

# Évolution du discours éditorial aux éditions Héritage et sa filiale, Dominique et compagnie : du destinataire au lecteur empirique

Noëlle Sorin and Patrick Hamel

Volume 11, Number 2, 2008

L'histoire et la science en littérature pour l'enfance et de jeunesse

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1017497ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1017497ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Faculté d'éducation, Université de Sherbrooke

ISSN

1911-8805 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Sorin, N. & Hamel, P. (2008). Évolution du discours éditorial aux éditions Héritage et sa filiale, Dominique et compagnie : du destinataire au lecteur empirique. *Nouveaux cahiers de la recherche en éducation*, 11(2), 131–138. <https://doi.org/10.7202/1017497ar>

Article abstract

For some decades now, publishing for young readers has depended on educational institutions. Still today, schools constitute publishers' preferred market. Present-day publishing houses seek to penetrate this market by acting in line with the principles of the cognitive psychology of reading. These same principles influence Education Ministry guidelines regarding reading. As may be seen through an analysis of the paratexts associated with the fiction published by Héritage, this firm's editorial discourse has evolved in line with advances in research on reading but also with a view to satisfying market imperatives. The influence of both these concerns transpires in the firm's editorial discourse, its orientations, the choice of texts to publish, and its representations of reading and the reader.

# Évolution du discours éditorial aux éditions Héritage et sa filiale, Dominique et compagnie : du destinataire au lecteur empirique

**Noëlle Sorin et Patrick Hamel**

Université du Québec à Trois-Rivières

## Résumé

Depuis plusieurs décennies, l'édition pour la jeunesse est dépendante de l'institution scolaire. Encore de nos jours, l'école est toujours le marché de prédilection des éditeurs. Les maisons d'édition actuelles tentent de percer ce marché en se conformant aux thèses de la psychologie cognitive de la lecture, qui, elles-mêmes influencent les instructions ministérielles en matière de lecture. Nous verrons, par l'analyse paratextuelle de la publication romanesque de la maison d'édition Héritage, que le discours éditorial de cette dernière a évolué avec les avancées en recherche sur la lecture tout en cherchant à répondre aux impératifs du marché. Ces influences conjuguées se reflètent dans le discours éditorial, ses orientations, les choix de publications, les représentations de la lecture et du lecteur de la part de l'éditeur.

## Abstract

For some decades now, publishing for young readers has depended on educational institutions. Still today, schools constitute publishers' preferred market. Present-day publishing houses seek to penetrate this market by acting in line with the principles of the cognitive psychology of reading. These same principles influence Education Ministry guidelines regarding reading. As may be seen through an analysis of the paratexts associated with the fiction published by Héritage, this firm's editorial discourse has evolved in line with advances in research on reading but also with a view to satisfying market imperatives. The influence of both these concerns transpires in the firm's editorial discourse, its orientations, the choice of texts to publish, and its representations of reading and the reader.

## 1. Introduction

Dès ses débuts, l'édition de littérature pour la jeunesse a connu un vif succès, mais elle a pris réellement son envol dans les années 1940 et 1950. En effet, durant ces deux décennies, la lecture publique s'est développée par la création de bibliothèques scolaires et municipales, par l'adoption de la Loi sur l'instruction publique et par le renouvellement des programmes d'enseignement. Cette évolution de la lecture publique a favorisé l'émergence d'une édition pour l'enfance et la jeunesse au Québec (Michon, 2004). Michon (*Ibid.*, p. 221) ajoute que «la production de livres pour la jeunesse des années 1940 et 1950 est en grande partie à la remorque des commissions scolaires qui déterminent les budgets alloués pour l'achat de livres. Les maisons d'édition créent surtout des collections pour ce marché d'où les multiples séries à contenu patriotique ou religieux.» L'édition pour la jeunesse semble donc intimement liée au monde scolaire qui représente son principal consommateur.

De nos jours, la production littéraire destinée aux jeunes lecteurs reste encore fortement dépendante de l'école. Cette dépendance se révèle principalement dans le discours éditorial des grandes maisons d'édition à travers leur production qui tente de concorder avec les instructions ministérielles en ce qui a trait à la lecture. En effet, les maisons d'édition pour la jeunesse, à la fin du XX<sup>e</sup> siècle, subissent une double influence, celle des avancées de la recherche en littérature et en lecture, qui elles-mêmes inspirent les prescriptions gouvernementales en matière de lecture, et celle des impératifs du marché (Cau, 1981). Ces influences conjuguées, imprégnant l'identité sociohistorique de ces maisons, se reflètent dans le discours éditorial, ses orientations, ses choix de publications, ses représentations de la lecture et du lecteur, etc.

La maison d'édition Héritage, à travers ses 30 ans d'existence, 7 collections pour la jeunesse et quelque 215 titres, a évolué selon cette double influence comme en témoigne l'analyse du paratexte<sup>1</sup> tiré de ces collections, à laquelle nous avons procédé. D'un discours plutôt axé sur la lecture en tant qu'habileté et voie privilégiée pour la construction d'une culture, on passe à un discours centré sur le lecteur en misant sur son plaisir, ses intérêts et ses attentes. Héritage aurait donc évolué imperceptiblement d'un éditeur culturel-économique à un éditeur psychologico-économique. Si les impératifs du marché restent inchangés, c'est-à-dire fidéliser une clientèle, l'impact éducationnel est prometteur, puisque désormais on s'intéresse plus directement au jeune lecteur.

---

1 Le paratexte engloberait le péri-texte et l'épi-texte (Genette, 1981, 1987). Sur les traces de Genette (1987),

[le] péri-texte éditorial [correspondrait à] toute cette zone du péri-texte qui se trouve sous la responsabilité directe et principale (mais non exclusive) de l'éditeur, ou peut-être, plus abstraitement, mais plus exactement, de l'édition, c'est-à-dire du fait qu'un livre est édité, et éventuellement réédité, et proposé au public sous une ou plusieurs présentations plus ou moins diverses. (p. 20)

Des éléments tels que le format, souvent lié à la collection à laquelle le texte appartient, l'indication générique, le nom du traducteur, de l'illustrateur, l'illustration, le titre de la collection et le nom du directeur de cette collection, l'adresse de l'éditeur, le logo de la maison d'édition, celui de la collection, etc., relèveraient du péri-texte, mais aussi le nom de l'auteur ou son pseudonyme, le titre de l'ouvrage, la dédicace, l'exergue ou l'épigraphe, la bibliographie de l'auteur, un résumé de l'œuvre ou un extrait, etc. L'épi-texte, quant à lui, d'un point de vue éditorial, concerne tout ce qui touche à la commercialisation: la publicité (affiches, signets, encarts dans les journaux et revues), les catalogues, la presse éditoriale, le site internet de la maison d'édition, etc.

## 2. Un éditeur culturel-économique

### 2.1 Un destinataire avec une visée économique (1975-1986)

Le paratexte est un texte en lui-même, de type incitatif (argumentatif), qui s'adresse à un double destinataire. On pourrait dire, *grosso modo*, qu'il s'adresse à l'enfant, pour l'inciter à lire le texte et à l'adulte, pour acheter le livre. Une telle conception du paratexte est directement inspirée des théories de la communication et relève avant tout de la sphère économique. Dans le monde de l'édition, elle permet aux éditeurs de répondre aux impératifs du marché.

Par ailleurs, à partir de la fin des années 1970 – les éditions Héritage sont fondées en 1975 –, cette posture va de pair avec l'approche fonctionnelle de la langue, privilégiée notamment dans le programme d'études pour le français au primaire (Gouvernement du Québec, 1979), approche issue des théories de la communication. Selon cette approche de l'enseignement de la langue, qui est restée en vigueur au Québec jusqu'en 1993, le lecteur est considéré comme un destinataire et la lecture comme un acte de communication.

Chez Héritage, l'axe économique a toujours été présent. Le paratexte des romans de leur première collection, intitulée « Pour lire avec toi » (1975-1990), démontre bien l'importance de vendre des livres. Les messages fréquents aux destinataires, l'affichage des prix littéraires, la bibliographie fermée (qui ne présente que des romans du même éditeur et de la même collection), les adaptations d'œuvres télévisuelles et le discours éditorial ne s'adressant pas aux enfants sont des preuves de cette préoccupation économique.

Au-delà de ce destinataire à visée économique, les éditions Héritage ont eu, depuis le début de leur existence, une véritable préoccupation de la lecture des jeunes, notamment avec leur intérêt marqué pour l'ouverture au patrimoine littéraire, voire culturel – et en filigrane, sa sauvegarde –, qui, dès le départ s'est instituée comme argument pour convaincre ou faire agir le destinataire. Les éditions Héritage ont donc su tout de suite jumeler le culturel à l'économique, ce qui inscrit cet éditeur sur l'axe culturel-économique selon la typologie de Cau (1981).

### 2.2 Ouverture au patrimoine littéraire

L'éditeur culturel-économique, selon Cau (*Ibid.*), se caractérise par le refus d'adhérer totalement au commercial. Sur le plan de l'image de marque, ces maisons d'édition se définissent par rapport au fait québécois. Ce type d'éditeur cherche à témoigner de l'expérience québécoise ou à en refléter la culture. Ces maisons d'édition publient généralement des ouvrages qui touchent toutes les dimensions de la vie sociale : littérature, littérature enfantine, guides pratiques, revues, etc.

Nous estimons qu'Héritage s'inscrit sur cet axe culturel-économique dès ses débuts en édition pour la jeunesse, conscient de son rôle de passeur culturel. En effet, la première collection pour la jeunesse « Pour lire avec toi » offre aux jeunes lecteurs une panoplie de contes et légendes traditionnels provenant de notre patrimoine et du patrimoine mondial. Que ce soit les contes canadiens tels que dans le recueil *Il était une fois* (Barbeau, 1976) et l'adaptation de Serge Wilson de *Ti-Jean et le gros roi* (1977) ou encore les récits traditionnels amérindiens comme *Les tours de maître Lapin*

(Warnant-Côté, 1976), nous y reconnaissons le souci de l'éditeur de faire découvrir notre culture plurielle aux jeunes lecteurs et ainsi les doter d'une identité collective.

Dans un même ordre d'idées, une deuxième collection, publiée durant la même période (1975-1982) et intitulée «Katimavik» avec, pour logo, un totem inuit, démontre l'importance de la culture autochtone dans notre patrimoine culturel. Le titre même de la collection désigne une jonction entre ces deux cultures puisque Katimavik signifie «lieu de rencontre» en inuktitook.

Par ailleurs, le désir de léguer une culture nationale ne se limite pas seulement aux récits intemporels, il s'inscrit également dans la modernité. En publiant *Alfred dans le métro* (Gagnon, 1980) et *Opération Marmotte* (Gagnon, 1984), Héritage tente de créer un sentiment d'appartenance au Québec moderne; le métro de Montréal étant un symbole marquant de la modernité de cette époque.

Héritage essaie également d'ouvrir le jeune public au patrimoine mondial à travers la lecture de récits traditionnels d'autres pays. Ainsi, l'éditeur publie deux recueils de contes étrangers, soit *Les contes du Tsar* (Tonnerova, 1979) et *Contes de bohème* (Tonnerova, 1981). À chaque fois, le paratexte campe le lieu où se déroulent ces contes aiguisant ainsi la curiosité du jeune lecteur

Cette ouverture au patrimoine culturel s'exprime enfin à travers les adaptations des classiques pour la jeunesse: *Le magicien d'Oz* a été adapté par Marie-Andrée Warnant-Côté dans *L'enchanteur du pays d'Oz* (1977) et *Pinocchio*, de Collodi, par Daniel Mativat dans *Ram, le robot* (1984).

### 2.3 Les adaptations d'émissions télévisuelles

Le souci culturel et économique de la maison d'édition va jusqu'à publier des adaptations d'émissions télévisuelles dans sa collection «Pour lire avec toi». Avec cette stratégie, l'éditeur cherche à attirer le public de la télévision vers le livre. Le paratexte indique d'ailleurs clairement que le roman est le résultat de cette transformation hypertextuelle. Par exemple, le roman *Les contes de l'arc-en-ciel* (Major, 1976) est une de ces adaptations. Ainsi, en quatrième de couverture on peut lire: «*Les contes de l'arc-en-ciel* s'inscrivent dans une longue suite de livres et d'émissions de télévision pour les jeunes». Le paratexte d'*Une fleur m'a dit* (Major, 1978) mentionne: «Durant deux saisons, Bouton d'or et Ciboulette, les deux fleurs vedettes de l'émission *Une fleur m'a dit* ont enchanté les jeunes téléspectateurs de la télé de Radio-Canada. Transformées en récits, leurs aventures continueront de charmer les enfants» (4<sup>e</sup> de couverture). Quant au paratexte du roman *Les mots... de Picotine* (Wilscam, 1980), il nous explique qui est Picotine: «Picotine, que les jeunes ont rencontrée par le truchement de la télévision, nous raconte une autre de ses aventures» (4<sup>e</sup> de couverture). Donc, la maison d'édition Héritage courtise un jeune public qui ne serait peut-être pas enclin à la lecture en adaptant des œuvres télévisuelles populaires qui lui sont destinées. S'il s'agit d'une stratégie économique afin de vendre des livres, elle parrainait également la culture télévisuelle des jeunes.

### 3. Un éditeur psychologico-économique (1986-2005)

La maison d'édition Héritage campe le rôle d'éditeur culturel-économique jusqu'au lancement de sa collection «Libellule» en 1986. À ce moment et pour le reste de son évolution, les éditions Héritage et sa filiale Dominique et compagnie deviennent un éditeur psychologico-économique, un

axe non identifié par Cau puisque celui-ci a défini sa typologie en 1981. En effet, à partir des années 1990, les éditeurs tiennent de plus en plus compte du lecteur empirique tel qu'institué notamment par les recherches en psychologie cognitive, comme nous allons le voir avec Héritage.

### 3.1 Du destinataire au lecteur empirique

Parallèlement à l'approche fonctionnelle de la langue et à une conception de la lecture en tant qu'acte de communication s'est développé tout un courant issu d'une nouvelle discipline scientifique – la psycholinguistique (Goodman, 1967 ; Goodman et Niles, 1970 ; Smith, 1971, 1973) – qui a vu le jour dans les années 1970. Ce courant, que Fayol (1992) appelle la psychologie cognitive de la lecture, s'intéresse notamment à la lecture en tant que démarche de compréhension et aux processus mentaux du lecteur. En effet, selon Chauveau (1997), « la psychologie cognitive étudie le fonctionnement mental des sujets, les opérations et stratégies cognitives mises en jeu dans l'effectuation de tâches, la résolution de problèmes » (p. 8). La psychologie cognitive de la lecture ne prendra son essor que dans les années 1990 avec Fayol (1992) et Gombert (1993), par exemple, et inspirera les programmes de français du primaire et l'enseignement de la lecture au Québec en 1993, puis celui actuellement en vigueur, le *Programme de formation de l'école québécoise* (Gouvernement du Québec, 2001) où les stratégies de lecture sont considérées comme des savoirs essentiels à développer chez l'élève.

Le lecteur n'est plus seulement un destinataire, un récepteur de message, il existe en tant que lecteur réel avec ses connaissances antérieures, ses stratégies de lecture, son affectivité. Ce lecteur, considéré sur le plan de la réalité, n'est autre que le lecteur empirique qui s'implique dans l'acte de lire avec sa subjectivité, son histoire de vie, son passé de lecture. Ce lecteur réel, c'est la personne qui lit, en chair et en os, avec ses habitudes, ses réactions, ses compétences, ses idiosyncrasies particulières. D'autres domaines de recherche se sont également intéressés au lecteur empirique. Ainsi, selon une perspective rhétorique, l'auditoire dont parle Reboul (1991) serait ce lecteur réel. D'un point de vue narratologique, le lecteur concret de Lintvelt (1981) appartient à ce type de lecteur. Pour les théoriciens de la réception, le lecteur empirique (Coste, 1980 ; Eco, 1985) correspond au lecteur dans sa réalité concrète, historique. D'après Rouxel et Langlade (2004), il est effectivement « bien présent en arrière-plan des théories de la réception, avec sa subjectivité et la singularité de sa manière de lire » (p. 11).

Nous nous sommes donc interrogés dans quelle mesure les pratiques éditoriales chez Héritage ont tenu compte de ce type de lecteur qui relève plus du domaine psychologique qu'économique. Nous avons tenté de cerner ce double pacte de lecture instauré par la maison d'édition avec, d'une part, le destinataire (l'aspect plus économique), et d'autre part, le lecteur empirique (l'aspect plus psychologique), notamment par le truchement du paratexte.

Du point de vue économique, l'établissement du pacte de lecture vient en premier de la matérialité du livre et des indications du paratexte : nom de l'auteur, titre, nom et logo de la collection, nom de l'éditeur. Le genre est également déterminant ainsi que la dédicace qui convoque un destinataire privilégié. Du point de vue psychologique, l'éditeur interpelle le lecteur empirique en lui proposant, entre autres stratégies, un résumé ou un extrait en quatrième de couverture créant chez lui des attentes. Parfois, l'éditeur s'adresse directement à lui, par l'intermédiaire de questions, par exemple, ou alors, il sollicite son intérêt, ses goûts.

### 3.2 Sur le plan économique

Deux collections correspondent *grosso modo* à cette période des années 1990, soit « Libellule » (1986-2000) et « Carrousel » (1995-1999). Ensuite, à partir l'an 2000, trois collections, « Roman rouge », « Roman bleu » et « Roman vert », voient le jour sous la filiale de la maison d'édition Héritage : Dominique et compagnie. Dans tous les cas, sur le plan économique, les nombreux rappels de la collection et de son logo démontrent que l'éditeur a la volonté évidente de fidéliser sa jeune clientèle. Les personnages sériels participent également de cet objectif. En effet, plusieurs séries sont offertes, certaines paraissant sous Héritage, puis étant rééditées par Dominique et compagnie comme « Somerset », « Léonie » ou « Chouquette », alors que d'autres plus récentes naissent avec Dominique et compagnie, telles que « Anique », « Peccadille », « Lorian Loubier », « Jomusch » et autres. Les personnages récurrents attachent le lecteur à leur destinée.

L'éditeur mise aussi sur l'évocation du titre des collections. La « Libellule » se veut légère, diaphane, rappelant peut-être la fée Clochette. Dans la culture amérindienne, la libellule symbolise la duperie des sens et elle évoque également la transformation. Ses ailes scintillantes rappellent les temps magiques et permettent de prendre conscience que ce monde n'est fait que d'une réalité apparente. Le « Carrousel », quant à lui, évoque la fête foraine, le manège de petits chevaux, la circularité, la ronde enfantine. L'aspect visuel est également exploité chez Héritage, notamment la féerie des couleurs. Ainsi, en quatrième de couverture des romans de la collection « Carrousel », nous pouvons lire : « La collection Carrousel offre de véritables minis et petits tourbillons de fantaisie sur cascades de rires et d'émotions ; des **romans tout en couleurs**<sup>2</sup> et pour tous les goûts. » Les trois collections de chez Dominique et compagnie, « Roman rouge », « Roman vert » et « Roman bleu », la division des collections étant faite selon l'âge du lecteur, jouent aussi sur l'aspect visuel. Enfin, chaque roman propose la liste des ouvrages publiés dans la même collection, une autre des stratégies pour fidéliser un lectorat. Les dédicaces peuvent, elles aussi, servir à accrocher le lecteur potentiel, surtout si elles sont d'ordre général, comme c'est la tendance chez Héritage. Voici quelques exemples : « Aux petits comme aux grands qui saluent de la main quand passe le train » (*Loulou fais ta grande*, Yvon Brochu, 1995a) ; « À tous les crocodiles à deux pattes » (*Coco à dos de croco*, Marie Cliche, 1995) ; « Aux enfants de toutes les couleurs » (*La course au bout de la Terre*, Louise-Michelle Sauriol, 1991).

### 3.3 Sur le plan psychologique

Sur le plan psychologique, les paratextes des collections à l'étude présentent plusieurs éléments qui interpellent le lecteur empirique. Ainsi, on lui promet plaisir et émotions comme dans les exemples suivants : « Un ouragan d'émotions et de rires fait trembler ta maison » (*Tantan l'ouragan*, Yvon Brochu, 1995b) ; « Tu en fais une tête ! Tu ne le crois pas ? Eh bien, lis un peu pour voir » (*Tu en fais une tête*, Reynald Cantin, 1996) ; « Attention ! Voici la plus drôle et la plus incroyable de toutes les histoires » (*Chouquette et tante Loulou*, Gilles Tibo, 1999). Les interpellations directes au lecteur empirique servent aussi à formuler des prédictions pour diriger la lecture : « Ce monstre d'où vient-il ? Qui est-il ? Pourquoi a-t-il rendu fou son chien Frisou et sa meilleure amie Marilou ? Et va-t-il rendre fou, fou, fou le monde entier ? » (*La muse de Monsieur Buse*, Yvon Brochu, 1996). Par ailleurs, tous les romans de toutes les collections à l'étude présentent un résumé de l'œuvre, en quatrième de couverture, plaçant le lecteur en expectative. Toutes ces stratégies énumérées

2 C'est nous qui soulignons.

ont pour but de faire participer le lecteur en le captivant, en attirant son attention, en piquant sa curiosité, en créant des attentes.

Par ailleurs, le genre littéraire semble déterminant pour orienter les choix de lecture. En effet, depuis les travaux de Lejeune (1975), on donnait l'importance des catégories génériques, les particularités liées au genre entraînant des pactes de lecture différents. Chez Héritage, à plusieurs reprises, le paratexte renvoie au genre. Nous n'avons qu'à penser au paratexte du roman *Marie-Louve Garou*, d'Anique Poitras, (coll. «Roman rouge», Dominique et compagnie) qui annonce : «l'auteure aborde joliment le fantastique et la mythologie [...] Un merveilleux petit suspense» (2003, rabat de la 1<sup>re</sup> de couverture). Nous pouvons aussi lire au dos du roman *L'île aux mille visages*, d'Agathe Genois, (coll. «Roman bleu», Dominique et compagnie) : *L'île aux mille visages* se taillera une place privilégiée dans le cœur des passionnés **de suspense et de mystère**<sup>3</sup>.

## 4. Conclusion

L'analyse du paratexte des romans pour la jeunesse de la maison d'édition Héritage puis de sa filiale Dominique et compagnie, nous révèle, par le discours éditorial tenu, que cette maison d'édition est passée par deux phases : d'un éditeur culturel-économique, Héritage serait devenu un éditeur psychologique-économique. Cette posture éditoriale, du point de vue économique, démontre un souci constant de rentabiliser la production littéraire en usant de diverses stratégies afin de fidéliser une clientèle. Mais au-delà de cet aspect purement économique, Héritage a d'abord eu une préoccupation culturelle pour la lecture des jeunes en leur proposant des ouvrages qui les sensibilisaient notamment au patrimoine littéraire. Puis, avec les années, influencées sans doute par les postulats de la psychologie cognitive de la lecture qui marquent le monde de l'éducation depuis la fin des années 1990, la maison d'édition Héritage et sa filiale Dominique et compagnie se sont vivement intéressées au lecteur empirique, à ses motivations, ses intérêts, ses attentes. Au-delà du consommateur, cet intérêt pour le lecteur réel est-il une façon détournée de se tailler une part du marché en courtisant ainsi le monde scolaire ? Peut-être. Sans doute même. Chose sûre, il ouvre la porte à une exploitation pédagogique des paratextes, l'émission de prédictions, la création de réseaux autour de l'auteur, du genre ou du héros sériel, étant certaines de ces avenues d'exploitation didactique. D'ailleurs, dans les catalogues de la maison d'édition, ces dernières années, on remarque un constant souci en matière de lecture scolaire avec propositions d'activités à faire en classe et fiches d'exploitation pédagogique disponibles sur internet à l'appui.

## Références bibliographiques

- Barbeau, M. (1976). *Il était une fois...* Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Brochu, Y. (1995a). *Loulou fais ta grande*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Carrousel».
- Brochu, Y. (1995b). *Tantan l'ouragan*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Carrousel».
- Brochu, Y. (1996). *La muse de Monsieur Buse*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Carrousel».
- Cantin, R. (1996). *Tu en fais une tête*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Carrousel».
- Cau, I. (1981). *L'édition au Québec de 1960 à 1977*. Québec : Ministère des Affaires culturelles.
- Chauveau, G. (1997). *Comment l'enfant devient lecteur. Pour une psychologie cognitive et culturelle de la lecture*. Paris : Retz.

---

3 C'est nous qui soulignons.



- Cliche, M. (1995). *Coco à dos de croco* Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Coste, D. (1980). Les trois conceptions du lecteur et leur contribution à une théorie du texte littéraire. *Poétiques*, 43, 354-371.
- Eco, U. (1985). *Lector in fabula ou la coopération interprétative dans les textes narratifs*. (Trad. par M. Bouzaher). Paris : Grasset et Fasquelle (1<sup>re</sup> éd. 1979).
- Fayol, M., Zager, D., Sprenger-Charolles, L., Gombert, J.-É. et Lecocq, P. (1992). *Psychologie cognitive de la lecture*. Paris : Presses universitaires de France.
- Gagnon, C. (1980). *Alfred dans le métro*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Gagnon, C. (1984). *Opération Marmotte*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Genette, G. (1981). *Palimpsestes*. Paris : Seuil.
- Genette, G. (1987). *Seuils*. Paris : Seuil.
- Genois, A. (2001). *L'île aux mille visages*. Saint-Lambert : Dominique et compagnie, coll. «Roman bleu».
- Gombert, J.E. (1993). Formalisation de la langue et manipulation de l'écrit. In J.-P. Jaffré, L. Spenger-Charolles et M. Fayol (dir.), *Les Actes de La Villette. Lecture-écriture : acquisition* (p. 241-252). Paris : Nathan.
- Goodman, K.S. (1967). Reading : A psycholinguistic guessing game. *Journal of the reading specialist*, 6, 126-135.
- Goodman, K.S. et Niles, O. (dir.) (1970). *Reading process and program*. Urbana, IL : National Council of Teachers of English.
- Gouvernement du Québec, (1979). *Programme d'études – Français – Primaire*. Québec : Ministère de l'Éducation.
- Gouvernement du Québec, (1993). *Programme d'études. Le français enseignement primaire*. Québec : Ministère de l'Éducation.
- Gouvernement du Québec (2001). *Programme de formation de l'école québécoise*. Québec : Ministère de l'Éducation.
- Lejeune, P. (1975). *Le pacte autobiographique*. Paris : Seuil.
- Lintvelt, J. (1981). *Essai de typologie narrative : le point de vue*. Paris : José Corti.
- Major, H. (1976). *Les contes de l'arc-en-ciel*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Major, H. (1978). *Une fleur m'a dit*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Mativat, D. (1984). *Ram, le robot*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Michon, J. (2004). *Histoire de l'édition littéraire au Québec au XX<sup>e</sup> siècle*. Tome 2. *Le temps des éditeurs 1940-1959*. Montréal : Fides.
- Poitras, A. (2003). *Marie-Louve Garou*. Saint-Lambert : Dominique et compagnie, coll. «Roman Rouge».
- Reboul, O. (1991). *Introduction à la rhétorique*. Paris : Presses universitaires de France.
- Rouxel, A. et G. Langlade (dir.) (2004). *Le sujet lecteur. Lecture subjective et enseignement de la littérature*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Sauriol, L.-M. (1991). *La course au bout de la Terre*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Libellule».
- Smith, F. (1971). *Understanding reading*. New York, NY : Holt, Rinehart and Winston.
- Smith, F. (dir.) (1973). *Psycholinguistic and reading*. Paris : Retz.
- Tibo, G. (1999). *Choupette et tante Loulou*. Saint-Lambert : Dominique et compagnie., coll. «Carrousel».
- Tonnerova, M. (1979). *Les contes de Tsar*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Tonnerova, M. (1981). *Contes de bohème*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Warnant-Côté, M.-A. (1976). *Les tours de maître Lapin*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Warnant-Côté, M.-A. (1977). *L'enchanteur du pays d'Oz*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Wilsam, L. (1980). *Les mots... de Picotine*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».
- Wilson, S. (1977). *Ti-Jean et le gros roi*. Saint-Lambert : Héritage, coll. «Pour lire avec toi».