

Lurelu

La seule revue québécoise exclusivement consacrée à la littérature pour la jeunesse



En partance pour les années 90

Michelle Provost and Lucie Julien

Volume 12, Number 2, Fall 1989

Les années '80 : petit bilan de la dernière décennie

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/12469ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association Lurelu

ISSN

0705-6567 (print)

1923-2330 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Provost, M. & Julien, L. (1989). En partance pour les années 90. *Lurelu*, 12(2), 9–11.

Les années
'80

EN PARTANCE POUR LES ANNÉES 90

par Michelle Provost et Lucie Julien,
présidente et ex-présidente
de Communications-Jeunesse

Communication-Jeunesse fait équipe avec la littérature québécoise pour la jeunesse depuis 1971. Aujourd'hui, nous sommes fiers des solides réussites de ce secteur. Le travail partagé et le plaisir des relations humaines qui marquent les rapports de Communication-Jeunesse autant avec les artisans du livre qu'avec les consommateurs sont tributaires de cette fierté.

La qualité de l'édition est là

C'est indéniable, les années 80 sont, pour l'édition de jeunesse québécoise, des années de forte croissance et d'assurance. Qu'il suffise de rappeler qu'en 1972 on publiait moins de dix titres... En 1974, 1975 et 1976, les éditeurs commencent à ranimer le secteur. Au début des années 80, les albums illustrés prennent une vitesse de croisière et atteignent vers 1985 une notoriété jusque-là inconnue au Québec. Depuis 1985, les romans pour jeunes arrivent en grand nombre sur le marché et les collections sont habilement structurées. Les romans et les textes de lectures intermédiaires prennent ainsi la plus grande part de l'énergie des créateurs alors que les albums se voient quelque peu mis en veilleuse.

Nous sommes à un point où l'amalgame des compétences acquises dans les secteurs de l'album et du roman constitue un très bon potentiel au chapitre de la diversité des genres. Le récit se porte bien et il se développe même dans les nouvelles. Les oeuvres de fiction sont là et la poésie devrait en profiter. Du côté des magazines et du théâtre, les résultats sont aussi prometteurs. Reste la bande dessinée et le livre documentaire, toujours difficiles à produire au Québec compte tenu des ressources financières énormes qu'ils exigent en regard de la petite taille du marché québécois. Quant à l'album de fiction, il pourra certes reprendre vigueur aux côtés des albums multimédia.

Si les années 80 sont celles de l'émergence et de la croissance, elles sont aussi celles de la reconnaissance de l'édition québécoise par les lecteurs qui identifient maintenant assez facilement les livres québécois. Depuis

qu'ils ont 5 ans, plusieurs jeunes adolescents et adolescentes ont pu lire québécois. Les livres ont pour ainsi dire suivi leur croissance.

Dans ce contexte de qualité et de quantité de titres offerts, l'objectif d'un accès accru aux livres pour les jeunes est réaliste. À Communication-Jeunesse, nos actions de promotion et d'information sont planifiées en vue d'atteindre une visibilité accrue auprès des médias et des librairies. Il faut viser une hausse importante des achats faits par les bibliothèques scolaires et publiques et le grand public.

CJ et synergie

Communication-Jeunesse joue, tour à tour, dans ce mouvement de croissance des rôles de soutien, de témoin actif, de stimulant, de support, d'instigateur... tant auprès des producteurs que des consommateurs. Au coeur de ces transferts d'énergies, les fortes exigences de la qualité guident nos actions. Nous travaillons principalement à l'information, à l'animation et à la promotion. En communication directe avec les consommateurs, nous offrons des rétroactions intéressantes aux artisans du livre. En communication directe avec les producteurs, nous offrons aux consommateurs des informations de premières sources relatives à l'ensemble de la littérature pour la jeunesse. Nous jouons aussi un rôle de défense et de porte-parole régulier auprès des différents paliers gouvernementaux. Ce nouveau terme de « synergie » convient donc très bien au réseau de communication que nous développons avec tous les alliés des jeunes lecteurs et lectrices depuis bientôt vingt ans.

QUELQUES FAITS SAILLANTS...

Pour éclairer cette situation de tremplin pour l'édition jeunesse, voici quelques repères sentis de l'intérieur de Communication-Jeunesse. À chacun de ces faits correspond une énergie riche d'expériences, garante des succès acquis et des défis à relever. Synthèse présentée en mosaïque, ces jalons posent l'intérêt d'une analyse plus détaillée à faire...

Les années 80 apportent une reconnaissance sociale des statuts...

Les talents des créateurs et créatrices s'affirment, leurs compétences deviennent assurance. Les auteurs et illustrateurs pour la jeunesse sont reconnus et attendus dans les milieux qu'ils visitent régulièrement. Quelques-uns d'entre eux considèrent même leur profession à l'intérieur du secteur jeunesse comme source principale de leurs revenus. Deux des prix du Gouverneur général sont attribués à la littérature pour la jeunesse depuis 1987. Les éditeurs pour la jeunesse ont une voix qui porte dans le milieu de l'édition, et La Courte Échelle est même en nomination aux Mercuriales en 1988 comme entreprise innovatrice. Travailler dans le secteur jeunesse n'est plus, ou presque plus, marginal et des maisons déjà bien établies ajoutent ce secteur à leurs activités éditoriales.

Les années 80 amènent l'illustration à Bologne

Les illustrateurs et illustratrices ont conquis le public des jeunes par leurs albums. Depuis les parutions de Anfousse, Paré, Tibo, Gay, Béha, Poulin, Sylvestre, Levert, Lemieux, Labrosse, Mongeau, il n'y a plus de doute, nous sommes prêts et prêtes pour rencontrer les intervenants de la scène internationale. Le concours d'illustrations Culinar/Communication-Jeunesse que nous avons organisé de 1981 à 1988 a certes contribué à stimuler ces talents et a permis aux éditeurs et illustrateurs d'établir des contacts profitables. Pour l'année 1990, le Canada, comme pays hôte, est invité à tenir l'exposition nationale et prestigieuse qui a lieu annuellement à la Foire internationale du livre pour enfants de Bologne. Les Québécois et Québécoises nous y ferons honneur. Les années 80 confirment les talents des illustrateurs et illustratrices.

Les années 80 génèrent des romans best-sellers....

Plusieurs romans pour les jeunes sont devenus des livres à succès. On peut avancer une moyenne de 10 000 exemplaires vendus par titre. Soulières, Serline, Plante, Renaud, Côté, Beauchesne, Schinkel, Montpetit, Gagnon,



Amahl et les visiteurs de la nuit de Michèle Lemieux, lauréate Culinar 1988.

Major, Anfousse, Gauthier, Brouillet, Marineau sont bien connus des jeunes. Les nombreuses rencontres que les auteurs tiennent avec leurs lecteurs rapportent aux deux parties. Les auteurs sont proches des intérêts de leurs clientèles et les lecteurs qui ont rencontré l'un ou l'autre de leurs auteurs reconnaissent facilement leurs livres en librairie et en bibliothèque, surtout si les livres y sont là ! Communication-Jeunesse a planifié plus de 3000 journées rencontres au cours de la décennie 80 rejoignant ainsi directement plus de 35 000 enfants et adolescents. Les années 80 confirment les talents des écrivains et écrivaines dans le secteur pour la jeunesse.

Les années 80 confirment la présence des éditeurs pour la jeunesse au sein des industries culturelles...

Les éditeurs publient de plus en plus de titres annuellement. Les collections sont mieux structurées et elles créent un sillon pour l'arrivée des nouveaux titres. Elles deviennent un important facteur de reconnaissance pour les enfants et le public. L'utilisation de stratégies modernes de marketing fait en sorte que les éditeurs planifient davantage leur secteur jeunesse.

Quelques maisons se consacrent même uniquement à ce secteur. La Courte Échelle, Ovale, Michel Quintin, Le Raton Laveur, Chouette mettent en place une industrie spécifique et nouvelle. Pour d'autres éditeurs, les livres pour la jeunesse constitue un secteur important de leurs activités, et

Héritage, Paulines, Fides en sont les pionniers de la première heure. Plus récemment, Québec/Amérique, Pierre Tisseyre et Boréal se sont lancés dans l'aventure.

L'animation auprès des lecteurs est aussi un atout et les éditeurs y jouent de mieux en mieux leur rôle éducatif et culturel. Le matériel promotionnel fait aussi partie de ce renouveau. Ainsi, les catalogues annuels sont beaux, bien faits et nombreux, alors qu'en 1980 c'était une denrée très rare. Affiches, signets, chandails, calendrier font astucieusement partie des plans de marketing pour le plaisir des enfants.

En plus de ces activités, les éditeurs s'intéressent au développement de nouvelles collaborations. La coédition, les programmes de traduction, les associations financières pour la production et la distribution font partie de ces nouvelles préoccupations de gestion. Les éditeurs pour la jeunesse sont des participants actifs aux « industries culturelles ».

Les années 80 inaugurent des livres multimédia

Les éditeurs, les illustrateurs et les écrivains s'ouvrent de plus en plus aux différentes formes que peut prendre l'écriture et l'illustration. La Courte Échelle offre dès 1984 des livres-jeux. Les éditions Héritage publient des casse-tête et des cassettes; les troupes de théâtre publient leurs pièces chez Leméac, Québec/Amérique et VLB. Récemment des liens entre

le *Club des 100 Watts* (Radio-Québec) et le magazine *Vidéo-presse* sont établis. Les petits débrouillards de *Québec Science* seront à l'écran de Radio-Québec. Prisma a produit la série *Livre ouvert* diffusée à la Société Radio-Canada. Les productions La fête et Québec/Amérique offrent des tandems livres et films. Les éditions Chouette, Michel Quintin, Ovale et Graficor publient à leur tour des livres-jeux.

Cette ouverture aux autres médias donne à la littérature une présence plus efficace auprès des jeunes. À Communication-Jeunesse, nous nous intéressons à ce dossier de pointe et nous recherchons les informations nécessaires qui aideront les créateurs et créatrices à oeuvrer dans ce nouveau champ des satellites culturels.

Les années 80 donnent la parole aux jeunes

Les adolescents et adolescentes ont eu l'occasion de dire quels livres ils préfèrent, et surtout ils ont pu dire publiquement qu'ils aimaient lire. Le projet d'animation, *La Livromanie*, que nous menons depuis 1984 auprès des jeunes connaît un succès grandissant. En 1989, nous avons reçu plus de 20 000 coupons-réponses ! Ce succès a amené les milieux à nous convaincre de mener une opération semblable pour les enfants du primaire. C'est ainsi que *La livromagie...* démarre. Les albums et les romans pour les très jeunes seront à l'honneur. Ce nouveau projet est aussi pour nous une façon de stimuler une production accrue d'albums.

Pour les très jeunes enfants des garderies, le projet d'animation *Jouons avec les livres* est en plein déroulement et le spectacle d'animation théâtrale que nous coproduirons prochainement contribuera à former une nouvelle génération de lecteurs et lectrices qui attendront avec plaisir les nouveaux livres québécois.

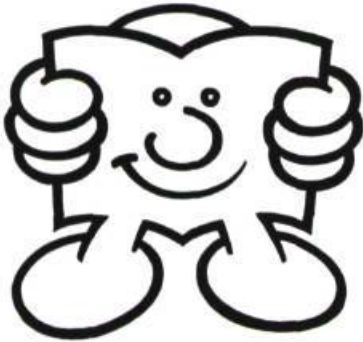


Les années 80 sensibilisent les milieux scolaires à la lecture, mais...

Au début des années 80, c'est l'arrivée des nouveaux programmes de français du ministère de l'Éducation qui préconisent la lecture de textes signifiants et diversifiés. Les éditeurs pour la jeunesse offrent des livres pouvant aider les enseignants à atteindre ces objectifs.

Les écoles et les commissions scolaires ont besoin de formation et de perfectionnement en animation de la lecture et, à Communication-Jeunesse, nous répondons à ces besoins en proposant des ateliers aux enseignants sur les livres québécois et sur les nouvelles façons de développer le goût de lire chez les jeunes. Notre service d'animation se diversifie d'année en année et s'étend maintenant au secondaire. En dix ans, nous avons rejoint près de 5000 enseignants.

Cette présence accrue de la littérature en milieu scolaire est aussi corroborée par la parution de manuels scolaires qui font place aux compétences des auteurs et illustrateurs pour la jeunesse. Ainsi, les artisans du livre pour la jeunesse sont connus et reconnus, mais un problème crucial demeure.



Les années 80 poussent les bibliothèques aux abois !

En effet, même si le milieu scolaire est ouvert à la lecture concernant les principes et même si plusieurs partenaires de Communication-Jeunesse, agents d'éducation, sont des enthousiastes indéfectibles de la lecture... la situation des bibliothèques scolaires est néanmoins désastreuse. Le récent rapport Bouchard en démontre les lacunes incroyables. La situation n'est pas moins alarmante dans les bibliothèques publiques. Pénurie de budget pour l'achat de livres et réduction de personnel affecté à l'animation. Les décisions politiques et les budgets permettant l'achat de livres et l'embauche de personnel compétent devront suivre.

À Communication-Jeunesse, nous sommes très attentifs à ce problème et nous entendons bien continuer à jouer avec vigilance et fermeté notre rôle d'intervention politique à cet égard en collaboration avec nos autres partenaires engagés dans ce dossier.

Les années 80 font voyager les livres hors Québec

Le dossier de l'exportation du livre est actuellement sur la sellette et les éditions pour jeunes y font très bonne figure. À Toronto, Vancouver, Paris, New York, Bruxelles, en Amérique latine, en Afrique et, bien sûr, à Bologne, la présence québécoise s'accroît. Depuis 1979, CJ est mandaté pour tenir le stand du Québec à Bologne. D'un seul éditeur présent au début à dix en 1988, les progrès sont énormes. Tous, nous apprenons ensemble à connaître les différentes facettes du travail de promotion et de négociation à faire sur le plan international. Les contacts s'établissent, des ventes de droits se font de mieux en mieux et des ententes de plus en plus intéressantes s'organisent dans une perspective de collaboration à moyen et à long terme. Le travail sur la scène internationale est effectivement un dossier à long terme. Assiduité et supports gouvernementaux sont nécessaires pour assurer la continuité et les succès à venir.

Plus près de nous au Canada, le nouveau phénomène des programmes d'immersion en français incite plusieurs éditeurs et distributeurs de livres québécois à intensifier leurs actions de promotion sur ces marchés. Ce projet collectif de grande envergure nous intéresse et nous amène actuellement à rechercher le financement adéquat pour bâtir des outils de promotion adaptés aux besoins de ces clientèles.

DES DÉFIS POUR LA DÉCENNIE 90

D'un avis unanime, l'accroissement des ventes au Québec et l'ouverture des marchés hors Québec sont des conditions essentielles à une production quantitative et qualitative plus importante. Les talents, les compétences et les énergies des artisans sont réunis et les consommateurs attendent avec raison plus de titres qui continueront à leur procurer le plaisir de lire.

Pour Communication-Jeunesse, ce double défi de la quantité et de la qualité passe par une plus grande ouverture. Pour nous, il s'agit d'intensifier nos actions d'information et de promotion dans les milieux scolaires et culturels et dans les médias. Pour accroître la force de notre réseau, il faut continuer de réunir autour d'objectifs communs les différents groupes d'intervenants du milieu du livre pour la jeunesse, qu'ils soient artisans ou consommateurs. De plus, si nous voulons être une force politique et un véritable support à ces différents groupes, nous avons besoin de contacts suivis avec tous. La campagne de recrutement de membres que nous menons actuellement est essentielle au succès de ce travail collectif que nous vous invitons à partager pour les prochaines années.

ANIMATION-CONTACT

Il se passe des choses chez vous ?

Comme vous avez pu le constater, notre chronique animation n'existe plus depuis deux numéros. Cela ne veut pas dire que nous ne croyons plus que le livre mérite d'être animé. Au contraire. Nous aimerions être le point de contact des différentes expériences d'animation qui se font un peu partout autour du livre de jeunesse.

Ainsi, faites-nous part en quelques lignes d'une expérience nouvelle, différente, dynamique, et tout. Nous publierons votre texte signé avec votre adresse. Ainsi, si certains de nos lecteurs ou lectrices veulent avoir de plus amples informations ou profiter de votre expérience, ils pourront entrer en contact avec vous.

Voilà ! Vous pouvez adresser vos courts textes à LURELU, C.P. 340, Succ. De Lorimier, Montréal, Qué. H2H 2N7.