

Lurelu

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



Une nouvelle tendance en littérature pour enfants

Suzanne Teasdale

Volume 8, numéro 1, printemps-été 1985

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/12895ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Association Lurelu

ISSN

0705-6567 (imprimé)

1923-2330 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Teasdale, S. (1985). Une nouvelle tendance en littérature pour enfants. *Lurelu*, 8(1), 41-42.



par Suzanne Teasdale

Une nouvelle tendance en littérature pour enfants

téléspectateurs; ils sont projetés le plus souvent en reprises et il n'est pas rare que des parents revoient des épisodes qu'ils avaient écoutés dans leur propre enfance.

Au Québec la production de dessins animés pour enfants est pratiquement inexistante; c'est du côté des émissions dramatiques, dans les années 60 et 70, qu'on remarque l'apparition de nombreux personnages forts, très aimés des enfants, comme le pirate Maboule, Fanfreluche, Sol, madame Bec sec, le professeur Narton, Bobino, le capitaine Bonhomme, Patof et tant d'autres. Ces personnages auraient pu faire l'objet d'une exploitation formidable, d'autant plus que la concurrence était à l'époque assez timide. Ça ne s'est pas fait, ou si peu. Plus récemment, la série *Passe-Partout* a conquis les jeunes du Québec; ses personnages ont eu un impact extraordinaire. De façon étonnante, cet impact n'a pas été repris dans des livres ou des jeux, si l'on excepte quelques disques et une revue.

L'exploitation du charme

Aux États-Unis comme en France, pour s'en tenir aux productions qui nous sont plus familières et que nous pouvons voir sur nos ondes, on réutilise les personnages créés pour les enfants de façon systématique. Les Productions Walt Disney, notamment, possèdent une imposante collection de livres éducatifs et de contes issus



de leurs dessins animés et mettant en scène leurs personnages-vedettes. Les livres sont produits aux États-Unis par un service d'édition et ils sont adaptés pour la France par une filiale française de la compagnie. Pour sa part, la populaire série éducative *Sesame Street* a désormais son propre club du livre, une importante collection de livres de tous genres qui sont destinés aux jeunes enfants et qui reprennent les thèmes des émissions.

Au Québec, l'édition dérivée des émissions de télévision n'a pas donné lieu à une telle exploitation et elle ne compte pas beaucoup de titres. Il y a quelques années, à Télé-Métropole et à Radio-Canada, la tendance était à l'édition et à la production de matériel de divertissement: livres à colorier, disques, gadgets. On nous a même raconté qu'à Télé-Métropole, pour certaines émissions à hautes cotes d'écoute, c'était le comédien propriétaire des droits du personnage qui suggérait et supervisait la production des produits dérivés.

Depuis quelques années, l'ensemble des activités de réinvestissement a été plus que modeste, partout. Il semble que la tendance actuelle, encore embryonnaire, se concentre sur des produits «légèrement» éducatifs tirés d'émissions vaguement ou carrément éducatives. Un exemple: *Ma soeur la terre**, émission éducative où on



* André Lafortune, Henriette Major. Éditions Études vivantes/Entreprises Radio-Canada.

Les héros et héroïnes des films et des émissions de télévision pour enfants exercent sur les petits une formidable force de séduction. Quelques indices nous permettent de croire que les éditeurs, conscients du phénomène, tenteront de l'exploiter plus à fond et de façon plus structurée que par le passé.

Il suffit, pour mesurer l'influence importante des personnages sur les enfants, d'observer les jeux des petits qui revivent telle ou telle aventure de leurs héros; ou encore d'analyser les demandes que les jeunes font dans les magasins: céréales Tigre, biscuits Pierre-à-feu, livres à colorier Candy, draps Gremlins, vitamines Schtroumpf, etc. Les fabricants de ces produits misent sur la véritable histoire d'amour qui se développe entre les enfants et les héros, car ils sont persuadés que les personnages de bandes dessinées, dessins animés ou films ont, aux yeux de leurs admirateurs et admiratrices, une aura irrésistible.

Certains réagissent au phénomène en ne considérant que l'aspect négatif, indéniable, de l'incitation à la consommation. Mon propos est d'explorer l'aspect positif de ces influences sur la motivation à la lecture et à l'apprentissage.

Au Québec et ailleurs

On observe la magie des héros dans les films — pensez à *E.T.*, à *La guerre des tuques* — mais également, et peut-être davantage, dans les dessins animés et certaines émissions dramatiques qui accompagnent les enfants dans leur vie quotidienne.

Les producteurs des dessins animés vus au Québec par les francophones sont en majorité japonais; ils recherchent, à l'occasion, des collaborateurs européens ou québécois qui les aident à personnaliser les épisodes selon les besoins des pays importateurs. Ces dessins animés, destinés à des publics divers, reflètent une culture qu'on peut associer, de façon générale, à des pays à haut développement technologique. L'engouement des enfants, québécois ou autres, pour leurs petits personnages intrépides et le plus souvent bien campés, peut être phénoménal, comme c'est présentement le cas chez nous pour *Astro le petit robot*. Les traductions de dessins animés américains prennent également une bonne part du temps des

présente différents aspects de la géographie physique, a donné lieu à une série de livres où les auteurs reprennent les mêmes thèmes en présentant un guide d'utilisation des livres dans un contexte d'apprentissage. Malgré tout, les projets sont peu nombreux et ne s'inscrivent pas dans un plan d'ensemble.

Néanmoins, on peut s'attendre sous peu à de nouveaux développements puisque la Société Radio-Canada s'est dotée, l'été dernier, d'une politique explicite de remédiatisation de ses émissions pour enfants. Les Entreprises Radio-Canada, associées à un certain nombre d'éditeurs, se proposent d'utiliser davantage les contenus télévisés dans des livres éducatifs et autres. Pour sa part, Télé-Métropole, dont la grille-horaire ne comporte que peu d'émissions produites par elle pour les enfants, n'a pas de politique précise, mais nous a laissé entendre que la saison prochaine nous réserve peut-être des surprises. On ne rejette pas non plus l'idée de faire une exploitation plus systématique des émissions. De leur côté, les stations de télévision anglophones font face aux mêmes conditions puisque la programmation des émissions pour enfants repose en grande partie sur des productions étrangères dont elles ne possèdent pas les droits d'exploitation. Radio-Québec, quant à elle, ne semble pas vouloir s'orienter vers l'édition; elle y viendra peut-être quand elle aura davantage développé son service d'émissions pour enfants.

Les avantages de l'exploitation des héros ou comment apprendre à lire avec Cannelle et Pruneau

Personne n'écoute davantage la télévision que les enfants. En effet, la majorité d'entre eux préfèrent la télévision à tout autre média. Dans un récent article publié dans *Vie pédagogique*,

Neil Postman analyse les relations entre les enfants et la télévision et cite des chiffres, pour le moins étonnants, tirés du rapport Nielsen de 1982: «... on peut estimer qu'entre 6 ans et 18 ans un jeune Américain passe en moyenne 16 000 heures devant l'écran de télévision» (*Vie pédagogique*, numéro 34, janvier 1985, traduction de Arthur Marsolais, page 5).

Les héros et héroïnes qu'ils y trouvent les amènent donc inévitablement à des activités d'ordre cognitif: reconnaître les structures du récit, analyser le jeu et la personnalité des personnages, reconnaître les événements-clés, s'exercer à la résolution de problèmes, se mettre en situation de reconnaître plusieurs formes d'expression graphique, tester des réactions émotives, etc. D'ailleurs, on peut appliquer à des récits télévisuels toutes les grilles d'analyse du récit ou du texte, notamment l'étude des formes dialoguées et des structures interrogatives, ainsi que l'étude de l'imaginaire et des fonctions utilitaires.

Mais la télévision comme média, et voici l'écho de la voix de McLuhan, est un «géant timide» où on initie et propose un vaste ensemble de possibilités, de potentialités, sans en permettre l'objectivation ni la récupération immédiates. On peut dire que la télévision amène les enfants à un seuil critique d'apprentissage — en nouvelle pédagogie on dirait à l'étape précédant l'objectivation — qui les laisse dans un état d'apprentissage inachevé. Or, mise à part la télévision à vocation éducative qui n'est pas encore très présente au Québec, les télévisions conventionnelles de divertissement n'ont pas encore clairement réalisé l'impact éducatif qu'elles projettent inévitablement. C'est notamment le cas de leurs émissions pour enfants, qui, le plus souvent, sont confiées à des personnes très qualifiées, pédagogues ou auteurs de talent, et mettent les enfants dans des situations d'apprentissage évidentes, même dans la plupart des dessins animés, par le biais de présentations de nature didactique. Ces émissions préparent en quelque sorte un terrain d'apprentissage et de motivation à la lecture qu'il sera intéressant d'exploiter quand l'appareil sera fermé.

Nous avons vu plus haut comment de grands producteurs transforment leurs personnages en professeurs ou en animateurs: Big Bird ou Mickey, grâce à l'impact émotif qu'ils ont auprès des enfants, peuvent médiatiser avec succès plusieurs messages éducatifs et culturels. Ima-

ginons Cannelle et Pruneau, plus près de la réalité culturelle des enfants d'ici, en train de présenter les lettres d'un abécédaire, personnages de contes réalistes ou merveilleux, compagnons de lecture de leurs téléspectateurs...

La situation est difficile mais pas désespérée

La réalisation de projets d'édition paratélévisuels est difficile au Québec à cause des contraintes du marché: le public lecteur n'est pas nombreux. Les subventions gouvernementales, pour des raisons évidentes, sont loin d'être acquises pour de tels projets. Les propositions doivent donc être précises, viser juste, avoir du succès tout en respectant les hautes normes de qualité qui prévalent en littérature pour enfants. L'exportation de ces produits, certes souhaitable, est loin d'être naturelle. L'effort de planification reste difficile, mais il semble que la tendance soit bien établie.

En effet, de plus en plus de maisons d'édition pour enfants offrent au public lecteur des ensembles multimédias — livres, objets divers, cassettes audio et, éventuellement, vidéocassettes, diaporamas et guides d'accompagnement, etc. On verra peut-être un jour la soeur de Robert, Zunik ou Émilie apparaître à la télévision, à la boutique de vidéocassettes ou dans des logiciels. Cette approche plurielle d'exploitation des discours adressés aux enfants — comme aux adultes d'ailleurs — semble de plus en plus répandue.

L'occasion est donc belle d'offrir aux enfants de bons livres qui les intéressent, réglant du coup certains problèmes de motivation à lire. Les enfants ne liraient pas que des livres dérivés des émissions de télévision et des dessins animés, bien entendu. Mais ce genre de littérature, un nouveau genre peut-être, pourrait remplir avec succès plusieurs des objectifs d'apprentissage et de pratique de la lecture chez les enfants.

Un des points sensibles de l'exploitation des émissions de télévision pour enfants est la difficulté d'établir la distinction entre les aspects commerciaux et culturels de l'aventure. On doit éviter une exploitation aveugle et purement commerciale; on doit plutôt privilégier une exploitation rationnelle et structurée. Des livres de qualité, bien écrits, ne peuvent que constituer une nouvelle dimension, motivante et actuelle, de la littérature pour enfants.

