

**Martin Doré**

**Stratégie d'un éditeur canadien  
dans le champ éditorial  
francophone**

Cette communication propose d'examiner les livres d'un éditeur canadien, Hurtubise HMH, produits dans le cadre de ses échanges au sein de la francophonie. Elle s'appuiera sur les théories de la circulation sociale du texte et sur les études postcoloniales pour dégager les conditions de production de livres destinés à un marché international.

Les travaux menés depuis une vingtaine d'années en histoire et sociologie du livre ont montré l'importance centrale de la fonction éditoriale dans la formation et la mise en circulation sociale des textes. Le texte soumis à l'édition atteint un lectorat dans les conditions déterminées par l'état du marché. Il est soumis à une sélection (choix des textes édités), à une production (argent investi) et à une fabrication (matérialité du livre) qui déterminent son contenu, sa forme en livre et sa circulation dans des réseaux qui lui préexistent et le conditionnent aussi, que le livre emprunte et qu'il peut éventuellement modifier.

Dans le cas qui nous intéresse, les agents qui participent à la fabrication des livres appartiennent à différents champs nationaux et au champ de la francophonie internationale. Pour comprendre les liens qui existent entre agents à l'intérieur de ce champ international, héritier notamment d'une situation historique coloniale, nous recourons à certains éléments d'une autre théorie, relative cette fois aux études postcoloniales.

En principe, les études postcoloniales examinent, dans les littératures et plus précisément les textes littéraires, les manifestations qui témoignent des rapports historiques et actuels entre cultures dominantes et cultures dominées. Elles analysent l'interpénétration des cultures du monde, certains chercheurs soulignant le changement réciproque que font subir, les uns aux autres, "dominés" et "dominants". En effet, si les premiers empruntent des formes et des contenus sociaux élaborés dans la culture des seconds, de leur côté, les "dominants" se transforment eux aussi par les images d'eux-mêmes qu'ils reçoivent de l'autre, les "dominés".

Dans cette communication, l'objet analysé relève du processus éditorial et des agents qui y participent. Considérant le livre comme le produit d'un faisceau complexe de relations, notre analyse tiendra compte des auteurs, illustrateurs, directeurs de collection, éditeur proprement dit, des lieux de décision, d'impression et de diffusion dans une perspective dynamique.