

Québec français



L'Édition québécoise pour la jeunesse Un marché particulier

Flore Gervais

Number 81, Winter 1991

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/44858ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Publications Québec français

ISSN

0316-2052 (print)

1923-5119 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Gervais, F. (1991). L'Édition québécoise pour la jeunesse : un marché particulier. *Québec français*, (81), 40–43.

L'Édition québécoise pour la jeunesse : un marché particulier

Flore GERVAIS

Depuis dix ans, le nombre des éditeurs pour la jeunesse a plus que doublé au Québec. Quels types de marché exploitent-ils ? Qu'en est-il de leurs politiques éditoriales ? Ont-elles évolué depuis 1979 ?

Une enquête que j'ai effectuée auprès de 14 éditeurs pour la jeunesse (1) nous fournit quelques éléments de réponses à ces questions. Voici ceux que j'ai retenus.

Quatre types de marchés

Dans l'édition québécoise pour la jeunesse, il est possible d'identifier quatre types de marchés. Les éditeurs choisissent d'en exploiter indifféremment un ou plusieurs. voyons en quoi consistent ces types de marché.

Le marché familial traditionnel

Une première catégorie d'éditeurs vise l'épanouissement affectif et intellectuel de l'enfant par la lecture de loisir, dans le cadre familial. C'est dire qu'ils ne publient pas d'ouvrages scolaires. Leur maison édite surtout des albums (c'est-à-dire des livres d'images avec ou sans texte), des romans, mais aussi des recueils de comptines, des documentaires à visée informative (leçons de choses) et des revues.

Le marché scolaire traditionnel

Bien entendu, il y a, au Québec, des éditeurs qui visent le développement de connaissances et d'habiletés dans le cadre des programmes scolaires. Ils publient donc exclusivement des manuels scolaires : livres de lecture, guides, cahiers d'exercices.

Le marché mixte traditionnel

Une autre catégorie de maisons d'édition chevauche les deux types de marché précédents. Ces maisons publient des types d'ouvrages variés qui vont des albums aux bandes

dessinées en passant par les cahiers d'exercices et les manuels de lecture.

Le marché mixte nouveau

Une quatrième classe d'éditeurs rejoint autant les écoles que les parents. Ceux-là veulent informer ou éduquer l'enfant, dans le cadre familial ou scolaire, mais en dehors des programmes scolaires. Ces éditeurs visent à développer chez l'enfant des comportements sociaux (comme celui de la protection de l'environnement) ou des attitudes face à des phénomènes culturels (comme le goût pour l'expression artistique). Ces maisons publient principalement des documentaires et des jeux éducatifs.

Des albums surtout

Malgré la spécificité de ces marchés et la nécessité, quant au contenu des livres, de soumettre parfois leurs décisions à des instances extérieures comme le milieu scolaire, les éditeurs sont, en grande partie, influencés par leurs propres orientations. Ainsi il est facile de constater que les éditeurs québécois privilégient l'album à tout autre genre littéraire. En effet, le livre d'images, avec ou sans texte, semble, si on y inclut le conte, le genre le plus fréquemment publié par l'ensemble des maisons d'édition québécoises pour la jeunesse. Il est suivi d'assez loin par le roman, la poésie et le livre scolaire.

Puis apparaissent dans l'ordre, le documentaire, la bande dessinée, la revue et le livre-jeu. Même si le documentaire et la revue ne se situent pas à la fin de la liste des productions, il est déplorable qu'ils ne soient pas plus exploités. Car, - l'observation le montre - c'est précisément dans ce secteur que les besoins dépassent l'offre. Le domaine informatif est exigeant, il faut l'avouer, mais combien précieux dans le développement de l'enfant.

À cause de leur sous-exploitation, ces catégories

d'ouvrages profitent de créneaux et de filons facilement identifiables et encore passablement disponibles le marché. Avis aux intéressés !

Valeurs pédagogiques d'une époque et valeur commerciale

Depuis dix ans les maisons d'édition québécoises pour la jeunesse ont-elles changé ?

Du strict point de vue du marché, la réponse à cette question est affirmative. Plus de la moitié des éditeurs interrogés affirment que leur tirage n'a jamais été aussi élevé qu'au moment de l'enquête, en 1989. Du point de vue des politiques éditoriales, ou des valeurs qui amèneront les éditeurs pour la jeunesse à publier un manuscrit plutôt qu'un autre ou à lancer une collection plutôt qu'une autre, la réponse semble cependant plus complexe. De prime abord, il ne faut pas croire à la pure gratuité de tels choix de leur part. Car le livre pour la jeunesse est avant tout un marché d'adultes. En effet, des derniers - et rarement les enfants - sont les premiers consommateurs du livre de jeunesse ; ce sont eux qui généralement paient pour le livre de leur enfant et le choisissent. Et si, pour ce qui est du contenu des livres, les éditeurs sont, en grande partie, influencés par leurs propres orientations, ils le sont aussi par les attitudes et les attentes manifestées par certaines classes d'adultes quant à la littérature de jeunesse dans le Québec aujourd'hui.

Il faut noter que les préoccupations commerciales se manifesteront différemment selon des éditeurs. D'une part, il y a les éditeurs qui ne croient pas profitable de changer leurs politiques. Ce sont tantôt des maisons plus anciennes qui tiennent encore soit un bon filon, soit une bonne image de marque, tantôt des maisons dont la majeure partie de la production vise le marché scolaire et qui par conséquent dépendent des programmes du MÉQ.

D'autre part, il y a les éditeurs qui croient bon de

«bouger», ceux pour qui le changement et la recherche demeurent un mot d'ordre. Tout en progressant à une vitesse de croisière enviable, ceux-là trouvent important d'élargir leur clientèle en diversifiant leur production. Les uns viseront de nouvelles tranches d'âge à l'intérieur d'un même genre de roman, les autres amorceront la publication de genres encore peu exploités comme le livre-jeux, la revue ou le périodique.

Ces mêmes éditeurs identifient de nouvelles préoccupations de l'adulte par rapport à l'enfant : les unes plus étroitement liées à la conjoncture socio-politique du Québec, les autres relevant de façon plus générale des conceptions de l'enfance «à la mode». Et c'est en s'appropriant ces préoccupations qu'ils envisagent de nouvelles orientations et dotent leurs productions de nouvelles valeurs.

Valeurs issues d'une conjoncture socio-politique

Parmi ces valeurs, il y a d'abord l'intérêt croissant des éditeurs pour la lisibilité. Ce facteur occupe de plus en plus de place dans la recherche en littérature de jeunesse (2) et les éditeurs québécois y sont sensibles. L'arrivée massive d'enfants immigrants dans les écoles de Montréal rend encore plus important ce travail sur l'accessibilité des textes, en fonction non seulement des âges des enfants mais aussi de leur degré de compréhension de la langue.

Cette nouvelle conjoncture du Québec incite les éditeurs pour la jeunesse à actualiser de façon plus particulière certaines autres exigences. Il s'agit, pour reprendre leurs propres termes, de développer chez l'enfant «l'adaptabilité», la «prise d'autonomie» et «l'ouverture aux communautés culturelles».

Par ailleurs, la difficulté de s'étendre au marché francophone européen leur dicte de nouveaux comportements comme «la plus grande conviction du bien-fondé de faire évoluer les héros dans un paysage sinon

québécois, du moins nord-américain», «l'acceptation de termes québécois bien contextualisés», enfin «la recherche d'une clientèle américaine ou autre à travers les traductions» selon les responsables rencontrés.

Valeurs issues des conceptions de l'enfance «à la mode»

Malgré l'impression d'éclatement que suggère la polyvalence des marchés visés par les maisons d'édition québécoises, l'on distingue une certaine constante, sur le plan des valeurs véhiculées à travers le contenu et la forme des ouvrages.

De bons héros, une fin heureuse

Ainsi, l'importance de la présentation de modèles non sexistes, non racistes, sensibles aux valeurs de pointe prônées par la société québécoise actuelle, les éditeurs la reconnaissent aussi ; et, même si, selon la mission particulière de chaque maison d'édition, les préoccupations varient, la plupart des éditeurs suivent les recommandations de Bettelheim (3) et cherchent à présenter des héros et des situations qui feront naître, après de multiples péripéties, un réconfort émotif chez le jeune lecteur ; de plus, si les livres choisis mettent en scène un animal, les auteurs agréés éviteront généralement l'anthropomorphisme en faisant éprouver à cet animal des sentiments et des émotions propres à son espèce (4).

Des informations justes, de l'humour et de la fantaisie

Sur le plan de l'information, et que cette dernière soit véhiculée au moyen de l'illustration ou du texte, la rigueur scientifique sera recherchée en même temps que l'humour et la fantaisie ; on évitera le didactisme ; l'apprentissage

devra aller de pair avec le plaisir.

Quant à la langue, comme nous l'avons vu plus haut, on la soignera tout en ne s'empêchant pas, à l'occasion, d'y insérer, bien contextualisés, des mots ou expressions plus propres au Québec. La langue sera aussi exploitée comme objet ludique et poétique.

Enfin, le développement de valeurs littéraires et esthétiques préoccupe grandement la plupart des maisons d'édition québécoises. Par exemple, 10 des 14 éditeurs interrogés disent se donner comme mission spéciale l'éducation littéraire des jeunes et tous affirment accorder également beaucoup d'importance à l'esthétique de l'image.

Des images qui complètent le texte

Les enfants ont besoin d'images. Si le texte à lui seul peut stimuler l'imaginaire du lecteur compétent, l'image s'avère à cette fin un précieux support pour le non-lecteur, voire l'apprenti-lecteur et le lecteur moyen. De plus, l'observation montre - et les éditeurs y sont sensibles - que l'enfant soumis très jeune à des séances de lecture d'images en compagnie d'un adulte franchit beaucoup plus harmonieusement le passage à la lecture autonome du texte qu'un autre enfant qui n'aurait pas eu cette chance (5). En effet, la lecture d'images faite concurremment avec celle du texte amène peu à peu l'enfant à associer des images au texte et à saisir la richesse cachée des émotions que recèle ce dernier ; mû par son désir de retrouver des émotions semblables, l'enfant réussira à surmonter plus facilement les premières résistances associées généralement aux difficultés de décodage des débuts de l'apprentissage de la lecture.

Sur le plan du message véhiculé par l'image, il importe à bon nombre d'éditeurs que l'illustration ne reprenne pas systématiquement le texte, mais le complète, l'étoffe et permette une visualisation de concepts ou d'expressions qui demeureraient flous sans elle. Selon eux, l'illustration constitue ainsi une occasion pour inciter l'enfant-lecteur à

recourir au texte pour compléter son information. Aussi soigneront-ils particulièrement la relation entre la lecture iconique et la lecture textuelle. Plutôt que de choisir des illustrations qui reprendraient de façon systématique tous les éléments du texte, certains iront jusqu'à valoriser la création d'un climat ou d'une atmosphère et choisiront leurs illustrateurs en fonction de ce talent particulier.

Enfin, pour les éditeurs québécois, l'illustration est aussi nécessaire que le texte et elle doit généralement présenter des couleurs. Cependant les illustrations en blanc et noir ne sont pas pour autant systématiquement bannies. Pour certains messages, elles sont même considérées comme plus appropriées, et pour certaines séries de roman, moins coûteuses tout en explicitant bien le sens du texte qu'elles sont appelées à compléter.

Conclusion

Pas moins que les autres domaines de l'édition, l'édition pour la jeunesse au Québec est un phénomène de marché. Les consommateurs de ce marché, c'est-à-dire les gens qui paient pour cette production, sont des adultes. À ces consommateurs, on adresse un produit qui cristallise des conceptions de l'enfance et certaines valeurs ponctuelles de la société.

En regardant évoluer pendant plusieurs années un tel produit sur lequel semblent maintenant s'entendre les auteurs, les éditeurs, les acheteurs et même la jeune clientèle, on remarque que notre société confère bien à l'enfant une identité propre, une façon ludique d'apprendre, un besoin d'images, de fantaisie, d'humour, d'un lieu pour toucher ses émotions, mais que pourtant, elle fait du même enfant le porteur d'un concept de l'adulte idéal. La littérature de jeunesse québécoise ne met-elle pas généralement en scène des enfants modèles du point de vue de l'autonomie, du souci de l'environnement, de l'intégration sociale, de l'ouverture aux autres, etc. ?

On pourrait poursuivre cette analyse en cherchant le rapport entre les politiques annoncées par les éditeurs et leurs chiffres de vente, en comparant les intentions annoncées par les auteurs, les éditeurs, les acheteurs et le contenu réel des ouvrages écrits, édités et achetés ; enfin, on pourrait également poursuivre cette analyse en mesurant le degré de compréhension et de perméabilité des enfants aux valeurs intentionnellement véhiculées dans les ouvrages qui leur sont adressés. Et cela, en dépit du fait que d'autres sources d'information et de développement de l'imaginaire - comme la télévision - viennent en conflit avec ce type d'influence livresque.

Cette entreprise dépasse évidemment le cadre de cet article. L'esquisse que je viens de brosser ne peut que baliser le champ de travail d'une telle entreprise mais elle aura aussi démontré, du moins je l'espère, son intérêt ●

1 Certains éléments de cette recherche ont fait l'objet d'une communication au 2^e congrès des sciences de l'éducation de langue française du Canada, tenu à Sherbrooke, les 1^{er}, 2 et 3 novembre 1989.

2 Voir Jean Mesnager, *Lisibilité des textes pour enfants, un nouvel outil* in *Communication et langage*, n° 79, 1989, p.18-37.

3 Voir Bruno Bettelheim, *La psychanalyse des contes de fées*, Robert Laffont, Paris, 1976.

4 Voir Gilles Gauthier et Pierre-André Derome, *Ne touchez pas à ma Babouche*, Les éditions de la Courte Échelle, Montréal, 1988, (Coll. «Premier Roman»).

5 Voir Laurence Lentin, *Comment apprendre à parler à l'enfant. Expérience en cours*, ESF, Paris, 1976.