

7 LIEUES ET UN LIVRE

De l'importance du
choix des langues
en édition jeunesse

NOÉMIE BELLANGER

En janvier dernier, je suis partie faire un tour du monde. Pas n'importe quel tour du monde : un tour du monde autour de la littérature jeunesse. Baptisé « 7 lieues et un livre », ce projet consistait à rencontrer sur cinq continents sept éditeurs jeunesse indépendants spécialisés dans l'album illustré, et à partager leur quotidien pendant un mois. Du Maroc au Québec en passant par le Portugal, le Rwanda, l'Inde, la Nouvelle-Zélande et le Chili, ce grand voyage a été tout à la fois une succession de rencontres inoubliables et une gymnastique linguistique et culturelle quotidienne, que je vous propose de découvrir un peu plus en détail avec cet article. En route !

La langue, un outil qui unifie ou qui divise un pays

La première escale de mon voyage a été le Maroc, chez l'éditeur casaoui **Yanbow Al-Kitab**. Dans le pays, la quasi-totalité de la population parle le darija, un dialecte arabe oral. Aucune norme n'existe pour retranscrire ce dialecte à l'écrit. Aussi, pour toucher le public le plus large possible, un éditeur doit-il choisir comme langue d'écriture soit l'arabe littéraire – très compliqué pour les jeunes enfants et parfois encore peu ou pas maîtrisé par les adultes –, soit le français, soit les deux. Dans un marché du livre jeunesse marocain encore très imprégné par l'importation de titres français, éditer en arabe peut amener les enfants à repérer puis à s'approprier ce qui relève du patrimoine culturel local. Yanbow Al-Kitab a finalement opté pour la production d'ouvrages en arabe, d'autant que la demande est crois-

sante non seulement dans le pays, mais aussi dans le reste du monde arabe. Chaque nouvelle parution est donc d'abord éditée en arabe littéraire, qui est la langue écrite officielle au Maroc et celle la plus partagée par ses habitants. Pour l'éditeur, ce choix fait sens : il participe à la transmission de l'héritage culturel précolonial, avec des sujets tels que les fêtes et traditions locales, par exemple l'art des « zelliges » (mosaïques marocaines). Par la suite, les titres les plus populaires et les plus facilement exportables seront traduits en français.

Ce pouvoir unificateur de la langue, ou tout du moins ce désir d'unification, j'y ai été confrontée dans d'autres pays où plusieurs langues coexistent. Au Rwanda, notamment, où se côtoient trois langues nationales : le kinyarwanda, le français et l'anglais. Tout le monde au Rwanda connaît **Bakame Éditions**, une maison fondée en 1995 où j'ai fait mon stage. Dans un premier temps, j'ai été surprise par la longévité et le dynamisme de cet éditeur, qui fait figure d'exception en Afrique sub-saharienne ; mais j'en ai rapidement compris le pourquoi : dans le pays, tout le monde parle le kinyarwanda et tous les ouvrages de Bakame sont d'abord édités dans cette langue... et distribués directement aux écoles. Le kinyarwanda est avant tout une langue orale, dont les règles écrites n'ont été fixées que récemment, au moment de la décolonisation. Elle est aujourd'hui d'une grande importance pour l'unité du pays, importance accrue suite au tragique génocide rwandais de 1994.

Mais dans quelle langue éditer dans un pays où plusieurs cohabitent sans qu'aucune ne fasse consensus ? Dans ce cas, l'éditeur doit faire un choix, fixer un cap qui inclura dans son lectorat une partie de la population et en exclura forcément une autre. L'Inde compte plus d'une vingtaine de langues nationales. Dans ce patchwork de langues et de modes de vie, le choix de la langue détermine forcément le public cible d'un éditeur. Mon périple m'a conduite à Chennai, la capitale de la province du Tamil Nadu. Les habitants de la région sont en majorité tamouls et parlent donc tamoul. Cependant, l'anglais est très présent, particulièrement dans les milieux professionnels, et on n'a aucun mal à vivre sur place en ne parlant qu'anglais. Le marché du livre jeunesse en tamoul est relativement restreint. C'est une langue que l'on parle à la maison et les parents susceptibles d'acheter des livres jeunesse préfèrent prendre ces der-

niers en anglais pour développer les compétences linguistiques de leurs enfants, un sérieux atout pour leur avenir. Pour l'éditrice de chez **Karadi Tales**, éditer en anglais ouvre beaucoup plus de débouchés commerciaux, à la fois dans le Tamil Nadu et dans les autres États indiens qui obéissent à des logiques similaires. Au contraire, chez **Tulika Books**, l'équipe éditoriale, composée d'Indiens et d'Indiennes venus de tout le pays, travaille les titres simultanément en neuf langues. La ligne éditoriale de la maison repose sur cette pluralité des langues, qui rend ses ouvrages plus accessibles à toutes les classes sociales. Encore faut-il que le thème du livre le permette, que celui-ci ne repose pas sur des jeux sonores ou ne soit pas traité d'un point de vue propre à une région particulière du pays. Une véritable gageure !

La langue pour exporter des histoires en dehors des frontières d'un pays

Parmi les maisons d'édition que j'ai visitées, trois ont fait le choix d'être distribuées directement en dehors des frontières de leur pays. Bien entendu, cela implique la présence d'une même langue sur différents marchés, mais peut s'avérer plus problématique qu'on ne le pense. Ainsi, pour l'éditeur québécois **Les 400 Coups**, publier en France et au Québec est une évidence, d'autant que certains des créateurs et créatrices de la maison sont français. Mais parfois, cela oblige à de vrais efforts d'adaptation, au niveau du texte notamment. Par exemple, remplacer le mot « gougounes » par le mot « tongs ». Autre exemple, cette fois au niveau de l'illustration, avec un livre dont l'histoire tourne autour des cordes à linge québécoises, très différentes de celles que nous avons en France. Dans ce cas-là, l'éditeur se demande même s'il est pertinent de le publier en France, où l'histoire n'aurait pas le même sens, en l'absence du repère culturel.

Au contraire, pour l'éditeur chilien **Amanuta**, l'espagnol est un outil susceptible d'unir et de rapprocher les « Latinos » d'Amérique. Si la distribution des livres sur tous les territoires est compliquée par l'absence de réseaux professionnels, Amanuta utilise ses relations avec d'autres éditeurs pour vendre ses livres du Sud au Nord

du continent – des livres comme des ponts culturels et historiques entre des pays aussi éloignés géographiquement que le Chili, le Mexique et même les États-Unis. Publié chez Amanuta, *Atlas Américano*, par exemple, illustre les spécificités des pays du continent américain. Il invite aussi à constater certaines proximités culturelles : l'*empanada* est un plat typique du Chili autant que de l'Argentine, les civilisations précolombiennes ignoraient les frontières étatiques actuelles, etc.

Autre exemple des plus significatifs, l'éditeur néo-zélandais **Gecko Press**. Il a une démarche unique, puisque sa production est dédiée à près de 80 % à la traduction, un parti pris peu commun dans le monde anglo-saxon. Gecko Press publie ses livres simultanément sur trois marchés différents : la Nouvelle-Zélande, l'Australie et le Royaume-Uni. Le métier d'éditeur est alors à repenser en fonction de ces choix. Il faut sélectionner des ouvrages de qualité dans diverses langues (français, suédois, japonais...) qui puissent être transposables dans les pays anglophones, pour ensuite les faire traduire. Les thématiques, le ton employé, le graphisme et la fabrication du livre sont scrupuleusement étudiés pour que le livre ait des chances de se vendre ou non dans les pays concernés. Cela peut devenir compliqué dans un pays aussi puritain que les États-Unis, où l'édition jeunesse est souvent très codifiée (interdiction par exemple de tout élément relatif à la nudité ou à la sexualité...).

Pour finir sur les liens entre langue et culture, au Portugal, chez l'éditeur **Orfeu Negro**, j'ai comparé le même album en six versions différentes : *L'Abécédaire des émotions* de Madalena Moniz (publié en France chez Hélicium dans une traduction de Sophie Giraud). D'un côté, l'abécédaire oblige les éditeurs à faire correspondre une lettre à chaque illustration, quitte à déconstruire totalement le livre – dans la version espagnole, une illustration a même été ajoutée pour la lettre « ñ ». De l'autre, les émotions ne sont pas si universelles qu'on pourrait le croire. La version américaine a ainsi demandé de nombreuses nouvelles illustrations pour représenter des émotions comme « brillant », « victorieux » ou « héroïque », jugées plus valorisantes que celles de l'original portugais.

Le livre jeunesse, un objet à la fois universel et culturellement très marqué

En partant faire ce tour du monde, un de mes objectifs majeurs était de comprendre dans quelle mesure le livre jeunesse est un objet culturel universel. En amont du voyage, je m'étais rendue à Bologne, en Italie, où se tient chaque année la Foire internationale du livre pour enfants. Je crois que tous les pays possèdent leur propre littérature jeunesse, plus ou moins développée, plus ou moins institutionnalisée. En discutant avec l'éditrice d'Amanuta au Chili, j'ai perçu ses inquiétudes face à la mondialisation du livre jeunesse. Les foires internationales permettent l'achat et la vente des droits, les auteurs et les illustrateurs circulent facilement d'un pays à un autre et aucun n'a vraiment intérêt à rester fidèle à un seul éditeur. Dans chaque pays, j'ai donc retrouvé les mêmes livres des mêmes créateurs dans des langues différentes, à l'instar des ouvrages très populaires d'Oliver Jeffers.

Malgré tout, dans les maisons d'édition indépendantes que j'ai pu rencontrer, je me suis rendu compte de la richesse de l'édition jeunesse et de l'empreinte de chaque culture sur son identité littéraire. En Inde, par exemple, de nombreuses techniques d'illustration tribales sont mises à l'honneur dans les albums pour enfants, ce qui en fait des ouvrages d'artisanat quasi uniques. Au Maroc, l'éditrice a financé le voyage à Tanger d'une illustratrice libanaise pour lui permettre de se familiariser avec l'environnement et l'architecture afin de pouvoir les transcrire dans ses ouvrages. Les histoires, le graphisme mais également l'objet-livre en lui-même sont différents selon les pays. En France, nous n'avons pas peur des livres aux formes extraordinaires ou en format géant. En revanche, au Portugal, l'impression locale des ouvrages rend impossible la fabrication en tout-carton, un matériau qu'on retrouve souvent dans les livres d'éveil. Les livres sont ainsi imprimés uniquement sur papier et souvent dans un format plus petit pour rentabiliser l'impression.

En conclusion, même si le marché du livre est de plus en plus mondialisé, chaque maison d'édition, quelle que soit sa ligne éditoriale et qu'il s'agisse de création ou de traduction, est confrontée à

divers langages (textuels, graphiques, matériels...) qu'elle doit adapter en fonction de l'héritage littéraire qu'elle cherche à transmettre et de son public. Certaines maisons d'édition font aujourd'hui le pari de vendre un maximum de droits à l'étranger ou de trouver, avant même la parution des livres, des co-éditeurs avec qui publier les albums en traduction. D'autres se concentrent sur le développement des marchés locaux et ne publient que des créations très pointues d'artistes du pays. Mais, quels que soient les chemins empruntés, pour moi, le plus important a été de constater que, dans chacun des pays où je suis allée, l'édition jeunesse était en plein développement.

Des liens pour en savoir plus :

<https://7lieues1livre.wixsite.com/blog>

<https://www.facebook.com/7lieues1livre/>

<https://www.instagram.com/7lieues1livre/>