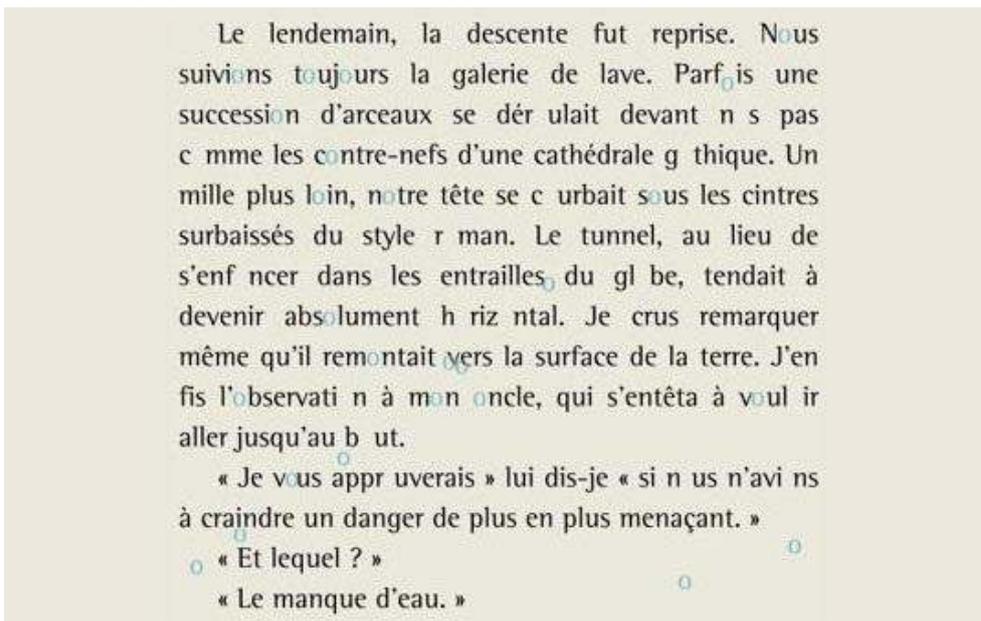


Fig. 2 – © Voyage au centre de la terre, L'Apprimerie, 2012.

l'emploi d'un vocabulaire pathémique visant à éveiller chez le lecteur l'angoisse et la crainte éprouvées par le narrateur. La réécriture numérique exploite toutes les ressources de la tablette pour intensifier ces sensations et rendre la lecture du roman immersive. Les « formes-modèles pro-intensives » sont associées à des « formes-modèles pro-référentielles » et « pro-dépréhensives », qui préfigurent un lecteur prêt non seulement à lire un texte qui parfois devient simulacre de référent, mais aussi à perdre prise sur l'interface (Saemmer 2015 : 194-195).

- 33 Dans son journal, le narrateur confie à plusieurs reprises son angoisse de devenir fou et de perdre le contrôle de ses perceptions. De façon symétrique, le texte devient parfois difficilement lisible, ou bien il se floute et tend à disparaître, se faisant ainsi le lieu d'une expérience de partage des émotions, des angoisses et de la perception troublée du réel du héros. La page 8, par exemple, débute par ces mots : « Nous ne le pouvons sonder avec nos sens misérables, avec nos yeux qui ne savent apercevoir ni le trop petit, ni le trop grand, ni le trop près, ni le trop loin, ni les habitants d'une étoile, ni les habitants d'une goutte d'eau... ». Cette incapacité à voir est vécue aussi par le lecteur ou la lectrice : le texte verbal est en blanc sur un fond bleu très clair, et pour pouvoir avancer dans une lecture qui reste difficile, il faut faire bouger du doigt la boule colorée au-dessous des mots, ce qui les rend au moins faiblement visibles (fig. 1). La page 59 propose un autre exemple intéressant. Elle débute par la phrase, qui devient progressivement illisible : « Les localisations de toutes les parcelles de la pensée sont aujourd'hui prouvées. Or, quoi d'étonnant à ce que ma faculté de contrôler l'irréalité de certaines hallucinations, se trouve engourdie chez moi en ce moment ! » (fig. 2). L'« irradiation iconique » simule ainsi le manque de contrôle du narrateur sur son esprit. La perte de la raison produit une disparition progressive du *logos*, qui se manifeste aussi au niveau graphique.



Fig. 1 – © *Le Horla*, L'Apprimerie, 2014.

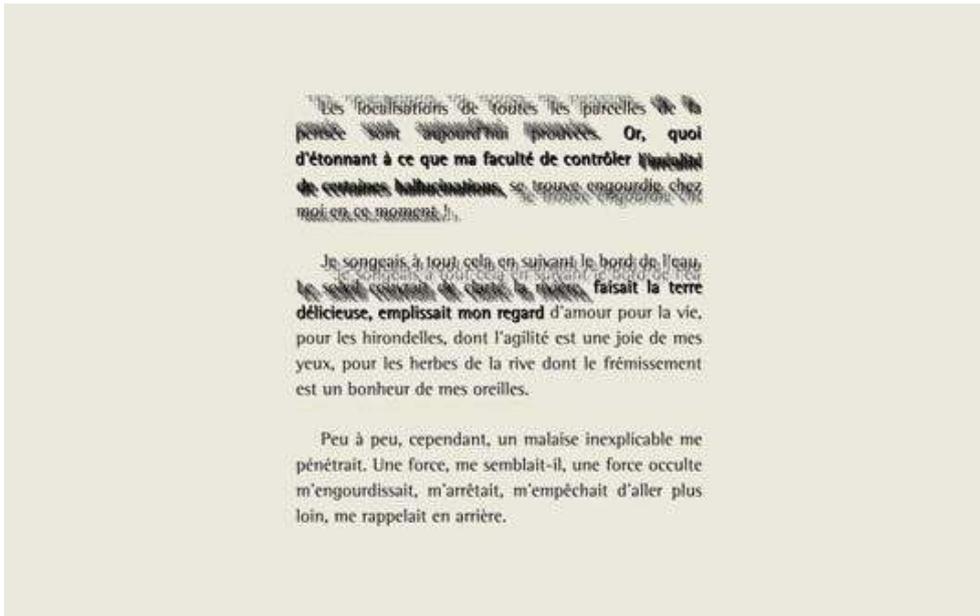


Fig. 2 – © *Le Horla*, L'Apprimerie, 2014.

35

- 36 Les « figures d'animation » (Saemmer 2015) sont également multipliées par les « Apprimeurs » dans ce livre interactif. À la page 12, nous avons un exemple de la figure appelée par Saemmer « stationnaire » (229 – fig. 3). Des mains se superposent progressivement au texte en dérangeant la lecture jusqu'à la rendre impossible, tout comme dans le récit le sommeil du narrateur est dérangé par la présence fantasmatique et obscure du Horla. Peu à peu les mains, ayant couvert le texte, se retirent pour réapparaître peu après : l'animation se répète de façon cyclique, en reproduisant l'effet d'insomnie prolongée dont le héros souffre. La page 26 propose en revanche un exemple de la figure « obsessionnel » (*ibid.*). Le texte de cette page s'agrandit et se rétrécit de façon régulière, accompagné du son du battement d'un cœur et de l'image de celui-ci qui palpite sur le fond (fig. 4). La figure d'animation vise à produire un sentiment d'angoisse et de peur, identique à celui éprouvé par le héros qui « découvre » la présence du Horla dans sa chambre et imagine qu'il a bu toute l'eau de la carafe près de son lit. À la page 28, la figure « sur l'erre », qui peut signifier au niveau iconique l'installation d'une énigme (Saemmer 2011 : 28), détermine la disparition progressive des bulles d'eau qui, en sortant de la bouteille, se perdent dans l'air (fig. 5). Ces bulles sont de fait des voyelles O, qui, par un jeu iconique et verbal, reproduisent donc le son du mot « eau » et en iconisent la transformation en vapeur. Le « ciné-gramme » augmente encore une fois l'intensité signifiante du texte de Maupassant, en suggérant également que l'eau, volée par *Le Horla* selon la perception hallucinée du narrateur, n'a fait que s'évaporer. L'« interprétation éditoriale » (Ouvry-Vial 2007 : 73) de ce passage du texte est donc cristallisée par la figure d'animation s'associant à la narration. Le retour de la même figure « sur l'erre » pour iconiser la disparition de l'eau dans ce récit et dans *Voyage au centre de la terre* confirme que l'ethos éditorial de L'Apprimerie se manifeste de façon cohérente par une « vocalité » (Maingueneau 2004 : 207)¹⁷ éditoriale qui réécrit et réinterprète ces classiques par des marques récurrentes et spécifiques.



Fig. 3 – © *Le Horla*, L'Apprimerie, 2014.

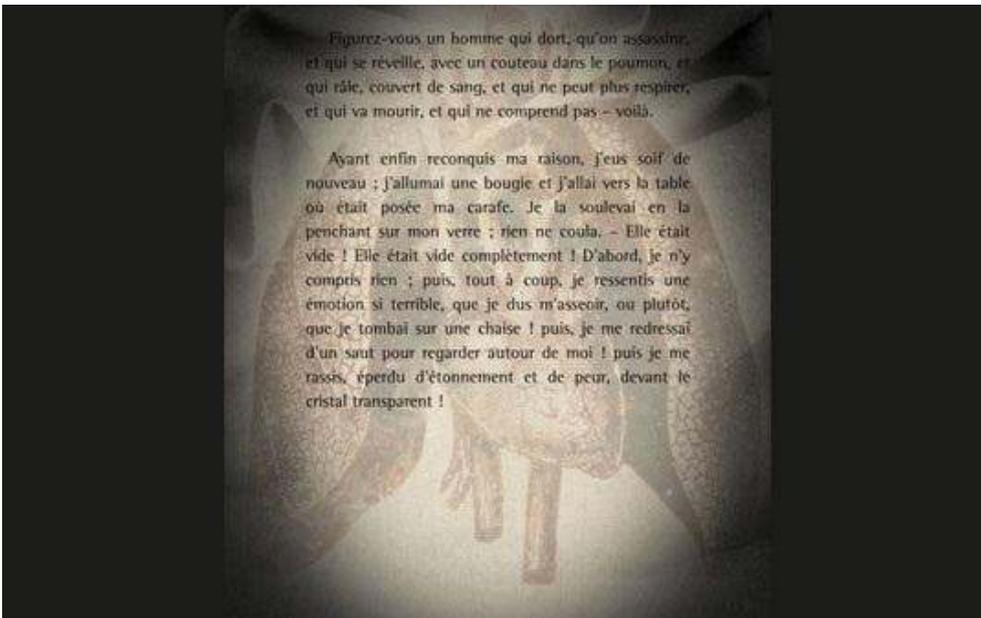


Fig. 4 – © *Le Horla*, L'Apprimerie, 2014.

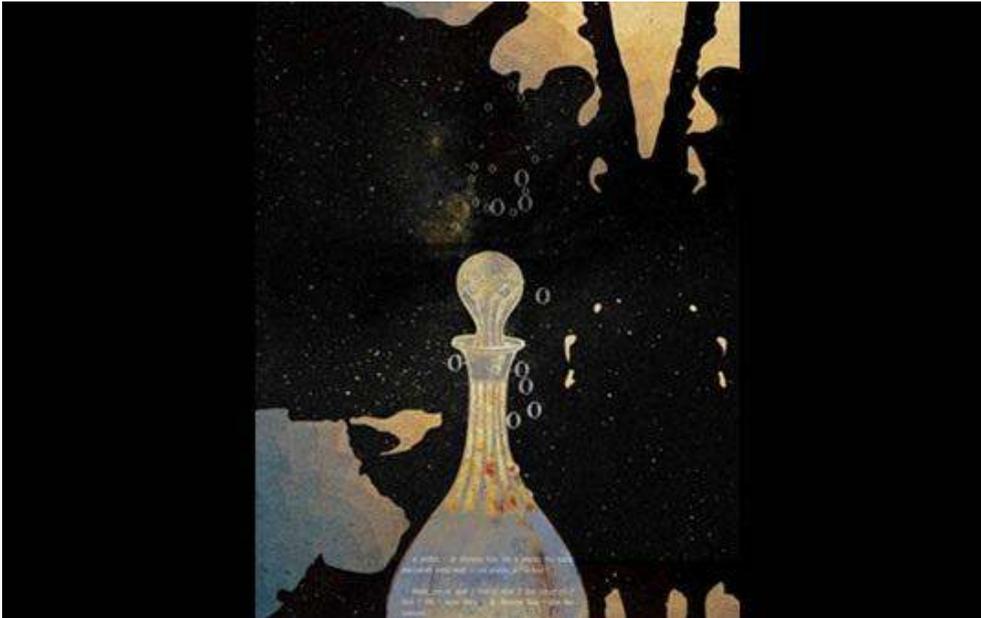


Fig. 5 – © *Le Horla*, L'Apprimerie, 2014.

- 38 L'épisode de l'hypnose de Mme Sablé, cousine du héros, est un autre moment très intéressant du point de vue rhétorique par son association à deux « ciné-grammes » qui produisent un effet d'« irradiation iconique » particulièrement efficace. Quand le docteur Parent hypnotise la femme à la page 39, le texte est accompagné de la figure d'animation « en suspension » : deux cercles concentriques tournent sur le fond de la page-écran dans deux directions opposées de façon lente et régulière, produisant de la sorte un effet signifiant d'« équilibre instable, pouvant se rompre à tout moment » (Saemmer 2011 : 28). Les cercles sont formés par des miroirs qui s'alternent et se superposent à des visages d'hommes et de femmes (fig. 6). La tentative de produire une identification (que ces miroirs symbolisent) du public avec l'expérience vécue par la femme hypnotisée est évidente, l'œil du lecteur ou de la lectrice étant soumis à son tour à un mouvement de type circulatoire et incantatoire. La figure « stationnaire » (Saemmer 2015 : 229) est en revanche associée au moment où le médecin fait sortir la femme de l'hypnose (p. 49) : une amulette bouge régulièrement, comme une pendule, en effaçant progressivement le texte, tout comme le docteur efface de l'esprit de Mme Sablé les souvenirs de ce qu'elle a fait pendant l'hypnose. La figure d'animation « en suspension » revient vers la fin du récit à la page 81, et elle crée un autre effet signifiant suggestif. Sur le fond de la page-écran il y a un œil qui, par un mouvement circulatoire lent autour d'un axe fixe, tourne lentement de la gauche vers la droite, en fixant le lecteur (fig. 7). L'animation produit un sentiment d'inquiétante immuabilité (Saemmer 2011 : 28), intensifiée par la musique de fond, visant à rendre partageable la présence obsessionnelle du Horla vécue par le narrateur. L'« interprétation éditoriale » cristallisée par l'animation suggère ainsi que l'œil, et métonymiquement la vue, est à l'origine de la perception troublée du héros : il est donc responsable de la création malade de cet être invisible qui, s'introduisant dans l'esprit du narrateur, finit par lui faire perdre la raison et l'induire au suicide.



Fig. 6 – © *Le Horla*, L'Apprimerie, 2014.

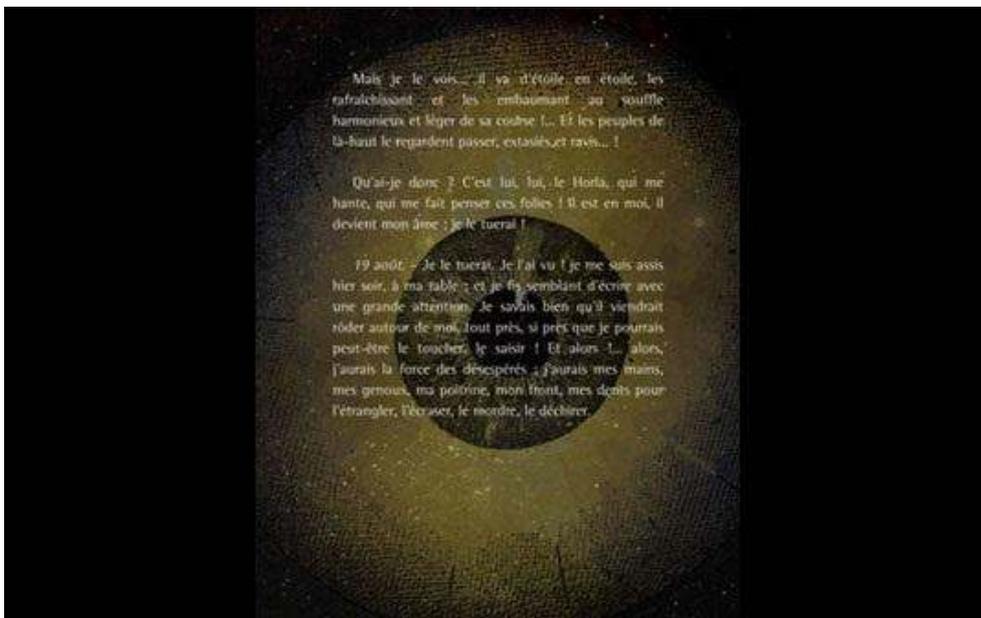


Fig. 7 – © *Le Horla*, L'Apprimerie, 2014.

- 39 Cette perception troublée du héros est spécialement mise en scène par L'Apprimerie dans deux images accompagnant le texte écrit, à la p. 61 (fig. 8) et à la p. 86 (fig. 9). Les deux taches de couleur évoquent deux planches du test de Rorschach (il y en a dix au total dans le livre interactif, et leur nombre correspond à celui des planches du test susmentionné). Or, les planches inventées par ce psychanalyste présentent dix taches de couleur qui sont proposées à la libre interprétation du patient. Les réponses fournies servent au spécialiste pour évaluer la personnalité du sujet. Les fig. 8 et 9 rappellent respectivement la première et la quatrième planche de ce test. En observant attentivement, on se rendra compte qu'à l'intérieur de la tache de la fig. 8 il est possible d'apercevoir l'œil de la fig. 7, et dans celle de la fig. 9 l'image d'une tête de mort. La dimension iconique, qui suggère encore une fois que la perception du réel du narrateur

est profondément troublée et le voue à une mort inexorable, est donc une autre forme par laquelle l'interprétation éditoriale de *L'Apprimerie* se manifeste au niveau péritextuel.



Fig. 8 – © *Le Horla*, L'Apprimerie, 2014.



Fig. 9 – © *Le Horla*, L'Apprimerie, 2014.

Conclusion

- 40 La scénographie éditoriale immersive choisie pour les deux ouvrages examinés propose une expérience de lecture engageante grâce à la forme plurisémiotique d'engendrement du sens qui résulte du geste éditorial de *L'Apprimerie*. L'*ethos* éditorial projeté au niveau péritextuel par le choix de certaines « formes-modèles » ainsi que par certains « ciné-grammes » ou « kiné-grammes » réaffirme la volonté de l'éditeur d'une

part d'inscrire ses ouvrages dans un rapport de filiation avec la tradition littéraire imprimée, d'autre part d'innover. Les discours promotionnels mis en circulation par la maison d'édition insistent par ailleurs sur le caractère inédit et immersif de la lecture sur tablette de ces classiques : cette « idéalisation » du dispositif devient une véritable stratégie marketing et un *leitmotiv* récurrent dans les épitextes éditoriaux du corpus étudié.

- 41 La méthodologie d'analyse adoptée, résultant d'une synergie inédite entre l'approche socio-pragmatique de l'analyse du discours littéraire et les recherches des spécialistes en Sciences de l'information et de la communication, a permis de rendre compte de la richesse et de la complexité signifiante des deux livres enrichis, ainsi que de leur valeur esthétique. Nous exploitons par ailleurs cette méthodologie dans une recherche en cours, portant sur un vaste corpus d'appli-livres et de livres enrichis littéraires pour enfants et jeunes adultes publiés en version bilingue français-anglais (les deux livres interactifs examinés ici, qui font partie de ce corpus, offrent eux aussi la possibilité d'une lecture bilingue). La recherche en question s'intéresse notamment aux problèmes posés par la traduction de ces nouveaux produits numériques et permet de révéler l'intérêt d'une approche qui croise les études traductologiques avec l'analyse sémio-discursive de ces nouveaux artefacts discursifs, dans le but de théoriser une traduction « éthique » de leur « icono-lettre » (Amadori 2020).
- 42 Les notions d'*ethos* et de scénographie éditoriaux, ainsi que celle d'image d'éditeur, présentées dans cette étude, se révèlent également efficaces pour comprendre par quelles stratégies discursives les *pure players* essaient de se positionner dans le champ complexe de l'édition numérique jeunesse. En effet, elles contribuent à développer une perspective d'analyse discursive pertinente pour examiner les nouvelles pratiques éditoriales renouvelant le discours littéraire pour la jeunesse dans un marché de l'édition où les rapports avec les concepteurs des logiciels et les producteurs des supports de lecture (notamment avec Apple) sont tendus. La vie éphémère et difficile des livres interactifs et des appli-livres, en dépit de leur valeur littéraire et pédagogique, confirme l'intérêt et l'urgence d'un tel horizon de recherche.

BIBLIOGRAPHIE

Amadori, Sara. 2020. « Translating the Book App's icono-letter », *Punctum. International Journal of Semiotics* 6-1, « Translation and Translatability in Intersemiotic Space », 15-38

Amadori, Sara. 2013. « Forme del discorso in circolazione e della diafonia su Youtube », *mediAzioni* XIV [En ligne] <http://www.mediazioni.sitlec.unibo.it/index.php/no-14-2013/83-articoli-2013/254-forme-del-disco-rso-in-circolazione-e-della-diafonia-suyoutube.html>

Amossy, Ruth. 2009. « La double nature de l'image d'auteur », *Argumentation et Analyse du Discours* 3 [En ligne] <http://aad.revues.org/662>

Benveniste, Émile. 2012. *Dernières leçons au Collège de France, 1968-1969* (Paris : Seuil)

- Bonhomme, Marc, Pahud, Stéphanie. 2013. « Un renouveau actuel de la rhétorique publicitaire ? », *Semen* 36 [En ligne] <http://journals.openedition.org/semen/9633>
- Bouchardon, Serge. 2014. *La valeur heuristique de la littérature numérique* (Paris : Hermann)
- Carioli, Stefania. 2018. *Narrazioni digitali nella letteratura per l'infanzia* (Milano : Franco Angeli)
- Genette, Gérard. 1987. *Seuils* (Paris : Seuil)
- Iser, Wolfgang. 1976. *L'acte de lecture. Théorie de l'effet esthétique* (Bruxelles : Mardaga)
- Jakobson, Roman. 1963. *Essais de linguistique générale. 1. Les fondations du langage* (Paris : Minuit)
- Lane, Philippe. 1991. « Seuils éditoriaux », *Espaces Temps* 47-48, 91-108
- Lekehal, Mehdi, Xavier, Maurin, Bernard, Prost. 2013. *Le Livre numérique* (Paris : Éditions du Cercle de la librairie)
- López-Muñoz, Juan Manuel. 2006. « L'auto-citation comme stratégie de persuasion à la limite de l'irresponsabilité. Etude de l'effet d'impartialité obtenu au moyen de l'effacement énonciatif dans les forums de presse », *Semen* 22 [En ligne] <https://journals.openedition.org/semen/6633>
- Maingueneau, Dominique. 2013. « Écrivain et image d'auteur », Maingueneau, Dominique, Pascale Delormas & Inger Østenstad (éds). *Se dire écrivain. Pratiques discursives de la mise en scène de soi* (Limoges : Lambert-Lucas), 13-28
- Maingueneau, Dominique. 2004. *Le Discours littéraire. Paratopie et scène d'énonciation* (Paris : Colin)
- Ouvry-Vial, Brigitte. 2007. « L'acte éditorial : vers une théorie du geste », *Communication et langages* 154, « L'énonciation éditoriale en question », 67-82
- Paveau, Marie-Anne. 2017. *L'analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques* (Paris : Hermann)
- Saemmer, Alexandra. 2015. *Rhétorique du texte numérique* (Villeurbanne : Presses de l'Enssib)
- Saemmer, Alexandra. 2011. « De la confirmation à la subversion : les figures d'animation face aux conventions du discours numérique », *Protée* 39-1, 23-36
- Souchier, Emmanuël. 2007. « Formes et pouvoirs de l'énonciation éditoriale », *Communication et langages* 154, « L'énonciation éditoriale en question », 23-38
- Tréhondart, Nolwenn. 2018. « Pratiques de conception du livre numérique enrichi : enjeux idéologiques et créatifs », *Interfaces numériques* 7-3 [En ligne] <https://doi.org/10.25965/interfaces-numeriques.3619>
- Tréhondart, Nolwenn. 2014. « Le livre numérique "augmenté" au regard du livre imprimé : positions d'acteurs et modélisations de pratiques », *Les Enjeux de l'information et de la communication* 15-2, 23-37 [En ligne] www.cain.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2014-2-page-23.htm
- Tréhondart, Nolwenn. 2013. « Le livre 'enrichi', un hypermédia en construction : Enquête sur les représentations des éditeurs », Saleh, Imad, Manuel Zacklad et al. (éds). *Pratiques et usages numériques H2PTM'13* (Paris : Hermès-Lavoisier), 175-189
- Unsworth, Len, Sumin, Zhao. 2016. « Touch design and narrative interpretation: A social semiotic approach to picture book apps », Kucirkova, Natalia & Garry Falloon (éds). *Apps, Technology and Younger Learners : International evidence for teaching* (London; New York: Routledge), 87-101

Zheng Ba, Yan Hons. 2018. *The Story, the Touchscreen and the Child : How Narrative Apps Tell Stories*, submitted in fulfilment of the requirements for the Degree of Dr Phil., School of Education, Univ. of Glasgow

Corpus étudié

Voyage au centre de la terre. 2012. Création originale de L'Apprimerie éditions interactives à partir de l'ouvrage de Jules Verne, design sonore Emmanuel Séguin, traduction anglaise par ETC collectif

Le Horla. 2014. Création originale de L'Apprimerie éditions interactives à partir de l'ouvrage de Guy de Maupassant, design sonore Emmanuel Séguin, traduction anglaise par ETC collectif

Sitographie

Site de la maison d'édition : <https://www.lapprimerie.com/>

Cheramy, Jean. 2018. « Dyspraxiatheca : des ressources pour les élèves atteints de dyspraxie. Entretien avec Julie Guillemot », *ActuaLitté* [En ligne] <https://actualitte.com/article/16323/ressources/dyspraxiatheca-des-ressources-pour-les-eleves-atteints-de-dyspraxie>

Combet, Claude. 2012. « A Montreuil, L'Apprimerie *Voyage au centre de la terre*. Rencontre avec les créateurs de l'application Voyage au centre de la terre, Julie Guillemot et Thomas Bertrand », *Livres Hebdo*, publié le 3 décembre 2012 [En ligne] <https://www.livreshebdo.fr/article/montreuil-lapprimerie-voyage-au-centre-de-la-terre>

Guillemot, Julie. 2016. « L'Apprimerie : “aller plus loin” en couplant livre papier et ebook interactif », *ActuaLitté* [En ligne] <https://www.actualitte.com/article/lecture-numerique/l-apprimerie-aller-plus-loin-en-couplant-livre-papier-et-ebook-interactif/67487>

Loiseau, Camille. 2017. « Entretien avec Julie Guillemot, Présidente de L'Apprimerie », mardi 21 novembre 2017 [En ligne] <https://www.youtube.com/watch?v=TLcGQUvoWRg>

Solym, Clément. 2016. « Retour avec L'Apprimerie sur la collection La chouette du Cinéma », *ActuaLitté* [En ligne] <https://actualitte.com/article/30904/adaptation/retour-avec-l-apprimerie-sur-la-collection-la-chouette-du-cinema>

NOTES

1. Ce type d'expérimentation, qui a eu un grand succès au début des années 2010, s'est révélé par la suite peu rentable pour les éditeurs, surtout à cause des problèmes liés à la distribution et à la conservation de ces livres numériques sur les plateformes de vente. Qu'il s'agisse de *pure players* ou de grandes maisons d'édition qui se sont ouvertes au numérique, telles que Gallimard ou Bayard jeunesse, tous ces éditeurs insistent sur les rapports difficiles avec Apple, leader dans ce marché. N'ayant pas la possibilité d'approfondir dans cette étude ces questions liées à la spécificité du marché de l'édition numérique et aux logiciels de conception de ces produits, nous renvoyons le lecteur/la lectrice intéressé(e) aux recherches de Tréhondart (2018, 2014, 2013) et de Zheng Ba (2018).

2. Nous avons choisi de parler de « réécritures numériques », et pas d'« adaptations numériques », parce que cette terminologie est cohérente avec l'idée d'une « auctorialité » éditoriale (Souhier 2007 : 30) à l'origine de la création de ces livres.

3. Le format Epub 3 est un format non-propriétaire qui repose sur le langage HTML. Il garantit aux éditeurs qui l'utilisent une plus grande liberté de commercialisation de leurs produits (Tréhondart 2018 : 679).

4. Le « paratexte éditorial », à ne pas confondre avec le « paratexte auctorial », est pour Lane « la réunion de deux types de genres du discours : le péri-texte éditorial (couvertures, jaquettes, prières d'insérer) et l'épitexte éditorial (publicités, argumentaires de catalogues, presse d'édition) » (1991 : 95). La notion de « paratexte éditorial » proposée par Lane, reprenant et développant celle qui a été élaborée par Genette (1987), sera partiellement revisitée dans cette étude, pour l'ouvrir à la spécificité numérique des deux ouvrages examinés, et tenir compte des caractéristiques particulières du marché de l'édition numérique à l'intérieur duquel L'Apprimerie opère.

5. Cette chercheuse considère le destinataire d'une œuvre de littérature numérique comme un « lecteur modèle » (selon la définition de Eco, Saemmer 2011), dont la réception sera prédéterminée par le texte lui-même et par les formes spécifiques de sa matérialité sémiotique.

6. En ce qui concerne notre corpus, l'âge de lecture conseillé par l'éditeur pour *Le Horla* est douze ans, pour *Voyage au centre de la terre* neuf ans ; iBook Store les conseille, plus génériquement, à un public de jeunes adultes.

7. « On appellera *technographisme* une production sémiotique associant texte et image dans un composite natif d'internet » (Paveau 2017 : 304).

8. <https://www.lapprimerie.com/>

9. Ce type d'« image d'éditeur » est projeté par plusieurs éditeurs qui opèrent dans le segment de l'édition littéraire numérique. Tréhondart a mené une enquête, entre 2011 et 2016, auprès d'un groupe de trente concepteurs de livres numériques enrichis (dont L'Apprimerie) à partir d'entretiens semi-directifs. En les analysant, elle a constaté que ces acteurs du marché éditorial insistent sur la nécessité de créer des produits qui, tout en innovant, instaurent un rapport de filiation avec la tradition de la littérature imprimée (2014 : en ligne).

10. Seuls deux ouvrages (examinés dans cette étude) composent cette collection, qui n'a donc pas été prolongée, peut-être pour des raisons de faible rentabilité économique. En effet, l'instabilité des dispositifs de lecture exige une reprogrammation et une mise à jour constante de ces livres enrichis, ce qui détermine des frais supplémentaires auxquels de petits éditeurs numériques tels que L'Apprimerie ne sont pas toujours prêts à faire face.

11. <https://lesapprimeurs.com/erasmus/>

12. Le choix de ce terme manifeste la volonté de l'éditeur de mettre en valeur la nature multimodale de ces produits, proches, en raison de leur mode de réception, des productions cinématographiques.

13. <https://www.lapprimerie.com/portfolio/voyage-au-centre-de-la-terre/>

14. <https://www.lapprimerie.com/portfolio/le-horla/>

15. <https://books.apple.com/fr/book/voyage-au-centre-de-la-terre/id935241675> ;

<https://books.apple.com/fr/book/le-horla/id859256249>

16. L'analyse des épitextes de notre corpus confirme qu'aujourd'hui « les publicités accordent une importance accrue à la délibération avec le public, mettant en scène des phases de 'négociation du sens' [...], la relation de confiance entre l'annonceur et les consommateurs prenant le pas sur celle de persuasion » (Bonhomme et Pahud 2013 : en ligne).

17. Pour Maingueneau, « tout discours écrit, même s'il la dénie, possède une vocalité spécifique qui permet de le rapporter à une source énonciative, à travers un ton qui atteste ce qui est dit » (2004 : 207).

RÉSUMÉS

Cette étude propose une analyse sémio-discursive des réécritures numériques de deux classiques, *Le Horla* et *Voyage au centre de la terre*, réalisées par un éditeur de littérature jeunesse français, L'Apprimerie. L'analyse des paratextes éditoriaux du corpus révèle que l'« *ethos* éditorial » projeté est celui d'un éditeur qui souhaite, d'une part, réaffirmer la filiation de ses ouvrages avec la tradition littéraire imprimée, mais qui, d'autre part, entend la renouveler en proposant à son public des expériences littéraires immersives de type nouveau. Un tel *ethos* reflète l'image de soi que l'éditeur projette dans l'espace public, et qui lui permet de se présenter comme un acteur qui, en conjuguant innovation et tradition par le biais du numérique, offre des produits inclusifs et ayant une considérable valeur esthétique et pédagogique.

This study proposes a semio-discursive analysis of two digital rewrites of literary classics, *Le Horla* and *Voyage au centre de la terre* by the French young adults' literature publisher, L'Apprimerie. The study of the paratexts of the corpus reveals that, through its "publishing *ethos*", L'Apprimerie presents itself as a publisher who wishes, on the one hand, to reaffirm the filiation of its works with the printed literary tradition, but, on the other hand, intends to renew it by offering its public new types of immersive literary experiences. Such an *ethos* reflects the publisher's self-image projected in the public space: L'Apprimerie describes itself as an actor that, by combining innovation and tradition through digital means, offers products that are inclusive and have considerable aesthetic and educational value.

INDEX

Mots-clés : édition numérique, ethos éditorial, image d'éditeur, littérature jeunesse

Keywords : digital publishing, editorial ethos, publisher's image, young adults' literature

AUTEUR

SARA AMADORI

Università degli Studi di Bergamo