Alix Houllier
Corentin Faniel

Harry Potter décrypté par ses FANS

Les 25 ans de *Harry Potter* par deux rédacteurs de *La Gazette du sorcier*

B

Harry Potter décrypté par ses fans

Alix HOULLIER et Corentin FANIEL

Harry Potter décrypté par ses fans

Pour toute information sur notre fonds et les nouveautés dans votre domaine de spécialisation, consultez notre site web : www.deboecksuperieur.com

© De Boeck Supérieur SA,
Rue du Bosquet 7, B1348 Louvain-la-Neuve

Tous droits réservés pour tous pays.
Il est interdit, sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, de reproduire (notamment par photocopie) partiellement ou totalement le présent ouvrage, de le stocker dans une banque de données ou de le communiquer au public, sous quelque forme ou de quelque manière que ce soit.

Conception graphique (couverture) : Primo & Primo®
Conception graphique (intérieur) : Nord Compo

Dépôt légal :
Bibliothèque nationale, Paris : juin 2022
Bibliothèque royale de Belgique : 2022/13647/094
ISBN : 978-2-8073-4108-1

À tous ceux qui ont fait vivre le site gazette-du-sorcier.com
et sa communauté depuis plus de vingt ans.
Et à Christophe, qui l'a quittée trop tôt.

Sommaire

Clés de lecture 9
Ligne du temps 11
Introduction 15

PARTIE 1
UN FANDOM CRÉATIF ET NOVATEUR

CHAPITRE 1 Des fans qui font vivre la saga 23
CHAPITRE 2 Les créations de fans 43
CHAPITRE 3 L'innovation techno-magique 79

PARTIE 2
LES FANS ET LA RICHESSE DE L'ŒUVRE

CHAPITRE 1 Les théories de fans 95
CHAPITRE 2 Les fans décryptent la saga 121

PARTIE 3
HARRY POTTER :
PORTE SUR LES SUJETS DE SOCIÉTÉ

CHAPITRE 1 Féminisme, sexisme et culture du viol 153
CHAPITRE 2 La discrimination dans le monde magique 175

CHAPITRE 3 Sensationnalisme, désinformation et propagande 193
CHAPITRE 4 Les dérives du fandom 211

PARTIE 4
UN UNIVERS EN CONSTANTE EXPANSION

CHAPITRE 1 La question du canon 223
CHAPITRE 2 Le rapport des fans à l'autrice 239
CHAPITRE 3 Étendre le Monde Magique 253
CHAPITRE 4 À la recherche de Poudlard 283

Conclusion 297
Remerciements 299
Bibliographie et webographie 301
Présentation des auteurs 319

Clés de lecture

Harry Potter à l'école des sorciers = ES
Harry Potter et la Chambre des Secrets = CS
Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban = PA
Harry Potter et la Coupe de Feu = CF
Harry Potter et l'Ordre du Phénix = OP
Harry Potter et le Prince de Sang-Mêlé = PSM
Harry Potter et les Reliques de la Mort = RM
Harry Potter et l'enfant maudit = EM
Vie et habitat des animaux fantastiques = VH
Le Quidditch à travers les âges = QTA
Les Contes de Beedle le Barde = CBB
Les Animaux fantastiques (film) = AF
Les Animaux fantastiques – Les Crimes de Grindelwald (film) = CG

Ligne du temps

1997
Juin – Livre : *ES* (Royaume-Uni)

1998
Juillet – Livre : *CS* (Royaume-Uni)
Septembre – Livre : *ES* (États-Unis)
Octobre – Livre : *ES* (français)

1999
Mars – Livre : *CS* (français)
Juin – Livre : *CS* (États-Unis)
Juillet – Livre : *PA* (Royaume-Uni)
Juillet – Naissance des premiers sites de fans
Septembre – Première fanfiction *Harry Potter*
Septembre – Livre : *PA* (États-Unis)
Octobre – Livre : *PA* (français)

2000
Juillet – Livre : *CF* (anglais)
Août – Annonce du casting du premier film
Novembre – Livre : *CF* (français)

2001
Mars – Livres : *VH*, *QTA* (anglais)
Août – Livres : *VH*, *QTA* (français)
Novembre – Film : *ES*

2002
Juin – Premiers concerts de Wizard Rock
Novembre – Film : *CS*

2003
Juin – Livre : *OP* (anglais)
Décembre – Livre : *OP* (français)

2004
Mai – Film : *PA*
Mai – Lancement du site interactif jkrowling.com

2005
Création du quidditch moldu
Création de la *Harry Potter Alliance*
Juillet – Livre : *PSM* (anglais)
Octobre – Livre : *PSM* (français)
Novembre – Film : *CF*

2007
Juin – Film : *OP*
Juillet – Livre : *RM* (anglais)
Octobre – Livre : *RM* (français)

2008
Décembre – Livre : *CBB*

2009
Juillet – Film : *PSM*

2010
Juin – Ouverture de Pré-au-lard à Universal Orlando
Novembre – Film : *RM – partie 1*

2011
Juillet – annonce de Pottermore
Juillet – film : *RM – partie 2*
Août – ouverture de Pottermore (bêta)

2012
Mars – ouverture du Studio Tour à Londres
Avril – ouverture de Pottermore au public
Juillet – fermeture du site interactif jkrowling.com

Ligne du temps

2013
Septembre – Annonce saga *AF*
Décembre – Annonce *EM*

2014
Juin – Ouverture du Chemin de Traverse à Universal Orlando
Juillet – Ouverture de Pré-au-lard à Universal Osaka

2015
Juillet – Refonte de Pottermore

2016
Juin – Ouverture de Pré-au-lard à Universal Los Angeles
Juillet – *EM* : première à Londres et sortie mondiale du texte
Novembre – Film : *AF*

2018
Novembre – Film : *CG*

2019
Juin – Pottermore devient WizardingWorld.com

2020
Juin – manifeste *Terf War* de J. K. Rowling

Introduction

En février 1996, Bryony Evens, secrétaire dans la toute jeune agence littéraire Christopher Little, a le regard attiré par un dossier noir, qui tranche avec la pile des manuscrits rejetés dans laquelle il est d'ores et déjà placé. Il s'agit d'un livre pour enfants, accompagné de quelques illustrations, et l'agence n'accompagne pas la publication de tels romans. Par curiosité, elle s'empare néanmoins des trois premiers chapitres de *Harry Potter and the Philosopher's Stone,* envoyés par une certaine Joanne Rowling. Après lecture, elle attire l'attention de ses collègues sur le potentiel du texte et l'agence se procure l'intégralité du livre afin de le proposer à des éditeurs potentiels après quelques ajustements.

Après plusieurs refus, le manuscrit arrive dans les bureaux de Nigel Newton, directeur de la maison d'édition Bloomsbury, et de son département jeunesse tout nouvellement créé. Si le texte plait aux responsables du département, Barry Cunningham, Rosamund de la Hey, Janeth Hogarth et Elinor Bagenal, il faut convaincre l'ensemble des éditeurs que l'investissement en vaut la peine. Le dernier mot reviendra à Alice Newton, huit ans, la fille du directeur éditorial. Elle est la première enfant à découvrir les aventures de *Harry Potter* et n'hésite pas une seconde lorsque son père lui demande son avis : « *elle est sortie de sa chambre après une heure, rayonnante, en me disant 'Papa, c'est tellement mieux que tout'* » (Lawless, 2005).

C'est ainsi que la première fan de la saga convainc l'éditeur de se lancer dans l'aventure. Ce qui, en 1990, était une idée dans la tête d'une inconnue, secrétaire pour Amnesty International, coincée à bord d'un train en panne entre Londres et Manchester (BBC, 2001), allait, sept ans plus tard, trouver sa place dans les rayons des librairies. Le 26 juin 1997, le livre sort dans un relatif anonymat, malgré quelques critiques positives. « *C'était un livre pour enfants comme les autres. Il n'y avait rien d'exceptionnel. On ne l'avait pas mis en valeur du tout. Et ça nous a pris plus d'un mois à vendre [les] cinq livres [que nous avions reçus] ! On n'en a même pas recommandé* » explique Francis Cleverdon, directeur à l'époque de la librairie Waterstones de Hampstead (Laurens, 2017).

C'est en coulisses que les choses se jouent : J. K. Rowling a pu bénéficier d'une bourse pour finir *La Chambre des Secrets*, dont la publication est déjà prévue pour l'année suivante, et remet le manuscrit à son éditeur quelques jours après la sortie du premier tome. Une certaine Christine Baker, directrice éditoriale chez Gallimard Jeunesse exilée à Londres, entend également parler du roman. Son mari, libraire, et ses filles attirent son attention par leurs discussions enflammées sur le sujet et, après l'avoir lu à son tour, elle décide d'en acquérir les droits. « *Quand l'agent a poussé les enchères un petit peu à la hausse, et alors que je savais que Gallimard refuserait, j'ai accepté !* » (Bajos, 2018). Elle fait de la maison d'édition française la première à obtenir les droits internationaux... et juste à temps ! Car, de l'autre côté de l'Atlantique, l'éditeur Scholastic s'intéresse également à la saga pour laquelle il débourse 105 000 $, une somme encore jamais vue pour un livre pour enfant rédigé par une anonyme. Le résultat de l'enchère fait grand bruit ; la presse est fascinée par l'histoire de cette mère célibataire et sans emploi devenue, du jour au lendemain, autrice professionnelle. Les articles et les interviews se multiplient, tandis que le livre accumule les prix littéraires, dont le Smarties Award voté par les jeunes lecteurs eux-mêmes. Moins d'un an après sa sortie, en mars 1998, le premier tome s'est écoulé à 35 000 exemplaires au Royaume-Uni.

Moins d'un an après sa sortie, en mars 1998, le premier tome s'est écoulé à 35 000 exemplaires au Royaume-Uni

Personne n'imaginait, à l'époque, le phénomène que deviendrait la saga *Harry Potter*, pas même son autrice. De quelques centaines de lecteurs présents au Festival International du Livre d'Edimbourg, en août 1998, quelques semaines après la sortie de *CS*, aux 20 000 fans rassemblés le 24 octobre 2000 dans le Toronto SkyDome (Canada) pour une lecture de *La Coupe de Feu*, deux ans seulement se sont écoulés. La machine médiatique est désormais bien huilée, les sorties des livres sont de véritables événements et les droits des films ont été acquis par Warner Bros. pour porter les aventures du Survivant sur le grand écran. Tous savent que l'aventure ne fait que commencer, que sept tomes au total sont à paraître, que Harry grandira avec ses lecteurs... mais, encore aujourd'hui, personne ne sait où elle se terminera.

Si l'Histoire a retenu le nom de quelques éditeurs impliqués dans la découverte de la saga et, bien entendu, celui de J. K. Rowling, le phénomène *Harry Potter* ne peut pas se résumer à leurs choix éditoriaux. Pendant des années, les lecteurs ont contribué à enrichir son univers par leurs créations ; à le faire vivre par leurs débats ; à ancrer physiquement sa démesure dans les rues du monde entier par leur présence massive lors d'événements. Cette foule, composée de millions d'anonymes qui se surnomment

parfois *Potterheads*, a écrit, crié et même chanté son attachement aux livres, puis aux films de la saga.

Cette foule, composée de millions d'anonymes qui se surnomment parfois *Potterheads*, a écrit, crié et même chanté son attachement aux livres, puis aux films de la saga

Ensemble, ils ont façonné un univers complexe et riche, qui s'étend au-delà des pages et des écrans de cinéma, pour s'enraciner dans leur quotidien. Le monde de *Harry Potter* – aussi surnommé Monde Magique, Monde des sorciers ou, très officiellement, *Wizarding World*™ – leur a ouvert les portes d'un gigantesque terrain de jeu et de rencontres, dont ils ont collectivement repoussé les limites, sur internet, puis dans le monde physique. Cette communauté se manifeste à travers la pratique d'activités partagées, un intérêt commun pour l'œuvre de J. K. Rowling, et se caractérise par son autosuffisance depuis que les vannes de cet univers imaginaire lui ont été ouvertes.

Le terme *fandom*, littéralement « le domaine des fans », est généralement utilisé pour désigner cet ensemble de créations, de comportements et de personnes qui revendiquent leur attachement à un produit culturel tel que *Harry Potter*. Le *fandom* et l'œuvre dont il s'inspire sont étroitement liés ; ils s'étendent et grandissent, coconstruisant l'autre. Ils sont indissociables. Le fandom *Harry Potter* est donc à l'image du phénomène qui l'a nourri et qu'il a nourri : colossal. C'est un véritable continent, peuplé d'individus qui entretiennent des rapports parfois très éloignés entre eux et approchent leur passion de manière hétérogène. Certains fans adoptent une attitude plus attentiste ou « passive », spectateurs de l'incroyable univers qui se déploie sous leurs yeux, tandis que d'autres s'impliquent directement dans son développement et sa construction. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise manière de trouver sa place sur ce continent, au sein duquel viennent parfois naître de petits royaumes, communautés indépendantes qui développent leurs propres codes et habitudes autour d'épiphénomènes.

Étant donné la démesure du fandom *Harry Potter*, il est impossible d'en proposer une exploration exhaustive. Il se compose d'un patchwork d'idées, de concepts et d'œuvres auxquels ce livre tente pourtant de donner forme. C'est sur ces terres, vastes et regorgeant de trésors et d'anecdotes, rarement explorées, que nous allons nous aventurer, à la rencontre de ses bâtisseurs.

« Quand toute l'agitation et le battage s'atténueront, quand l'attention médiatique retombera, je pense qu'il deviendra évident que ce phénomène est né, en premier lieu, grâce à des enfants qui aimaient les livres. Un livre s'est trouvé sur les rayonnages, et quelques personnes l'ont apprécié. Quand les projecteurs s'éteindront et que la fumée se sera dissipée, c'est ce qu'il restera. » (J. K. Rowling à Melissa Anelli – *Harry, A History*)

PARTIE I

Un fandom créatif et novateur

Un fandom créatif et novateur

Lorsque l'on aborde le phénomène *Harry Potter*, son origine et son succès, la plupart se concentre sur la stratégie marketing impressionnante mise en place par Bloomsbury (éditeur britannique), Scholastic (éditeur américain) et, plus tard, par Warner Bros. Si les premières opérations de communication sont plutôt discrètes, axées sur des prix littéraires décernés par les enfants ou la critique, la machine se met véritablement en route à la sortie du *Prisonnier d'Azkaban* au Royaume-Uni. Pour la première fois, l'éditeur britannique fixe une date et une heure de sortie précises (le 8 juillet 1999, à 15 h 45), ce qui permet notamment à la presse de publier, dès le lendemain, des photos de files devant les librairies. Cette illustration – « *les enfants attendent ce livre avec tellement d'impatience !* » – met en lumière l'ampleur du phénomène de manière très parlante.

La suite, tout le monde la connaît : des sorties fixées à minuit pour chacun des livres suivants, et le même jour dans tous les pays anglophones pour éviter les exports. En effet, jusqu'à la sortie de *Harry Potter et la Coupe de Feu*, les fans nord-américains pouvaient se procurer le livre en l'important depuis le Royaume-Uni avant la sortie américaine, ce qui ne plaisait pas aux libraires basés au Canada et aux États-Unis. Ces sorties simultanées s'accompagnent d'embargos stricts ; de mesures de sécurité renforcées autour de l'impression et de la livraison des livres ; mais aussi d'événements connus désormais sous le nom de « *Queue party* » (fête de file), lors desquels libraires et éditeurs proposaient des animations aux fans venus attendre la sortie du livre.

Bloomsbury investit deux millions de livres sterling dans une campagne de communication qui ne dévoile jamais le titre du livre !

Pour entretenir l'enthousiasme, les éditeurs déploient de grandes campagnes d'affichage en amont de la sortie des livres. Le mystère est la clé de leur stratégie : pour le quatrième tome, Bloomsbury investit plus de deux millions de livres sterling dans une campagne de communication qui ne dévoile jamais le titre du livre ! Les affiches indiquent simplement « *Harry is back !* » (Harry est de retour) ou parlent du « *quatrième Harry Potter* ». Contrairement aux tomes précédents, aucune copie n'est fournie à la presse avant la date de parution. Si la stratégie évolue par la suite avec un titre dévoilé en amont du lancement, la confidentialité restera le maître mot pour faire monter la sauce. Quelques indices seront stratégiquement distillés – un titre, une image, quelques mots-clés, un paragraphe... – pour faire parler les fans.

Et c'est ici que, souvent, un grand pan de l'histoire de la Pottermania s'efface devant les chiffres astronomiques. Ventes et dépenses marketing apparaissent comme

une recette miracle, qui garantit le succès des livres. Pourtant, la formule n'est pas si simple. Si les choix stratégiques des éditeurs ont permis d'amplifier le phénomène d'attente, aucun mystère ne fonctionne sans personne pour chercher à le résoudre. Les fans, en quête du moindre indice, cherchent à agréger leurs découvertes mais aussi à partager le fruit de leur réflexion. Ils se tournent alors vers un outil de plus en plus populaire : le World Wide Web.

CHAPITRE 1

Des fans qui font vivre la saga

Le concept de fandom existait déjà avant *Harry Potter*. Souvent, les experts associent le premier fandom à Arthur Conan Doyle et *Sherlock Holmes*. Lorsque l'auteur décide, en 1893, de tuer son détective dans *Le Dernier Problème*, le journal dans lequel il publie ses nouvelles, *The Strand Magazine*, se trouve inondé de lettres de lecteurs mécontents. 20 000 abonnements auraient alors été interrompus. De consommateurs, les fans deviennent acteurs des univers dans lesquels leurs personnages préférés évoluent : les fanzines (magazines créés par les fans dédiés à leur sujet de prédilection) succèdent aux courriers des lecteurs, avant de basculer en ligne. De nouveaux formats voient le jour avec la fanfiction (histoire rédigée par les fans au sein de l'univers ou avec les personnages d'une histoire originale) qui permet de proposer sa propre interprétation ou de développer une tangente narrative. Mais, à l'aube des années 2000, avec l'arrivée d'internet, les fans disposent de nouveaux outils pour faire entendre leur voix.

Entre 1999 et 2000, le nombre de foyers connectés à internet dans le monde explose. Au Royaume-Uni, il double ; passant de 13 % à 25 % des foyers connectés. Il atteint 36 % l'année suivante et grimpe jusqu'à 46 % en 2003, année de la publication de *Harry Potter et l'Ordre du Phénix (OP)* (Statista, 2021a). Aux États-Unis, deuxième marché clé pour la saga, le taux de pénétration d'internet est passé de 18 % en 1997 à 41 % en 2000, et plus de 50 % des foyers sont connectés en 2003 (Statista, 2021b). Enfin, en France, on compte 3,1 millions de foyers connectés à la fin de l'année 2000, contre 1,4 million l'année précédente. Ils étaient plus de deux fois plus nombreux (6,8 millions) trois ans plus tard. Cette coïncidence entre la démocratisation du World Wide Web et la parution de *Harry Potter* aura un impact considérable sur le phénomène. Premier fandom né dans l'univers digital, la communauté de fans de *Harry Potter* va en effet définir les standards de la pratique et amplifier la portée numérique du Monde Magique en plus de lui permettre de subsister lors des années creuses.

Sur le net américain

LES PREMIERS SITES DE FANS

C'est ainsi en 1999 que les premiers sites de fans de *Harry Potter* (*fansites*) émergent. Sur un web grand public très jeune, ces sites amateurs sont souvent codés à la sueur de leur front par des débutants ; les possibilités d'interactions sont limitées, mais elles existent déjà, notamment sous forme de commentaires sous les articles, parfois envoyés par mail avant d'être ajoutés manuellement par les administrateurs des sites !

Harry Potter's Realm of Wizardry (surnommé *The Realm*) est l'un des premiers exemples connus, et il reste accessible, bien qu'inactif, à l'heure actuelle. Fondé « le 15 ou le 16 juillet » de cette année-là, le site est un parfait exemple du contenu de l'époque : il propose des fiches sur certains personnages, lieux, ou créatures, mais héberge aussi des créations de fans. Fanarts, fanfictions et lettres ouvertes sont publiés en parallèle des contenus officiels. Des critiques des livres côtoient des textes argumentés défendant que le père de Harry est en vie, que la saga *Harry Potter* ne devrait pas être réduite à un livre pour enfants, ainsi que des « râleries » (« *rants* » en version originale) contre les stéréotypes des maisons. L'une des rubriques les plus intéressantes, pour les curieux, liste les « rumeurs » autour des parutions à venir... en parallèle de « fausses rumeurs », qui se veulent parfaitement fantaisistes, commentées par la webmestre ! Bien qu'il soit ouvert à des contributeurs externes, le site reste très personnel, avec une rédaction à la première personne, de nombreuses tangentes et des commentaires teintés d'autodérision.

C'est à la même époque qu'apparaît *The Unofficial Harry Potter Fan Club*. Son fonctionnement est similaire, bien que le site propose également ce qui s'approche d'un « Poudlard interactif ». Pendant une période, les internautes pouvaient ainsi y consulter des cours d'arithmancie et se faire répartir dans leurs maisons. En l'absence d'automatisation, la fondatrice, Jenna Robertson, affirme avoir réparti à la main 8 000 fans et avoir été obligée de s'arrêter face à la demande. « *J'ai reçu des requêtes de 15 000 personnes de plus. Je passais plus de 8 heures par jour à répartir du monde et j'ai plusieurs semaines de retard. Ce n'est plus possible, étant donné la taille du site.* » (Geocities.com, 2000). On y trouvait également des quiz, des idées pour organiser des fêtes à thème et même une proposition pour adapter le Quidditch aux Moldus ! Les rubriques « rumeurs » mais aussi « erreurs », qui décortiquent les livres déjà parus, étaient bien entendu de la partie.

LE *LEXICON* EN LIGNE

Quelques semaines plus tard, le 17 septembre 1999, le club Yahoo ! *HPforGrownups* (*Harry Potter pour les adultes*, connu sous les initiales *HP4GU*) voit le jour et permet aux fans d'échanger via une liste de distribution. Cette communauté est considérée comme une pierre angulaire du fandom *Harry Potter*, car de nombreuses théories y sont discutées plus en détails. L'un de ses membres, un bibliothécaire du nom de Steve Vander Ark, fondera quelques mois plus tard, en juillet 2000, le site *Harry Potter Lexicon*, une encyclopédie en ligne sur le monde magique proposant également essais et analyses. Passionné de classements, de fiches et de registres, Vander Ark répertorie une quantité incroyable d'informations, qui permettent d'établir des liens et de relever des détails, tels que la mention de Sirius Black dès le premier chapitre du premier tome. J. K. Rowling reconnaîtra, quelques années plus tard, s'être elle-même servie du *Harry Potter Lexicon* pour ne pas commettre d'erreurs : « *Il m'est arrivé de me glisser dans un cybercafé lorsque j'écrivais afin de vérifier une information, plutôt que de me rendre dans une librairie pour y consulter un tome de Harry Potter (ce qui aurait été embarrassant)* ». Elle décrira le site comme « *destiné aux personnes obsessives ; mon habitat naturel* » (J. K. Rowling, 2004). Ses éditeurs se sont également servis du site, notamment avant la sortie du *Prince de Sang-Mêlé* (*PSM*), comme l'indique un mail de Cheryl Klein, éditrice chez Scholastic.

L'importance et l'impact du *Lexicon* ne s'arrêtent pas là. C'est à Vander Ark que Warner Bros. doit la temporalité de la saga, puisqu'il est le premier à retracer la chronologie des événements avant qu'elle ne soit confirmée par l'autrice, et c'est sur la base de son analyse que le studio peut intégrer une ligne du temps aux bonus du deuxième film. Selon le bibliothécaire, David Heyman, producteur de la saga, lui aurait confié que le studio faisait quotidiennement appel au *Lexicon* pour ne pas commettre d'erreur dans les films (Vander Ark, 2014). Les locaux de Electronic Arts, éditeur des premiers jeux vidéo de cet univers, auraient, à l'époque, également été tapissés de pages du site imprimées. C'est dire à quel point la passion de certains fans et l'usage d'internet a joué un rôle dans la création même de l'univers du jeune sorcier. Malheureusement, le *Lexicon* est également à l'origine de l'un des premiers schismes du fandom et d'un tournant dans le rapport entre l'autrice et les fans, sur lequel nous reviendrons par la suite (cf. Partie 4.2).

MUGGLENET.COM ET *THE LEAKY CAULDRON*

À la fin de l'année 1999, le site qui deviendra « *le premier site de fan* » dans le monde voit le jour à son tour. *MuggleNet.com* est, encore aujourd'hui, l'un des moteurs de la communauté internationale. Fondé par Emerson Spartz, un écolier de 12 ans, *MuggleNet* s'est rapidement distingué par un contenu très complet et une interface simple à naviguer par rapport à d'autres sites de l'époque. Scolarisé à domicile, Spartz bénéficiait d'une certaine liberté pour consacrer du temps à sa passion et a développé très vite un esprit d'entrepreneur. La popularité de son site le propulse aux premières loges du fandom, lui ouvrant même les portes de la maison de J. K. Rowling, qu'il interviewe chez elle en 2005, pour la sortie du livre *PSM*.

Enfin, le tableau du fandom anglophone ne serait pas complet sans mentionner *The-leaky-cauldron.org (TLC)*, né quelques mois après *MuggleNet*, dans le courant de l'année 2000. À son tour, ce site marquera le fandom, en étant l'un des premiers à proposer des contenus exclusifs, issus d'échanges menés directement avec les ayants-droits de la franchise (d'abord Scholastic, puis Warner Bros.). Bien que le site ait été fondé par Kevin C. Murphy, c'est en 2001, sous l'impulsion de Melissa Anelli, récemment diplômée en littérature, que le site prend son envol. Éditrice du journal universitaire local, Anelli amène un bagage journalistique et une connaissance de la mécanique du milieu. Elle identifie les contacts potentiels et n'hésite pas à poser des questions directement à l'éditeur américain de la saga. Alors que les autres fansites reprennent les informations de médias professionnels, *TLC* les vérifie, les confirme ou les enrichit avec ses propres sources. La ténacité dont fait preuve Anelli pour dissiper les rumeurs qui courent sur les films, les tournages et les acteurs lui permet de se faire des alliés chez Warner Bros. Grâce à ces contacts, le site sera le premier à être convié lors d'une avant-première d'un film *Harry Potter*, et même à visiter le plateau de tournage.

Si *TLC* est également parvenu à s'imposer comme un contact privilégié, c'est grâce à une autre qualité qui le distinguait des médias traditionnels : son respect des acteurs et membres de l'équipe impliqués dans la publication des livres et le tournage des films. Dans son livre *Harry : A History*, Melissa Anelli partage notamment une anecdote concernant sa première rencontre avec Daniel Radcliffe. Alors employée chez MTV Networks' Pages Online, site américain dont les bureaux sont situés dans le même bâtiment que la chaîne de télévision MTV, Anelli apprend que l'acteur principal de la saga, alors âgé de 13 ans, est présent pour le tournage d'une émission. La journaliste négocie pour échanger quelques mots avec Daniel Radcliffe dans sa loge, où elle se présente comme travaillant pour *TLC*. À ce

moment-là, le père de Radcliffe, présent dans la pièce, l'accueille avec un sourire rayonnant : « *Merci ! Merci à vous de traiter mon fils avec respect ! Vous faites un travail incroyable !* ». Et le jeune acteur de confirmer les dires de son père. Car, là où, très tôt, la presse people s'est emparée de la vie privée des jeunes stars, la bienveillance de la communauté a permis de tisser des liens de confiance qui n'auraient pu aussi facilement naître avec des journalistes de médias traditionnels. On oublie parfois que les acteurs étaient eux aussi des fans ; leur permettre de se sentir en sécurité au sein même du fandom, dans un rapport égalitaire, n'était pas un acte anodin.

On oublie parfois que les acteurs étaient eux aussi des fans ; leur permettre de se sentir en sécurité au sein même du fandom, dans un rapport égalitaire, n'est pas un acte anodin

L'histoire ne s'arrête pas là, bien entendu. En décembre 2002, une carte postale sur laquelle J. K. Rowling avait inscrit 93 mots de sa main concernant l'intrigue de *L'Ordre du Phénix*, à paraître quelques mois plus tard, est vendue aux enchères. Cette annonce est l'occasion pour les fans de démontrer leur force. La mise à prix étant de 5 000 $, Melissa Anelli décide de mobiliser sa communauté afin d'enchérir au nom des fans. L'idée étant de s'assurer que le contenu soit publié sur internet, accessible à tous, et ne finisse pas dans une collection privée à l'abri des regards. En quelques jours, grâce à un important battage médiatique, le site collecte 24 000 $. Malheureusement, en quelques minutes, l'enchère atteint 44 000 $, près de deux fois la cagnotte des fans. Le contenu est toujours un secret aujourd'hui et le restera peut-être encore de longues années. La somme collectée par *TLC* est reversée à l'association Book Aid International, déjà bénéficiaire de l'enchère.

Ce fait d'armes amplifie considérablement la notoriété de *TLC*, qui devient une référence pour les médias, en plus d'attirer l'attention de J. K. Rowling elle-même. Quelques mois plus tard, en 2003, lors du grand événement de lancement pour *Harry Potter et l'Ordre du Phénix* à Londres, l'autrice dédicace le livre de Melissa Anelli par ces mots « *J'adore The Leaky Cauldron !* » après s'être jetée au cou de la journaliste. Avec plusieurs interviews exclusives de l'autrice à son actif, dont celle menée à son domicile en 2005 conjointement avec *MuggleNet*, il est indéniable que *TLC* a contribué à changer le rapport entre la communauté des fans et les ayants-droits.

PotterWar : le premier conflit avec Warner Bros

Tout ne partait pourtant pas sur un bon pied. Lorsque Warner Bros. acquiert les droits de la saga, la prolifération de fansites s'appropriant des noms de domaine en lien avec *Harry Potter* les inquiète. Avec l'aval de J. K. Rowling (Anelli, 2008), le studio lance, à la fin de l'année 2000, des démarches pour essayer de « recadrer » les fans. Cette opération prend la forme de centaines de mises en demeure, adressées à des webmasters parfois âgés d'à peine 12 ans, les informant qu'ils enfreignent la loi et les menaçant de poursuites si les noms de domaine ne sont pas immédiatement abandonnés. Le vocabulaire utilisé, qui laissait à certains penser que leur idole, J. K. Rowling elle-même, leur en voulait personnellement, était complètement inadapté au public ciblé par ces courriers.

Plusieurs webmasters montent alors au créneau, soit en leur nom propre, soit en celui de plus jeunes fans. Heather Lawver, 16 ans, administratrice de *The Daily Prophet*, prend la défense de la jeune Lyndsay Warde, 12 ans, dont le site *BestHogwarts.com* est menacé. De son côté, Claire Field, 15 ans, une autre webmastrice visée pour son site *HarryPotterGuide.co.uk*, s'attache les services d'un avocat. Très vite, le grand public se range de leur côté et la pression s'intensifie. Un activiste britannique, Alastair Alexander, crée le site *PotterWar.org.uk* pour mobiliser les troupes et médiatiser la situation. Avec l'aide de Heather, Alastair invite au boycott de tous les produits officiels (en dehors des livres) et à acheter autant de noms de domaine que possibles liés à *Harry Potter*. La presse s'empare du sujet ; dans le monde entier, les médias parlent de *PotterWar*, le site qui milite pour protéger les enfants de la menace de Warner Bros.

Dans le monde entier, les médias parlent de *PotterWar*, le site qui milite pour protéger les enfants de la menace de Warner Bros

Le mouvement prend racine, au point que certains revendeurs supplient les instigateurs de cesser leur campagne, car ils ont du mal à écouler leur stock de produits dérivés. Diane Nelson, vice-présidente de Warner Bros. à l'époque, semble préparer le terrain pour lancer un procès en diffamation à l'encontre de Heather Lawver (Lawver, 2014). Dans un email, elle indique que Warner Bros. n'aurait menacé aucun enfant ; qu'il s'agissait d'un simple malentendu... mais que, en affirmant le contraire, Heather et Alastair causent des pertes financières significatives au studio et ses partenaires. Ce courrier déclenche de nouveaux articles de presse, toujours défavorables à l'entreprise.

Face à la pression médiatique, les procédures entamées par Warner Bros. sont progressivement abandonnées. Claire Field, dont le nom de domaine avait été saisi, récupère ses accès, comme des dizaines d'autres jeunes fans. Bien que tous les sites mis en demeure par Warner Bros. n'aient pas obtenu gain de cause, *PotterWar* rend les armes après six mois d'emails et d'affrontements médiatiques. Heather, porte-parole du mouvement et incarnation pour la presse de la jeune fan innocente qui se révolte contre une entreprise destructrice, doit se retirer. Souffrant d'ostéomyélite, elle perd ses capacités motrices et l'usage de la parole. Elle ne peut donc plus assurer les interviews nécessaires pour maintenir la pression sur Warner Bros. Elle guérira cependant quelques mois plus tard, presque miraculeusement.

Du côté de Warner Bros., l'approche a drastiquement évolué. Le studio a présenté ses excuses pour ses démarches « *naïves* » et maladroites (Anelli, 2008). Les conséquences de la « PotterWar » résonnent encore aujourd'hui ; cet épisode a durablement altéré la manière d'approcher les sites de fans et de les encadrer, bien au-delà du fandom *Harry Potter*. Il fait même office de jurisprudence en la matière et laisse des traces encore visibles à l'heure actuelle. C'est en effet depuis cette époque que sont apparus systématiquement les courts textes légaux rappelant l'absence de lien officiel entre les ayants-droits et chaque site de fan.

Le long été du fandom

Les fans américains et britanniques ne sont pas les seuls à faire du bruit sur la toile. Né quelques semaines après *TLC*, le site francophone *gazette-du-sorcier.com* (*GDS*) est mis en ligne le 22 juillet 2000. Avec d'autres sites aujourd'hui oubliés, tels que *Cornedrue.com* ou *mondeharrypotter.free.fr*, il forme alors l'avant-garde du fandom en France. L'adresse du site est renseignée dans des journaux tels que *Science & Vie Junior*, *Okapi* ou *Mon Quotidien* dès la fin de l'année, parfois aux côtés du site officiel de Gallimard Jeunesse.

À cette époque, l'effervescence est à son comble. Si les fans anglophones découvrent tout juste *CF*, la traduction française est prévue pour le 29 novembre. Il reste 5 mois d'attente insoutenable pour ceux qui ne maîtrisent pas la langue de Shakespeare. Dans le même temps, le premier film inspiré de la saga est annoncé et le tournage doit bientôt débuter. Les fans ont donc de nombreuses actualités à se mettre sous la dent. Ils guettent les annonces officielles concernant le casting, tandis que d'autres s'impatientent de pouvoir lire ce quatrième tome déjà disponible dans certains pays.

Les sites francophones jouent alors un rôle différent des sites anglophones. Ils font office de passeurs, en plus d'animer la communauté. Ils traduisent les interviews de J. K. Rowling, établissent des glossaires pour permettre aux fans de se lancer dans la lecture des tomes en anglais, et relayent les théories qui prennent vie à travers le monde. En octobre 2000, lors d'une interview accordée au *Today Show* durant sa tournée médiatique américaine, l'autrice dévoile ainsi que le prochain tome s'appellera « probablement » *L'Ordre du Phénix*. Une telle déclaration génère inévitablement de nouveaux débats : qui fait partie de cet Ordre ? Quel est-il ? Si les anglophones ont déjà pu lire *CF*, cette information est divulguée alors que le livre n'est pas encore disponible en France ! Les fans francophones approchent l'annonce très différemment, car ils ne disposent pas de tous les éléments. Ils découvrent également le nouveau livre en disposant d'une information complémentaire dès leur première lecture.

L'attente entre la sortie du quatrième et du cinquième tome poussera le fandom à acquérir une dimension nouvelle. Cette période est connue comme « L'été de trois ans » (*Three-year summer*). En effet, trois années s'écoulent entre la parution des deux livres. Bien qu'un certain nombre d'actualités viennent rythmer ce laps de temps, dont les sorties des deux premiers films et des premiers livres de La Bibliothèque de Poudlard – *Vie et habitat des animaux fantastiques (VH)*, un bestiaire du monde magique, et *Le Quidditch à travers les âges (QTA)*, un livre sur l'histoire du Quidditch – il n'y a que très peu de nouveau contenu pour les fans. C'est à eux d'entretenir au quotidien le débat autour de l'univers de *Harry Potter*. Ils laissent libre cours à leur créativité, générant des discussions qui s'affranchissent des contenus officiels : sites de jeux de rôle, fanfictions, Wizard Rock... (cf. Partie 1.2)

C'est aux fans d'entretenir au quotidien le débat autour de l'univers de *Harry Potter*

Toute cette activité parallèle entretient la passion des fans. Elle les pousse à lire et relire les livres, en quête de détails qui leur auraient échappé, pour vérifier les hypothèses ou critiquer la concordance avec les films. Les fansites prolongent le débat bien au-delà de la relativement courte campagne marketing des éditeurs. Plus encore, ils l'amplifient fortement, comme ce fut le cas en décembre 2002, avec la carte postale de 93 mots de J. K. Rowling et l'opération de *TLC*. Dans les médias, ces communautés se font porte-parole du fandom ; interviewées lors des grands temps forts de communication pour commenter l'actualité, elles offrent aux journalistes des angles plus nombreux pour aborder leur sujet et nourrir la couverture à l'approche de chaque nouveauté. C'est une relation symbiotique, qui s'illustrera parfaitement par la suite, lors des sorties de chaque tome. Les sites de

25 ans depuis la publication du 1er tome de *Harry Potter* ! Plongez dans une exploration fascinante de *Harry Potter*, à travers l'histoire de sa communauté de fans.

En juin 1997, *Harry Potter à l'école des sorciers* débarquait dans les librairies britanniques. Depuis, cette saga, devenue l'une des plus célèbres et plus aimées du monde, a conquis les librairies, les cinémas, le théâtre, en plus d'être omniprésente dans les médias. Par quel enchantement le premier roman d'une autrice inconnue se transforme-t-il en phénomène de société, vendu à plus de 500 millions d'exemplaires ?

Derrière les chiffres mirobolants se cache une autre magie : celle d'une communauté de fans à la créativité débordante. Cet ouvrage plonge dans les archives du fandom *Harry Potter* et révèle toute sa richesse : des fanfictions aux théories, en passant par les innovations technologiques et les questions de société. Il décrypte comment les *potterheads* ont intégré la saga à leur quotidien, se sont construits avec elle, et contribué à son succès.

Aucune histoire ne peut vivre si personne n'est là pour l'écouter. Voici l'histoire de ceux qui ont façonné la Pottermania.

19,90 euros
ISBN : 978-2-8073-4108-1

deboeck SUPÉRIEUR

www.deboecksuperieur.com

Conception graphique : Primo&Primo®