

La consommation de littérature populaire chez les adolescent(e)s

S'il vous plaît raconte-moi une histoire

Caroline Barrett

Number 62, May 1986

Littérature de jeunesse

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/49093ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Publications Québec français

ISSN

0316-2052 (print)

1923-5119 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Barrett, C. (1986). La consommation de littérature populaire chez les adolescent(e)s : s'il vous plaît raconte-moi une histoire. *Québec français*, (62), 78–79.

s'il vous plaît raconte-moi

UNE HISTOIRE

Le phénomène des best-sellers et de la littérature populaire en général fait décidément couler beaucoup d'encre. Mille reproches sont adressés à cette forme littéraire. Le plus souvent, on l'accuse d'être facile et abrutissante. Il m'apparaît pourtant essentiel, surtout en ces années de gloire des collections « Harlequin » et autres, de mettre de côté certaines craintes (certains préjugés?) face à la littérature populaire, en particulier l'effet néfaste qu'elle exercerait sur les adolescent(e)s. Ces quelques

caroline barrett

réflexions sur la consommation de best-sellers et de collection de masse chez les adolescent(e)s n'ont pas de prétention scientifique. En d'autres mots, je n'ai procédé à aucune enquête de lecture rigoureuse, inattaquable. Surtout, une assez longue expérience de libraire m'a permis d'observer le comportement, souvent très émotif, des adolescent(e)s face à ce mystérieux objet qu'est le livre : embarras parfois des jeunes submergé(e)s par la profusion de titres qui leur sont offerts dans une librairie à grande surface, commentaires sur les « histoires » qu'ils(elles) aiment ou n'aiment pas, enthousiasme pour des lectures non pas imposées par l'appareil scolaire mais suscitées plutôt par cette traversée des médias qui entraîne les jeunes lecteurs-lectrices de la salle de cinéma à la librairie dans l'espoir de dénicher le « livre qui va avec » le film à la mode...

Best-seller : une définition

Afin de mieux saisir cet univers de la littérature populaire, il convient de définir certains termes. Au sens strict, le best-seller est un livre (pas forcément une œuvre de fiction) qui obtient rapidement la faveur du public dont les premiers tirages sont élevés. À la recherche du temps perdu (Marcel Proust) ou l'Étranger (Albert Camus), malgré leur constant succès, n'entrent donc pas dans cette catégorie. Aux États-Unis, sont considérés comme best-sellers des livres dont le chiffre de vente est égal à 1% de la population, environ 2 millions d'exemplaires. Au Québec, des chiffres de vente de 50 000 exemplaires accordent à l'œuvre le statut de best-seller. Il faut penser ici au *Matou* (Yves Beauchemin), au *Canard de bois* (Louis Caron), à la

série des « Chroniques du Plateau Mont-Royal » (Michel Tremblay), aux *Lilas fleurissent à Varsovie* (Alice Parizeau), à *Maryse* (Francine Noël). Soulignons qu'en leur temps certains romans québécois ont aussi remporté un succès enviable : *Menaud, maître-draveur* (Félix-Antoine Savard), *les Plouffe* (Roger Lemelin), *Bonheur d'occasion* (Gabrielle Roy), *Agaguk* (Yves Thériault) et les recueils de Félix Leclerc, *Adagio*, *Andante* et *Allegro*. Avec le temps cependant, l'expression best-seller a été quelque peu galvaudée. De la définition stricte de livre à succès rapide et à fort tirage, le best-seller s'est transformé en produit de consommation fabriqué en série, les éditeurs misant le plus souvent sur les mêmes éléments facilement identifiables : le format du livre, son poids, l'illustration de la page couverture, un titre accrocheur... Certaines maisons d'édition ont

Formes de récit

De cette masse de romans populaires, trois formes de récit attirent plus particulièrement les adolescent(e)s : les « histoires » vécues, les romans-fleuves et les collections sentimentales.

Chantal Henry, auteure d'une thèse non publiée, présentée à l'Université de Liège, « Pour un profil du récit vécu », définit ainsi ce genre littéraire : « Ensemble de textes multiformes qui vont du témoignage au documentaire personnalisé, en passant par les mémoires, le récit d'aventures vécues ou celui d'expériences professionnelles. » Les témoignages, le plus souvent pathétiques d'anciens détenus, d'ex-drogué(e)s retiennent particulièrement l'attention des jeunes lecteurs-lectrices, fascination devant le Phénix renaissant de ses cendres. Les objectifs poursuivis dans les récits vécus sont clairs : émouvoir, édifier.

Cet intérêt pour le récit vécu s'étend, chez les adolescentes surtout, aux romans-fleuves. *Les Oiseaux se cachent pour mourir, le Temps d'apprendre à vivre, l'Espace d'une vie, Tous les fleuves vont à la mer, la Force du destin...* ne rebutent pas malgré leurs quelque 600 pages. Pour parler de ces livres, les adolescentes tiennent toutes les mêmes propos dithyrambiques insistant sur la « beauté » et la « tristesses » de ces « histoires ».

Constantes

En y regardant de plus près, certaines constantes se dégagent de ces best-sellers. D'abord, les titres : mourir, vie, destin, mots clés à connotation de temps, d'éternité, à l'image des récits eux-mêmes où les intrigues se croisent et se décroisent au fil des générations de personnages, à l'image aussi du rêve de l'éternel amour, omniprésent dans ce type de romans. Il est d'ailleurs intéressant de souligner que des récits comme *Un amour irlandais* ou *les Vignes de San Cristobal*, avec leurs titres plats et sans mystères, n'ont pas été très populaires auprès des jeunes lectrices.

Les best-sellers sont le plus souvent volumineux et lourds, ce qui est aussi perçu comme un gage d'excellence par les adolescents. Ce livre lourd et imposant est présenté, sans doute très consciemment, par la plupart des éditeurs

comme le support matériel du rêve, le rêve/objet toujours à la portée de la main et sans cesse renouvelable.

Le sémioticien et romancier Umberto Eco attribue le succès de son roman *le Nom de la rose* au besoin de se faire raconter une histoire qui subsisterait encore au fond de chacun de nous. Il n'a certainement pas tort. Les best-sellers, les romans « Harlequin » qui plaisent tant aux adolescentes comportent la plupart du temps les mêmes éléments, la même structure narrative que les récits de notre enfance :

- a) un personnage principal orphelin, abandonné et parfois maltraité par un beau-père ou une belle-mère sans scrupules ;
- b) un imposteur s'empare d'un objet-valeur qui revient de droit au héros ou à l'héroïne ;
- c) cet usurpateur est généralement démasqué et puni : le Bien triomphe toujours du Mal.

Par ailleurs, la consommation de best-sellers et surtout de romans « Harlequin » chez les adolescentes apparaît comme un défi à l'autorité, une sorte de rite de passage de l'enfance à l'âge adulte et à l'autonomie. Les adolescentes viennent souvent acheter ces romans en groupe alors que, à l'inverse, les livres obligatoires pour les cours sont achetés à la course, le jeudi soir, par des parents visiblement excédés. Les romans « Harlequin » et les best-sellers semblent le lieu d'échanges et de communications chez les jeunes lectrices, un lieu d'autant plus fascinant qu'il est frappé d'interdit par les parents et par les professeurs.

On peut, bien sûr, contester toute réflexion qui viserait à jeter un regard indulgent ou même poli sur la littérature populaire. On constate avec raison que cette littérature est loin d'être vertueuse. Elle reproduit trop souvent les images stéréotypées de l'homme, de la femme et de l'amour « éternel ». Mais combien de libraires se sont retrouvés complices de jeunes étudiant(e)s qui leur demandent de choisir pour eux le livre le plus « facile et pas long » de leur liste de lectures obligatoires. Les jeunes ne lisent pas ? c'est à voir... Il y aurait lieu, en tout cas, de réfléchir au type de lecture qui intéresse les adolescent(e)s et surtout à la façon dont on pourrait intégrer cette consommation littéraire en salle de classe...



de plus créé des collections dites « best-seller » conférant à ce substantif les honneurs d'une marque de commerce et les fixant, avant même qu'ils aient subi l'épreuve du marché de vente, dans cette catégorie particulière, synonyme de la faveur populaire.

Cette commercialisation du livre est portée à son comble dans les célèbres collections « Harlequin » et « Turquoise ». D'abord, les pages couvertures : blanches et dorées chez « Harlequin », bleues ou fuchsia chez « Turquoise », en médaillon, les personnages principaux des romans sont dessinés sur un fond exotique. Il est intéressant de noter que ces héros et ces héroïnes ressemblent parfois à s'y méprendre à des vedettes du cinéma ou de la chanson : Farrah Fawcett, Brigitte Bardot, Jean Marais, Serge Lama et, bien sûr, Clark Gable...

Dans cet univers de la littérature populaire, tout se passe donc comme si l'autonomie (réelle ou imaginaire) propre à l'écrivain cédait le pas à une nouvelle alliance entre écrivains et éditeurs, alliance bien souvent occultée mais qui vise tout de même à augmenter les profits à tous les niveaux de la production littéraire.