

L'invisibilité de la littérature québécoise

Alexandrine Foulon

Numéro 121, printemps 2006

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/37240ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Productions Valmont

ISSN

0382-084X (imprimé)

1923-239X (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Foulon, A. (2006). L'invisibilité de la littérature québécoise. *Lettres québécoises*, (121), 17–19.

L'invisibilité de la littérature québécoise

C'est connu, le succès d'un livre dépend entre autres de la couverture médiatique qu'il reçoit. Or, en analysant les journaux, j'ai pu constater que dès qu'un auteur étranger était de passage au Québec, on lui accordait presque toujours de l'espace dans le cahier littéraire : les journaux en font un événement. Malheureusement, ce n'est pas le cas pour les auteurs québécois. Il semble que les journalistes n'aient pas comme priorité de parler de la littérature québécoise.

Pour imposer un livre, il faut accorder beaucoup d'importance à sa sortie. D'après les professionnels du livre, s'il s'agit du deuxième tome d'un roman à succès ou d'un second livre d'un même auteur connu, la publicité devient dès lors un véhicule important pour mousser les ventes. La chose s'impose encore plus lorsque l'éditeur décide de faire un grand tirage pour un titre. Il suffit de voir le succès des livres de Nathalie Simard et de Jacques Demers à la suite de la convergence médiatique dont ils ont bénéficié pour comprendre qu'il y a un lien entre les ventes et la visibilité des auteurs. C'est d'ailleurs le danger que représente la concentration verticale de Québecor qui pourra parler abondamment de ses livres...

LA FRANCE : UNE SOCIÉTÉ QUI A DE L'HISTOIRE

Les éditeurs et les professionnels du livre d'ici déplorent souvent que le livre québécois n'occupe pas une assez grande place dans nos journaux. Le fait est que les livres dont on parle le plus dans la presse et les médias proviennent majoritairement de la France. Plusieurs raisons peuvent être avancées pour expliquer cette domination : l'importance historique de la France, sa valeur symbolique auprès des lecteurs, la grandeur de son marché et sa puissance commerciale. Il est aussi de notoriété publique que les maisons d'édition françaises ont les reins plus solides financièrement, ce qui leur permet un plus grand effort publicitaire lors de la mise en marché d'une nouveauté. En outre, pour les éditeurs français, le coût économique de vendre leurs livres ici n'est pas le même. Leur rentabilité est calculée en fonction du marché français, les ventes au Canada sont pour ainsi dire un heureux supplément.

Pourtant, nous avons vu naître plusieurs auteurs québécois qui ont fait leurs preuves auprès du public d'ici et d'ailleurs. Certains ont connu des succès énormes. Leur notoriété a même débordé nos frontières, mais malgré cela notre littérature ne bénéficie pas du même respect que la littérature française. Plusieurs pensent qu'il faudrait que notre perception de notre patrimoine littéraire change. C'est l'opinion, entre autres, de deux spécialistes du domaine du livre, MM. Baillargeon et de la Durantaye : « Il y a sûrement encore place, dans les menus de lecture des Québécois, pour une part plus importante d'œuvres d'ici! »

LA LITTÉRATURE DANS LES MÉDIAS

Les émissions qui traitent de la littérature disparaissent les unes après les autres ; je pense surtout aux médias électroniques. Avant, nous pouvions regarder sur plusieurs chaînes de télévision des émissions comme *Jamais sans mon livre*, *Cent titres*, ou encore écouter à la radio *Passages* de François Ismert avec Jean Larose, *Paysages littéraires* de Stéphane Lépine et *Regards croisés* de Marie-Andrée Lamontagne. En France, le même phénomène de l'amenuisement des émissions littéraires s'est produit. Les émissions télévisées de Bernard Pivot, *Apostrophe* et

Bouillon de culture, sont disparues bien que d'autres aient vu le jour. Que nous reste-t-il maintenant pour satisfaire notre appétit littéraire? Presque rien. Même *Bouquinville*, animé par Stanley Péan, a été retiré de la programmation radiophonique, et *Christiane Charrette en direct*, qui recevait des auteurs de temps à autre, n'existe plus. Pire encore : les pages culturelles des journaux sont réduites. Boudés par les grands médias, les auteurs d'ici ne peuvent fonder leurs espoirs que sur quelques journaux dont *Le Devoir*, l'un des quotidiens qui accordent le plus d'espace à la littérature. Mais c'est bien peu, et les responsables des cahiers littéraires l'admettent eux-mêmes.

Cette année, Montréal a été choisie Capitale mondiale du livre jusqu'en avril 2006. Cette nomination a donné un regain d'espoir quant à la diffusion de la littérature dans les médias. En effet, les émissions *Sous les jaquettes* et *Le Livre show* sont apparues à cette occasion. Vont-elles rester à notre antenne une fois que Montréal aura cédé sa place l'an prochain à Turin en tant que Capitale mondiale du livre? L'avenir nous le dira...

LES CAHIERS LITTÉRAIRES DANS LES JOURNAUX

Les cahiers littéraires, les lecteurs le savent, sont composés de comptes rendus ainsi que de publicités. En fait, c'est grâce aux revenus que génère la publicité que les cahiers littéraires peuvent être produits. Il se peut que les lecteurs n'y aient pas porté attention, mais s'ils jettent un coup d'œil un peu plus attentif, ils constateront que les publicités sont payées majoritairement, pour ne pas dire presque exclusivement, par des éditeurs québécois. Dans ces conditions, on pourrait s'attendre à un retour d'ascenseur, mais ce n'est vraiment pas le cas : tout se passe comme si ces deux éléments, constitutifs des cahiers littéraires, n'avaient aucun lien entre eux. Et c'est vrai dans les faits : au *Devoir*, à *La Presse*, au *Soleil* ou à *Voir*, les directeurs des pages littéraires ne savent pas quels éditeurs annoncent jusqu'au moment de voir le montage final du cahier, de sorte que, au plan éditorial, il n'y a pas de quota en ce qui concerne le pourcentage de livres québécois qui feront l'objet d'un compte rendu par rapport aux livres québécois qui sont annoncés par les éditeurs.

Chose certaine, le livre français est omniprésent : il bénéficie d'une masse critique énorme. Est-ce normal si l'on considère que ce sont les éditeurs québécois qui soutiennent financièrement les cahiers littéraires? Peut-être que les responsables des cahiers littéraires devraient donner moins de latitude aux critiques et exiger qu'ils traitent en priorité des livres publiés au Québec. C'est en insistant sur la littérature d'ici qu'elle se fera de plus en plus connaître, voir et apprécier des lecteurs.

ESPACES PUBLICITAIRES DANS QUATRE JOURNAUX QUÉBÉCOIS

Certains pourraient douter de mes assertions quant à la place qu'occupe la publicité des éditeurs québécois dans les cahiers littéraires. J'ai fait une enquête entre le mois d'août 2002 et le mois de juin 2003 et j'ai chiffré les espaces publicitaires payés par les éditeurs dans les quatre plus importants journaux (*La Presse*, *Le Devoir*, *Voir* et *Le Soleil*). Les résultats, comme vous pourrez le constater *infra*, sont sans équivoque. Les éditeurs québécois paient sept fois plus de publicité que les éditeurs français dans nos pages littéraires. Au total, 27,3 % d'espaces publicitaires pour les éditeurs québécois, contre 3,9 % pour les éditeurs étrangers. La différence est énorme.

ESPACE PUBLICITAIRE (%) août 2002-juin 2003

	Pages	Québec	France	Reste du monde
<i>La Presse</i>	198	1,3	0,4	0
<i>Le Devoir</i>	332	13,5	2,2	0
<i>Voir</i>	166	12	1,1	0
<i>Le Soleil</i>	177	0,5	0,2	0

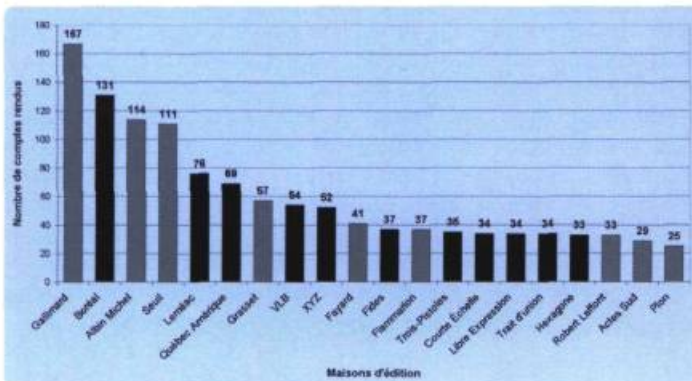
L'ESPACE ÉDITORIAL

Tous les éditeurs vous le diront : il vaut mieux qu'on parle d'un livre que pas du tout. « Peu importe que l'article soit défavorable : le tout est qu'on parle du livre et une mauvaise presse est tout aussi rentable qu'une bonne », écrit Robert Escarpit⁴. Or, quand on analyse l'espace éditorial occupé par les éditeurs québécois et les éditeurs étrangers, par comparaison avec les espaces publicitaires, les proportions changent radicalement.

J'ai aussi dressé un tableau comparatif des deux groupes d'éditeurs. Sont répertoriées les vingt maisons d'édition qui ont obtenu le plus de critiques entre août 2002 et juin 2003. Sur les vingt maisons, onze sont françaises. Ensemble, elles reçoivent 614 (51 %) critiques, contre 589 pour les maisons québécoises (49 %). Les maisons d'édition étrangères sont souvent les mêmes (Gallimard, Grasset, Albin Michel, etc.) et elles reçoivent un nombre considérable de critiques.

Le Devoir et *Le Soleil* sont les quotidiens qui accordent le plus de place à l'édition québécoise avec respectivement 26 % et 22 % de l'espace éditorial. Voici les résultats :

LES 20 MAISONS D'ÉDITION QUI ONT OBTENU LE PLUS DE COMPTES RENDUS.



Parmi les quatre journaux dépouillés, trois consacrent plus d'espace aux livres québécois. Il n'y a que dans *La Presse* où l'édition québécoise est en minorité avec 15 % de l'espace moyen occupé dans le cahier en un mois, contre 19 % pour l'édition étrangère (France et reste du monde). Par contre, *Le Soleil* ne peut trop se vanter de mettre de l'avant l'édition québécoise, puisque 22 % de l'espace moyen par mois est occupé par la littérature québécoise et 21,5 % par la littérature étrangère (France et reste du monde). *Le Devoir* est le quotidien qui accorde le plus de place au livre québécois avec un espace moyen de 26 %, contre 20 % pour le livre étranger. Pour ce qui est du *Voir*, 18 % est réservé aux livres québécois, contre 12 % pour les livres d'ailleurs.

ESPACE ÉDITORIAL DANS LES QUATRE JOURNAUX

Pour fins de comparaison, j'ai aussi dressé un tableau complet de tous les espaces éditoriaux en les présentant en fonction de trois groupes : québécois, français, étrangers. Les résultats ont ceci de particulier qu'ils laissent croire que l'édition

ESPACE ÉDITORIAL (%) août 2002-juin 2003

	Pages	Québec	France	Reste du monde
<i>La Presse</i>	198	14,8	17,7	1,1
<i>Le Devoir</i>	332	26,1	19,9	0,5
<i>Voir</i>	166	17,5	11,6	0,8
<i>Le Soleil</i>	177	22	20	1,5

Maisons d'édition québécoises qui ont plus de critiques que de publicités

québécoise s'en tire mieux que les autres, puisque trois journaux sur quatre privilégient le livre québécois. Or, force est de constater que la différence entre la place du livre québécois et celle du livre étranger est minime. En outre, et cette remarque est importante, les maisons d'édition françaises ont plus de comptes rendus que celles d'ici. Par ailleurs, lorsqu'un article porte sur un livre issu d'une maison québécoise, on lui attribue plus d'espace. Ainsi, on accorde une certaine vitrine aux livres québécois, mais on parle d'un plus grand nombre de livres étrangers.

Nous avons vu qu'il n'y avait apparemment aucune corrélation entre les éditeurs qui paient de la publicité et les critiques sur les livres publiés par les auteurs de ces mêmes maisons. Or, cette assertion n'est pas absolue. Le tableau *infra* nous porte à croire qu'un éditeur qui débourse pour faire de la publicité peut influencer sur la politique éditoriale du journal, car il se révèle que les éditeurs qui ont placé le plus d'annonces publicitaires dans les journaux se retrouvent presque tous parmi les maisons qui ont le plus de comptes rendus au cours de l'année étudiée. C'est effectivement le cas pour les maisons littéraires québécoises les mieux cotées, dont les auteurs sont fortement recensés, mais qui, en retour, paient une large part des pages publicitaires.

	CRITIQUES	PUBLICITÉS
Boréal	131	61
Leméac	76	38
VLB	54	20
XYZ	52	35
Fides	37	24
Québec Amérique	34	18
Traité d'union	34	18
Libre Expression	34	30
Hexagone	33	12

Par contre, certaines maisons paient plusieurs publicités sans avoir de critiques par la suite, comme *Varia* qui a fait paraître, au cours de l'année 2002-2003, vingt-quatre publicités et n'a reçu que onze critiques, ou *Remue-ménage* qui a couvert les dépenses de neuf publicités pour recevoir six comptes rendus. Il y a tout de même des maisons qui se démarquent, c'est-à-dire qui ont plus de critiques que de publicités, comme les *Écrits des Forges* dont une publicité dans *Le Devoir* leur a valu sept comptes rendus. La courte échelle a fait six publicités et a reçu trente-quatre comptes rendus, alors que, pour douze publicités, l'*Hexagone* a eu droit à trente-trois comptes rendus. Il y a sans doute une première explication à ces résultats : les maisons dont il est question ne se consacrent pas prioritairement au roman qui est le genre privilégié. C'est le cas de *Varia* et de *Remue-ménage* qui favorisent l'essai. Or, l'essai ne constitue pas un genre qui est vraiment couvert par *Le Devoir*, à moins qu'il ait une portée sociale importante. Inversement, les *Écrits des Forges* et l'*Hexagone* obtiennent plus de visibilité que leur investissement tout simplement parce que *Le Devoir* est sensible au genre et qu'il lui accorde un espace obligé. Le cas de *La courte échelle*, dont la réputation n'est plus à faire, reçoit sa large part de comptes rendus pour des œuvres de jeunesse, même si la maison ne fait pas beaucoup de publicité. Il faudrait du reste tenir compte de ce facteur (importance accordée à la littérature jeunesse) en ce qui concerne les résultats de la maison Québec Amérique (trente-quatre recensions pour dix-huit publicités), dont la collection jeunesse est très importante.

BORÉAL : UNE MAISON D'ÉDITION QUI SE DÉMARQUE

Boréal se démarque nettement des autres maisons : dans *Le Soleil* et *La Presse*, la maison occupe six fois la une, dans *Le Devoir*, sept fois, et une fois dans *Voir*. Boréal est au cœur de la littérature et de l'édition québécoise ; non seulement elle fait la une, donc reçoit une meilleure vitrine que les autres, mais elle occupe aussi une place importante au plan tant de la publicité que des comptes rendus. Cette

maison se donne de la visibilité en misant sur la publicité, et les journalistes traitent des livres qu'elle publie. Or, elle a mis plusieurs années avant d'être considérée comme une maison d'édition importante, représentative de la littérature québécoise. En 2003, les Éditions du Boréal ont célébré leur quarantième anniversaire. Au cours de ses quarante ans d'existence, la maison a permis à la littérature de prendre de l'expansion (elle mise tout autant sur le roman que sur l'essai, sur la littérature jeunesse que sur l'histoire). D'ailleurs, le 1^{er} juin 2003, *La Presse* réservait la une de son cahier à cette maison pour souligner cet anniversaire.

En dix mois, Boréal a fait l'objet de quatre-vingt-neuf comptes rendus : *La Presse* en a fait paraître trente-deux, tout comme *Le Devoir* et *Le Soleil*, vingt et un, et *Voir*, quatre. Encore une fois, c'est cette maison québécoise qui bénéficie du plus grand nombre de recensions dans les journaux. D'autres maisons produisent pratiquement le même nombre de livres et pourtant on en parle moins ; je pense entre autres à Fides qui a reçu trente-sept comptes rendus pour vingt-quatre publicités, alors qu'elle a publié plus de livres que Boréal (quatre-vingt par rapport à soixante-cinq).

Les éditeurs du Boréal ont bien élaboré leurs stratégies de commercialisation en misant notamment sur la publicité dans les journaux. Boréal est une maison d'édition qui fait souvent parler d'elle. D'année en année, elle a su s'imposer dans la société québécoise. La maison a publié plusieurs best-sellers et ses auteurs ont été primés. À partir du moment où la maison a eu un succès, d'autres ont suivi, et la réputation de la maison s'est ainsi faite.

Boréal mise beaucoup sur ses auteurs et montre qu'elle croit en eux par la promotion qu'elle leur réserve. Elle occupe le champ de production moyenne avec des auteurs consacrés vendus massivement dans les écoles, tout en publiant des auteurs en émergence. Contrairement à Varia qui n'a pas encore suffisamment de capital symbolique pour retenir autant l'attention des critiques.

UNE AMÉLIORATION DANS LES MÉDIAS

Depuis trente ans, l'édition québécoise a fait d'énormes progrès. Néanmoins, ces progrès ne se font pas ressentir dans les médias écrits puisque, selon notre analyse, nous constatons qu'il n'y a pas eu une grande évolution quant à la place accordée aux livres québécois, et ce, depuis l'étude faite par Jean-Paul Baillargeon et Michel de la Durantaye en 1998.

journaux. Si on additionne l'accroissement de l'espace dans *Le Devoir* et *le Voir* (3 % et 11 %) et les diminutions dans *Le Soleil* et *La Presse* (9 % et 4 %), on en arrive presque au *statu quo*.

DES CHANGEMENTS SONT-ILS POSSIBLES ?

Jacques Fortin des Éditions Québec Amérique écrit : « Nos médias écrits et électroniques continuent d'afficher une image colonisée [...]. Tout simplement parce que la recension du livre étranger écrase la nôtre par son poids démesuré, rendant ridicule la visibilité de nos publications¹. »

Il faut le dire tout net : les seuls responsables de cette situation, ce sont les journaux d'ici qui choisissent de parler de tel ou tel livre. Et si au moins nous pouvions expliquer cette « invisibilité » par l'absence de livres québécois, cela pourrait constituer un argument, mais ce n'est pas le cas. La production éditoriale au Québec est très importante compte tenu de la taille des entreprises et du marché. Les journaux devraient donner la priorité à notre culture, comme cela se fait dans la plupart des pays, et mettre en évidence notre production éditoriale.

Que dire en conclusion sinon qu'il n'y a pas eu beaucoup de changements dans les pages littéraires. Les éditeurs pourraient dire et redire leur mécontentement face à la place accordée au livre québécois, mais cela ne changerait pas grand-chose, car ce sont les journaux qui doivent être convaincus de la nécessité d'un changement et apporter les modifications nécessaires. Quelques suggestions ont été faites de part et d'autre : faire la critique d'un livre chaque jour de la semaine, insérer les critiques dans les cahiers liés au sujet traité. En effet, la littérature fait partie d'un tout et nous ne sommes pas obligés de la confiner aux pages littéraires, puisqu'elle s'insère dans la culture globale. Lorsqu'un livre sur l'économie, par exemple, est publié, pourquoi ne pas placer l'article dans le cahier « Affaires » ? Il serait ainsi susceptible d'attirer plus de lecteurs intéressés par le sujet. L'idéal serait de mettre les critiques des livres publiés dans les différents cahiers selon leur sujet, tandis que tout ce qui est littéraire, c'est-à-dire la poésie, la littérature jeunesse, les romans, etc., prendrait place dans un cahier littéraire. De cette façon, l'appellation « littéraire » pour ce cahier serait juste, puisqu'il n'y aurait pas de livres pratiques. D'ailleurs, il est à noter qu'aucun cahier n'a cette appellation mais porte plutôt le titre de « Lecture » ou de « Livre » dans *La Presse* et *Le Devoir*. Mais quels que soient les changements proposés, il est impératif que le livre québécois, véhicule de notre culture, occupe une grande place dans nos journaux.

COMPARAISON DES RÉSULTATS DE L'ANNÉE 1993-1994 AVEC CEUX DE 2002-2003

Comparaison des résultats

	Nbre d'articles 2002-2003	Nbre d'articles 1993-1994	Québec 2002-2003	Québec 1993-1994	Autres 2002-2003	Autres 1993-1994
<i>La Presse</i>	668	459	46 %	42 %	54 %	58 %
<i>Le Devoir</i>	1012	687	48 %	51 %	52 %	49 %
<i>Le Soleil</i>	184	348	49 %	40 %	51 %	60 %
<i>Voir</i>	288	266	39 %	50 %	61 %	50 %
MOYENNE	538	440	45,5 %	45,74 %	54,5 %	54,25 %

Comme on peut le constater, il n'y a pas eu beaucoup d'évolution entre les deux périodes (1993-1994 et 2002-2003). Le fait est que le livre québécois est à peine plus présent que le livre étranger. Car s'il est vrai que certains journaux parlent plus de la littérature d'ici qu'en 1993-1994, comme c'est le cas pour *Le Devoir* et *Voir* avec une augmentation respective de 3 % et 11 %, en contrepartie, l'espace éditorial a diminué depuis dix ans dans *Le Soleil*, lequel n'accorde que 40 % à la littérature québécoise, et dans *La Presse*, qui ne consacre que 42 % de son espace à notre littérature. Cela correspond à une baisse de 9 % et 4 % pour les deux derniers

1. Jean-Paul Baillargeon et Michel de la Durantaye, *Présence et visibilité du livre québécois de langue française en librairie, en bibliothèque et dans les médias*, INRS-Culture et société, 1998, p. 106.

2. Robert Escarpit, *Sociologie de la littérature*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Que sais-je? », 1958, p. 69.

3. Jacques Fortin, *L'aventure. Récit d'un éditeur*, Montréal, Québec Amérique, 2000, p. 268.