

« Élever des citoyens d'un monde sans frontières ». L'évolution de l'édition jeunesse indépendante russe, 2003-2024

Bella DELACROIX OSTROMOUKHOVA

Maîtresse de conférence

Langue et civilisations russes

Sorbonne Université, Paris (FR)

ostrob@gmail.com

Doi: 10.5077/journals/connexe.2024.e1704

Résumé

Cet article est centré sur un petit ensemble de maisons d'édition jeunesse russes, apparues entre 2003 et 2013, qui se réclament d'une position critique vis-à-vis de la « production de masse » commerciale des grandes maisons d'édition nationales. Leur portefeuille éditorial, ancré dans le marché mondial de littérature jeunesse, vise à promouvoir une littérature véhiculant des « valeurs humanistes » afin de populariser l'idée de « citoyen d'un monde sans frontières ». L'article analyse les stratégies de légitimation utilisées par les fondateurs et fondatrices de ces maisons d'édition afin d'affirmer leur autonomie par rapport aux grandes entreprises et à l'État ; les oscillations de cet ensemble entre le pôle de l'édition restreinte et celui de la production commerciale ; la façon dont elles construisent et négocient leur présence tant sur le territoire national que sur le marché « occidental ». Fragilisées et menacées de répressions par le durcissement autoritaire du régime politique russe, les maisons d'édition étudiées jouent sur l'équilibre subtil entre confidentialité et renommée, en créant et en élargissant sans cesse des communautés de pensée qui incluent professionnels du livre et lectorat.

Mots-clés : Édition jeunesse, Russie, maisons d'édition, stratégies, légitimation

Abstract

This article focuses on a small group of Russian children's publishing houses that emerged between 2003 and 2013, claiming a critical stance towards the commercial "mass production" of national majors. Their editorial portfolio, anchored in the global children's literature market, aims to foster literature that conveys "humanist values" in order to popularise the idea of "citizen of a world without borders". The article analyses the legitimising strategies used by the founders and foundresses of these publishing houses to assert their autonomy in relation to the big corporations and the state; the oscillations of this group between the pole of restricted publishing and that of commercial production; and the way in which they build and negotiate their presence both on the national territory and on the global market. Weakened and threatened with repression by the authoritarian hardening of the Russian political regime, the publishing houses in this study play on the subtle balance between confidentiality and notoriety, constantly creating and expanding communities of thought that include book professionals and readers.

Keywords: Children's literature, Russia, publishing houses, strategies, legitimisation

Introduction

Dans un entretien qu'il nous a accordé au printemps 2023, le directeur artistique d'une maison d'édition jeunesse indépendante russe souligne la dimension politique de son activité éditoriale :

Les pouvoirs russes s'occupent d'[éduquer les] enfants. Et ils deviennent très nerveux lorsque quelqu'un d'autre souhaite le faire. Ils sont visiblement très énervés par Arzamas, par les programmes de Mémorial, etc. Et bien sûr cette possibilité [d'éducation alternative] n'est pas vouée à durer. Je pense que tout sera bientôt fini. Je ne pense pas qu'ils nous laisseront encore longtemps bâtir des maisons d'édition indépendantes comme 'La Trottinette' [Самокат], 'La Girafe Rose' [Розовый жираф] ou 'KompasGuide' [КомпасГид], qui font des choses qui vont à l'encontre [de leur vision]¹.

Les maisons d'édition de livres pour enfants sont mises ici sur un pied d'égalité avec le projet éducatif Arzamas², fondé par un journaliste d'opposition, ainsi qu'avec l'association de défense des droits humains Mémorial, interdite en Russie en 2021 et lauréate du Prix Nobel de la Paix en 2022, qui avait lancé un concours invitant les écoliers à écrire leur histoire familiale pour aborder l'ère soviétique par les vécus individuels. Le fait de se placer discursivement du côté de l'opposition politique, persécutée et souvent proscrite du sol russe depuis le renforcement du régime autoritaire qui a accompagné le début de la guerre à grande échelle contre l'Ukraine, force le trait de cette contestation du monopole de l'État sur l'éducation et la culture.

La politisation de l'activité éditoriale pour la jeunesse n'est pas l'apanage de la Russie. Ainsi, l'écrivain et l'éditeur français Christian Bruel considère qu'écrire, dessiner, traduire et publier des livres pour enfants et adolescents signifie proposer à ces diverses catégories d'âge « des représentations, des formes et des points de vue qui [...] répètent, paraphrasent ou contredisent l'ordre des choses, ce qui en fait des objets éminemment politiques » (Bruel 2022, 9). Dans le cadre d'un régime politique autoritaire, cette politisation peut cependant avoir des conséquences notables pour les maisons d'édition, susceptibles de se voir infliger des amendes lourdes voire être interdites d'activité³.

Cette posture de concurrent de l'État sur le plan du discours éducatif nous ramène à la nature même de l'édition jeunesse. Ce sous-ensemble de l'édition, hétérogène car visant différentes catégories d'âge, des plus petits aux adolescents, et aux frontières souvent poreuses avec l'édition généraliste – les romans pour adolescents et la littérature « young adult » (YA) faisant office de zone frontière – impose, négocie et défend sans cesse sa légitimité dans les domaines éducatif, littéraire et plus généralement artistique. Cette légitimité est construite en s'appuyant sur un réseau d'instances, nationales et internationales, qui confèrent aux différents acteurs de l'édition jeunesse un capital symbolique, relationnel et parfois économique (Guijarro Arribas 2022).

À l'échelle internationale, si une littérature visant spécifiquement les enfants apparaît au XIX^e siècle, les instances légitimantes, telles qu'on les connaît aujourd'hui, apparaissent après la Seconde Guerre mondiale, dans le contexte de la Guerre froide.

C'est notamment en 1949 qu'est fondée la bibliothèque internationale pour la jeunesse à Munich, destinée à promouvoir et à patrimonialiser les meilleures œuvres littéraires pour enfants. Son catalogue, « The White Ravens », est devenu un lieu de consécration pour les œuvres jeunesse. L'Union internationale pour les livres de jeunesse (IBBY), créée au début des années 1950, instaure en 1956 le prix Hans-Christian Andersen. La foire internationale du livre jeunesse de Bologne, qui se tient annuellement depuis le milieu des années 1960, est devenue un autre lieu de consécration, notamment pour l'illustration (*Ibid.* 2022, 114-120).

L'édition jeunesse soviétique était déconnectée de ce contexte. Variée et pléthorique, relativement autonome par rapport à la littérature adulte, bien qu'assujettie aux exigences communes aux arts soviétiques, elle était produite de façon centralisée au sein de maisons d'édition d'État et des revues destinées aux enfants (Hellman 2013, 294-562). Soumise à la censure, elle jouissait toutefois d'un degré de liberté supérieur à la littérature adulte, pouvant devenir « un refuge pour des personnes de talent qui ne pouvaient pas exprimer ailleurs leur esthétique anti-réaliste » (Kelly 2007, 139). Un système propre d'institutions légitimantes y avait vu le jour dès 1919 et s'était développé tout au long de la période soviétique, s'appuyant sur les programmes scolaires et le réseau des bibliothèques (Lanoux, Herold et Bukhina 2022, 6-15).

L'écroulement de l'Union soviétique en 1991 et l'arrivée du marché a bouleversé le système de production et de diffusion des livres. En déclin depuis la *perestroïka*, les maisons d'édition jeunesse soviétiques se scindent ou périclitent. D'abord intéressées par le marché russe, les grandes maisons d'édition américaines ne s'y implantent finalement que très peu, effrayées par un contexte où « tous les coups étaient permis : éditions pirates en quantité, attaques à main armée de locaux, rackets mafieux, détournement de livres à partir d'imprimerie ou de transport » (Thiesse, Chmatko 1999, 78). C'est donc surtout autour des jeunes entreprises russes que se structure le marché du livre national. Après une période d'effervescence chaotique durant les années 1990, le marché du livre russe se stabilise autour de quelques maisons d'édition, telles que 'AST' ou 'Eksmo' – apparues respectivement en 1990 et 1991 – qui prennent de l'ampleur durant les années 2000-2010. Le secteur jeunesse devient, à partir des années 2000, l'un des plus lucratifs. Il s'agit aujourd'hui de la deuxième catégorie de livres les plus vendus par les libraires, après la fiction adulte⁴ (*Knijnyi rynok Rossii*, 2023, 29). 'AST' et 'Eksmo', les deux « grands noms » qui ont fusionné en 2013 alors qu'ils concentraient à eux deux 42% du marché russe, déjà bien présents dans les années 2000, développent des collections et possèdent des marques d'éditeur⁵ destinées au jeune public. 'Rosmen', autre acteur de grande taille apparu en 1992, consacre beaucoup de place dans son catalogue aux livres jeunesse avant de se spécialiser intégralement dans ce domaine en 2008. Ces grandes entreprises commerciales rééditent des classiques russes et soviétiques en les dotant de nouvelles illustrations (Lanoux, Herold et Bukhina 2022, 49), et mettent l'accent sur les best-sellers de la littérature jeunesse russe et mondiale.

Dans ce contexte apparaissent des maisons d'édition jeunesse, à Moscou puis à Saint-Petersbourg, qui se réclament d'une posture critique vis-à-vis du *mainstream* représenté par l'édition commerciale en revendiquant, comme éléments distinctifs, l'inscription dans un contexte international de littérature jeunesse critique et l'ouverture du lectorat russophone à de nouvelles thématiques, non abordées dans les œuvres pour enfants soviétiques et non promues par l'État (Ostromooukhova 2021 et 2023). Leur indépendance relève donc d'une double grammaire : celle, propre aux sociétés néo-libérales, qui fait référence à une autonomie financière et idéologique par rapport aux grands noms dominants dans l'industrie du livre, et celle, ancrée dans le contexte post-soviétique, de mise à distance de l'emprise de l'État sur la production culturelle et de distanciation par rapport au passé soviétique.

Nous allons centrer cet article sur ce petit groupe de maisons d'édition indépendantes, fondées entre 2003 et 2013. Notre échantillon peut être résumé dans le tableau ci-après :

Nom	Création	Spécialités
'La Trottinette' [Самокат]	2003, Moscou	Fiction et non-fiction, toute tranche d'âge, accent sur la littérature adolescente et sur l'innovation graphique.
'La Girafe Rose' [Розовый жираф]	2007, Moscou	Fiction et non-fiction, toute tranche d'âge, accent sur la petite enfance, sur l'innovation graphique et sur la littérature anglo-saxonne.
'Polyandria' [Поляндрия]	2009, Saint-Petersbourg	Fiction et non-fiction, toute tranche d'âge. <i>Imprint</i> adulte.
'KompasGuide' [КомпасГид]	2009, Moscou	Fiction et non-fiction, toute tranche d'âge. Accent sur la littérature adolescente et Young Adult.
'Balade vers l'histoire' [Пешком в историю]	2011, Moscou	Non-fiction jeunesse (histoire, sciences naturelles, sciences exactes).
'Le Corbeau Blanc' [Белая Ворона]	2013, Moscou	Fiction et non-fiction, toute tranche d'âge. <i>Imprint</i> adulte.

À partir d'entretiens semi-directifs menés depuis 2014 avec différents acteurs impliqués dans ces maisons d'édition, nous allons retracer ici la façon dont ce sous-ensemble d'éditeurs jeunesse s'est autonomisé et diversifié, ainsi que les stratégies de légitimation mises en place pour construire une visibilité tant sur le plan national qu'international.

1. Se distinguer, se légitimer : trajectoires décalées et internationales, légitimité de la figure maternelle comme éléments fondateurs

Les trajectoires des fondateurs de ces maisons d'édition leur confèrent des caractéristiques leur permettant d'asseoir leur distinction par rapport à la grande production commerciale. Il s'agit généralement de jeunes femmes ou, dans un cas, d'un jeune homme, dotés d'un important bagage culturel et ayant un parcours international. Le parcours d'Irina, directrice de 'La Trottinette', est exemplaire à cet égard : fille de diplomate soviétique, elle vit à Genève avec ses parents lorsque son père fait une demande d'asile en Suisse.

La famille rentre finalement en URSS où le père est incarcéré de 1972 jusqu'à la fin des années 1980. Libéré durant la *perestroïka*, il émigre de nouveau en Suisse. Sa fille connaît donc successivement le destin privilégié d'un enfant de diplomate vivant à l'étranger et ayant accès à des biens matériels et symboliques inaccessibles aux Soviétiques ordinaires, puis celui, contraint socialement, politiquement et financièrement, de fille de prisonnier politique en URSS. La contrainte pèse, notamment, sur sa possibilité de faire des études supérieures. Elle se voit refuser l'accès à l'université qu'elle convoite, et emprunte une voie alternative : elle travaille dans une troupe de théâtre, puis rejoint son père à Genève en 1991 où elle se marie avec un Suisse, donne naissance à un fils et travaille dans une entreprise de commerce international. En 2000, elle retourne avec son fils à Moscou où elle allie dans un premier temps ses savoir-faire commerciaux acquis en Suisse avec son background culturel en travaillant comme productrice dans des agences de presse étrangère. Elle décrit l'idée de créer une maison d'édition jeunesse indépendante comme provenant d'un constat personnel d'un manque de lectures pour son fils :

J'arrivais de l'Europe, mon enfant parlait français, nous avions plein de livres et de magazines dans cette langue. Ses nouveaux amis, russophones, venaient chez nous et me demandaient de leur faire la lecture. Et j'étais obligée de traduire en lisant. [...] À la fin, j'en ai eu marre. [...] Et là, Tania⁶ m'a dit : « ça ne va pas, les enfants grandissent et il faut faire quelque chose ». Nous parlions du fait que le marché allait devenir indépendant, et qu'on allait pouvoir publier de bons livres⁷.

Ainsi, son expérience en tant que mère d'un enfant ayant grandi dans une culture occidentale est présentée comme le point de départ de ce projet. Cette expérience se double d'une certaine idée du marché et de connaissances au sein de ce milieu professionnel (Tatiana, cofondatrice de 'La Trottinette', est illustratrice de métier et a une expérience préalable en tant que designer dans une maison d'édition).

Une motivation première semblable est donnée par d'autres éditrices. Elle semble faire partie de la « légende » autour de ces maisons d'édition, reproduite dans les interviews données à la presse et reprise à leur compte par les collaborateurs et collaboratrices. Ainsi, un article consacré à la maison d'édition 'La Girafe Rose' dans *Forbes Woman Russia* commence par une référence à l'expérience personnelle en tant que mère :

La maison d'édition 'La Girafe Rose' a été fondée en 2007 par deux amies, Marina Kozlova et Ioulia Zagatchine. Être entrepreneuses n'était pas leur rêve, mais leurs enfants n'avaient rien à lire. Les deux jeunes femmes ressortaient bredouilles des librairies : « il n'y avait là que des contes populaires russes, des rééditions sans fin de Tchoukovski et de Barto », ou des « illustrations vulgaires sur du papier toilette », se rappelle Ioulia. Or, nous voulions quelque chose d'actuel, dans l'air du temps (Мирсияпова 2014a).

Cette idée est reprise par une rédactrice de 'La Girafe Rose', qui relie les motivations de Ioulia à son parcours international : elle a vécu aux États-Unis avec ses parents dès l'âge de onze ans, et est rentrée en Russie dans les années 1990 en tant que jeune mère :

Les enfants de Ioulia sont à moitié américains, bilingues. Ioulia s'est heurtée au problème qu'ils ne lisaient pas très volontiers des livres russes. Il faut dire que la littérature

jeunesse soviétique était certes magnifique et variée, mais que l'édition soviétique en soi, même s'il y avait de très bons illustrateurs, n'était vraiment pas terrible visuellement à cause du manque de moyens techniques. Et les enfants des années 2000, qui ont vu des livres étrangers et une autre qualité d'impression, ne faisaient plus attention à la littérature russophone à laquelle nous étions habitués, aussi magnifiques soit-elle⁸.

Le lectorat cible ne serait donc pas uniquement l'enfant bilingue, mais l'enfant « des années 2000 » qui grandit dans une réalité matérielle globalisée, et qui est habitué, visuellement, à des objets culturels occidentaux.

Le bilinguisme n'est pas l'unique raison du décalage qui engendre le constat d'un manque dans les lectures jeunesse. Épouse d'un homme d'affaires appartenant à une famille d'oligarques, la fondatrice de 'Polyandria' se rend compte d'un manque lorsqu'elle travaille dans une organisation caritative s'occupant d'enfants malades :

J'ai changé ma vision du monde et j'ai réfléchi... Pendant que je travaillais là, je me suis rendu compte qu'à ce moment-là – c'était il y a seize ans – en Russie, il n'y avait que très peu de livres de fiction pour les enfants qui abordaient des sujets difficiles. La mort, tout d'abord, et puis le reste. J'avais déjà ma fille à ce moment-là, elle était petite, et j'ai quitté [le projet caritatif] avec l'idée de fonder une maison d'édition jeunesse pour tenter d'importer beaucoup de littérature contemporaine, alors absente en Russie⁹.

Là également, la fonction de mère fournit une légitimité à l'éditrice. Uniquement évoquée dans cet entretien, elle est développée ailleurs, notamment dans la presse :

À un moment donné j'ai compris : je veux un livre que je pourrais lire avec ma fille de cinq ans, et qui parle de la perte d'un être aimé ou d'un animal, pour pouvoir ensuite discuter avec elle de ce livre. C'est devenu le vecteur du développement de 'Polyandria' (Ломыкина 2024).

L'expérience personnelle de ces mères, dont la trajectoire de vie en décalage avec l'ordinaire (expérience de vie à l'étranger, histoire familiale marquée par des répressions, contact avec des êtres fragiles) ouvre aux littératures « autres », serait donc un élément de légitimation de ce champ. Le fondateur de la maison d'édition 'KompasGuide' fait figure d'exception : homme, il ne bâtit pas sa légitimité sur une expérience de paternité mais plutôt sur son parcours international. Biélorusse d'origine, Vitali émigre avec ses parents à Montréal après son Bac, puis fait ses études supérieures de langue et de journalisme à Moscou tout en se partageant entre la Russie et le Québec. Au moment de la fondation de sa maison d'édition, il vit à Moscou avant d'émigrer en France en 2013. Valorisant ce parcours international et francophone, il définit l'idée de départ de sa maison d'édition comme la volonté de « former un monde sans frontières »¹⁰. Il est parti d'un projet de revue qui diffuserait les informations sur les opportunités (bourses, cours de langues, bibliothèques, événements culturels) offertes par les instituts culturels étrangers présents à Moscou afin de « permettre aux jeunes de voyager sans quitter Moscou, s'initiant aux cultures hongroise, française, polonaise »¹¹. Vitali opte finalement pour le format d'une maison d'édition qui serait une autre façon, plus complète, de populariser l'idée de « citoyen d'un monde sans frontières » :

C'était, il me semble, en 2009, le vingtième anniversaire de la chute du mur de Berlin. Une maison d'édition italienne a réalisé un magnifique projet intitulé « [1989 : dix nouvelles pour traverser les murs](#) » [...] C'était un projet qui réunissait dix auteurs de pays différents qui parlaient de toutes sortes de murs, mentaux, émotionnels, historiques... Et ce livre entrait parfaitement dans la conception du « citoyen du monde », qui supposait *a priori* l'existence ou la construction d'un monde sans murs. C'est pourquoi 'KompasGuide' a officiellement commencé son activité en 2009 en publiant ce livre, avec lequel nous avons tout appris¹².

Cette construction d'un monde sans frontières, où les enfants et les adolescents russes, quel que soit leur âge, partagent les mêmes préoccupations, les mêmes centres d'intérêt et une même réalité matérielle que leurs homologues étrangers, semble être l'un des éléments distinctifs de cet ensemble de maisons d'édition. La rédactrice de 'La Girafe Rose' formule de la manière suivante à propos d'un des premiers albums jeunesse :

Nous adorions l'idée de donner aux enfants une base grâce à laquelle, dans n'importe quel bac à sable du monde, ils pourraient communiquer et être compris par leur interlocuteur. Car on peut jouer à la Chenille qui fait des trous¹³ pratiquement sans parler. Et c'est compris partout¹⁴ (Nadejda 2023).

Notons que cette idée d'universalité pèse davantage dans la présentation de soi de ce sous-ensemble d'éditeurs jeunesse que l'identification aux homologues indépendants étrangers. En effet, si Orecchio Acerbo est un éditeur à production relativement restreinte, *La Chenille qui fait des trous* est un best-seller mondialement connu, traduit dans plus de cinquante langues et diffusé par une grande maison de l'édition anglophone. Le premier livre traduit par 'La Trottinette', *Cabot Caboche* de Daniel Pennac, est également un classique jeunesse, paru en 1982 chez Nathan, et n'a rien d'une production restreinte. D'après Irina, son objectif premier n'était pas d'éditer à tout prix les nouveautés (ce qui serait la logique des maisons d'édition commerciales), mais de publier en russe « ce que la littérature étrangère avait vu de mieux dans les vingt-trente dernières années », y compris des « classiques qui avaient passé l'épreuve du temps »¹⁵.

Toutefois, au fur et à mesure que la maison d'édition se développait, l'édition de nouveautés revêtait davantage d'importance. Cela peut être expliqué par l'oscillement de ces entreprises entre le pôle de production restreinte et celui de l'édition commerciale.

2. Une croissance inégale, les différenciations à l'intérieur du champ

Les maisons d'édition étudiées ont généralement été fondées par un binôme, ce qui permet de cumuler des compétences et le capital social des deux collaborateurs ou collaboratrices. Ainsi, Tatiana, l'une des deux cofondatrices de 'La Trottinette', est illustratrice et membre d'un groupement de jeunes illustrateurs en vogue qu'elle attire dans la maison d'édition. Lorsqu'elle quitte 'La Trottinette' pour fonder, en 2013, 'Le Corbeau Blanc', elle s'associe avec une traductrice spécialiste des langues scandinaves, auparavant rédactrice dans une autre maison jeunesse. La fondatrice de 'Polyandria', elle, se fait aider par une collègue ayant auparavant travaillé dans une grande maison

d'édition pétersbourgeoise. À la création de 'KompasGuide', Vitali n'a « aucune idée des détails techniques du processus de publication »¹⁶ et se fait aider par Marina, qui a étudié le management de l'édition à l'institut de polygraphie et qui a déjà une expérience de travail dans le domaine.

Ces mises en commun de domaines de compétences et de liens professionnels influent sur la façon dont ces maisons d'édition se partagent le champ et s'y positionnent au moment de leur création. Faire appel à telle ou telle aire géographique (plutôt francophone pour 'La Trottinette' et 'KompasGuide', plutôt anglophone pour 'La Girafe Rose' ou scandinave pour 'Le Corbeau Blanc'), viser en priorité telle ou telle catégorie d'âge, privilégier telle ou telle problématique : la façon dont le domaine dépend initialement des compétences et réseaux personnels des fondatrices et fondateurs. Ce positionnement est modifié par la suite, notamment au fur et à mesure que l'équipe s'agrandit et se professionnalise et que se tissent de nouveaux liens, aux niveaux national et international.

Les récits d'éditeurs dessinent une polarisation à l'intérieur de ce champ. L'un des pôles – celui de la production restreinte – peut être schématiquement représenté par des petites structures aux tâches partagées de façon non différenciée, avec une équipe davantage soudée par des liens de solidarité que par des rapports hiérarchiques, une ligne éditoriale établie par un décideur unique, du moins en apparence (Bourdieu 1999, 4-5), et une production centrée sur la « qualité ». A l'autre bout du spectre – celui d'une production davantage commerciale – se trouveraient des structures plus complexes et hiérarchisées, avec un partage des tâches suivant les domaines de compétences de chacun, un champ de pouvoir différencié en matière de prise de décision et des choix éditoriaux déterminés par des considérations de rentabilité. 'Eksmo' et 'AST', faisant partie du même holding – tout en restant des maisons d'édition séparées – représentent ce second pôle. Ainsi, les deux maisons d'édition ont publié, en 2022, près de 10 000 ouvrages tous genres confondus, tirés à près de 43 millions d'exemplaires pour chacune d'entre elles. 'AST' possède 23 rédactions – dont certaines dédiées à la littérature jeunesse ou jeune adulte – et six marques d'éditeur jeunesse. Cette maison d'édition détient les droits exclusifs pour les œuvres des auteurs jeunesse classiques russes et soviétiques. Ainsi, celles du leader des ventes, Korneï Tchoukovski, ont été tirées à environ 900 000 exemplaires en 2022 (Книжный рынок России 2023).

Les maisons d'édition étudiées partent toutes du premier pôle et connaissent une croissance relativement rapide de leur chiffre d'affaires, de leur équipe, de leur catalogue et de leurs tirages, en dépassant en trois ans la phase d'une petite structure aux responsabilités partagées entre deux ou trois personnes, tout en restant très éloignées, en termes de personnel et de volume de production, de la grande production commerciale. Généralement, elles cumulent, à part inégales, les caractéristiques de l'un ou l'autre pôle, tout en continuant à fonder leur légitimité sur leur appartenance au pôle de production restreinte. Dans l'entretien qu'elle nous a accordé en 2014, la propriétaire

de 'La Trottinette' insiste sur le côté artisanal de la maison d'édition à ses débuts, qui connaît par la suite une *success story* :

Au début, nous avions 4 000 dollars. Littéralement. Et l'ambassade française nous a donné environ 5 000 dollars pour la publication de deux livres. Et nous les avons publiés sans prendre un centime de crédit. Or, cette année notre chiffre d'affaires s'élève à 75 millions de roubles¹⁷.

Les différents entretiens qu'Irina et ses employés nous ont accordés au fil des ans permettent de récapituler la croissance de 'La Trottinette' de la façon suivante¹⁸ :

Croissance de l'équipe	Croissance de la production
2003 2 personnes	2003 : 2 premiers livres
2004 3 personnes	2003-2013 : 300 livres
2014 20 personnes	2013 : 44 livres (avec les réimpressions)
2023 48 personnes	2024 : 100 livres (avec les réimpressions) 2 à 3 nouveautés par mois

Durant les premières années, l'entreprise fonctionne réellement selon le modèle du pôle de production restreinte, les deux fondatrices se partageant tout le travail de production et de diffusion, en déléguant toutefois les ventes, dès la deuxième année, à une troisième personne. Durant cette période, le travail aurait été davantage centré sur la créativité que sur la rentabilité :

Nous étions joyeux. Un livre paraît, c'est super. Il se vend, génial. Il plaît, très bien. Nous avons laissé tomber l'idée du gain et nous ne faisons que travailler¹⁹.

Cette « joie » trouvée dans le travail renvoie davantage à l'idéal soviétique (du moins tel qu'il était proclamé) qu'au modèle capitaliste. Ce fonctionnement mettant en avant l'intérêt intellectuel plutôt que l'argent suppose également un rapport désintéressé de la part des autres acteurs, comme les traducteurs :

La personne ne vient pas vous voir en vous disant « payez-moi pour mon travail », elle vient et vous dit « Dites, j'ai trouvé un livre absolument incroyable, et si vous le publiez ? S'il vous plaît »²⁰.

Toutefois, au fur et à mesure que la maison d'édition grandit, elle se structure et les tâches sont distribuées entre différents services. En 2014, le travail est réparti entre cinq rédactrices (dont la propriétaire qui remplit la fonction de rédactrice en chef), un responsable « technique », un service des ventes, un responsable des relations publiques, un blogueur, deux comptables, un service juridique et, depuis peu, un directeur commercial chargé d'élaborer des stratégies marketing. La maison d'édition fédère autour d'elle un faisceau de collaborateurs et collaboratrices *free-lance* (correcteurs, traducteurs, illustrateurs, etc.). En 2022, le nombre de collaborateurs atteint, d'après la propriétaire, 48 personnes²¹ en comptant les *free-lance*.

L'enthousiasme pur comme moteur de travail se double alors d'un raisonnement sur la rentabilité. En 2014, par exemple, la maison d'édition acquiert les droits de quelques best-sellers (la série de David McKee sur l'éléphant Elmer, les romans de Roald Dahl) qui, outre le fait qu'ils plaisent à Irina, sont destinés à « être bien lancés pour assurer la subsistance [de la maison d'édition] pendant un long moment ». Cette stratégie est identifiée par ses homologues comme semblable à celle des grands groupes, « lorsqu'on publie beaucoup pour s'assurer un revenu moyen : certains livres se vendent bien, d'autres moins, et pour avoir quand même une marge, on doit faire du nombre. Et pour cela, on a besoin de beaucoup de gens »²². Dans un souci de rentabilité, les tirages sont déterminés par le succès commercial prévu : « il y a deux ou trois items qui sont considérés *a priori* comme vendeurs, et qu'on imprime d'emblée en plus d'exemplaires »²³ (Vlada 2024).

Ainsi, un important volume de production, nécessitant une équipe nombreuse, peut être considéré par les confrères comme un marqueur de production « commerciale ». Toutefois, les employés de 'La Trotтинette' eux-mêmes se basent sur d'autres critères pour se positionner dans le champ de l'édition restreinte : faisant appel à des illustrateurs et designers considérés comme d'avant-garde, la maison d'édition se distinguerait par une production de qualité « artisanale » et « à la pièce », alors que des confrères, mettant moins l'accent sur l'innovation graphique et donc se conformant aux goûts du « lecteur moyen », produiraient ce qui pourrait être qualifié de « littérature de masse »²⁴. Les confrères en question, eux, se basent davantage sur les thématiques abordées dans les ouvrages publiés afin de montrer qu'ils ouvrent leur lectorat à de nouvelles approches plutôt que de chercher à contenter leur public.

Or, se positionner comme formateur de goûts serait une marque distinctive de l'édition restreinte. À ses débuts, 'La Trotтинette' recrute, faute de moyens, du personnel sans expérience, formé sur le tard par l'équipe déjà en place, ce qui pourrait potentiellement placer l'entreprise dans une position dominée par rapport aux grands groupes dont les collaborateurs seraient plus qualifiés. Toutefois, l'éditrice le présente au contraire comme une force car cela lui permet de se positionner comme diffuseur de savoir-faire auprès de ses recrues, position qu'elle conserve vis-à-vis des collaborateurs *free-lance*, comme les traducteurs ou les illustrateurs :

En Russie, assez peu de gens sont capables de sélectionner des projets de façon autonome. Beaucoup moins qu'en France, par exemple [...] Nous enseignons aux traducteurs une attitude plus active, parce que nous sommes fatigués d'entendre « donnez-moi quelque chose à traduire ». C'est comme un illustrateur qui vient et qui dit « donnez-moi quelque chose à illustrer », et nous on lui dit « préparez vous-même un projet ou au moins donnez un thème qui vous intéresse, faites quelques croquis pour que nous comprenions ce dont vous avez besoin ». Après cela, 80% des illustrateurs disparaissent dans la nature, et c'est avec les 20% restants que l'on travaille²⁵.

L'éditrice se présente ici comme une médiatrice qui, ayant intégré les modes de fonctionnement étrangers, les inculque aux acteurs russes. 'La Trotтинette' passe donc, en l'espace de vingt ans, d'une petite maison d'édition artisanale à une entreprise

commerciale, avec des rapports hiérarchisés au sein d'une entreprise marquée par un important *turnover*, tout en conservant un label d'indépendance grâce à des choix éditoriaux audacieux, où l'influence de la directrice est primordiale. Certaines autres entreprises étudiées ici suivent un chemin semblable, avec toutefois des variantes. 'KompasGuide', créé cinq ans après 'La Trottinette', a aujourd'hui une structure, une taille et un volume de production comparables. Toutefois, son propriétaire insiste, en 2016, sur la cohésion de son équipe, qui serait davantage un ensemble de personnes partageant les mêmes idées qu'un collectif de travail hiérarchisé :

Nous attirons, je ne sais comment, des gens qui aiment ce que nous faisons, qui sont prêts à y souscrire.... C'est plus, me semble-t-il, que de simples employés. Nous n'avons pas de rapports de chef à subordonné. Nous avons un dialogue, une discussion, nous verbalisons tout²⁶.

Cette cohésion puisée dans la communauté de pensée est également déclinée dans les années ultérieures. En automne 2022, par exemple, Vitali souligne son importance en ce qui concerne le positionnement vis-à-vis de l'invasion de l'Ukraine par la Russie :

Ce que nous avons pu faire en tant que maison d'édition, c'est de décider pour nous-mêmes ce qui est noir et ce qui est blanc, où est le bien et où est le mal, pour ne pas ensuite faire de compromis avec notre conscience²⁷.

La définition d'une ligne de pensée partagée par l'équipe implique des choix pratiques. Depuis le déclenchement de la guerre à grande échelle en Ukraine, Vitali renonce notamment à participer aux salons du livre internationaux, par solidarité avec son équipe qui ne peut pas l'y rejoindre en raison du prix des billets et des difficultés liées à l'obtention des visas. Ainsi, tout en étant une structure professionnalisée, où les tâches sont réparties entre divers services, 'KompasGuide' conserve ces caractéristiques d'une petite maison d'édition artisanale que sont la solidarité et la complicité qui transcendent des rapports strictement professionnels.

'La Girafe Rose' se trouve à l'autre bout du spectre. En se comparant à ses homologues, sa rédactrice en chef affirme : « nous sommes petits, bien plus petits que La Trottinette, et bien plus lents ». L'équipe éditoriale, en effet plus restreinte, témoigne toutefois d'une différenciation des tâches : elle est composée d'une directrice, de deux rédactrices, d'un maquettiste, d'un directeur artistique et d'une responsable des relations publiques. En 2013, son chiffre d'affaires s'élevait à 43 millions de roubles (Environ 550 000 euros au cours de décembre 2014) (Марсияпова 2014b), ce qui est un peu plus de la moitié de celui de 'La Trottinette' à la même époque. Mais c'est sans doute le volume de production qui les différencie le plus : avant 2022, 'La Girafe Rose' faisait paraître environ 25 livres par an (réimpressions comprises), après 2022 ce volume est descendu à dix ouvrages par an. La petite taille de l'entreprise fait pencher son mode de fonctionnement vers une convivialité fédératrice :

Nous avons aussi une particularité, nous tâchons de ne pas laisser partir les gens complètement. Nous sommes tellement minuscules que tous ceux qui ont travaillé avec nous, qui nous ont aimés, ont été nos amis, restent avec nous pour toujours²⁸.

La maison d'édition serait donc un épiscentre qui réunirait des personnes sur une base émotionnelle autant que professionnelle. Toutefois, la petite taille ne garantit pas forcément la convivialité et l'absence de hiérarchie. Ainsi, 'Balade vers l'histoire', dont l'équipe ne compte que sept personnes, a une structure très hiérarchisée où la convivialité et la formation d'une communauté ne jouent qu'un rôle secondaire.

Outre la taille, ces maisons d'édition se différencient par la distribution géographique des équipes. Deux types d'organisation se dégagent : soit un ancrage géographique fort de l'ensemble de l'équipe à Moscou ou à Saint-Petersbourg, soit une relative internationalisation. Le cas le plus fréquent est celui où le directeur ou la directrice vit au moins une partie de l'année à l'étranger tandis que l'équipe est basée en Russie. Toutefois, il arrive qu'une grande partie de la rédaction se partage entre différents pays (dans l'un des cas, entre États-Unis, République Tchèque, Italie, Moldavie et Serbie), et ce depuis une dizaine d'années. L'habitude du travail à distance – qui s'est généralisé durant la pandémie – a préparé le terrain pour l'éclatement géographique accentué depuis le début de la guerre en Ukraine, en raison de l'émigration d'un grand nombre de professionnels du livre²⁹.

Une telle organisation transnationale offre des opportunités supplémentaires pour la maison d'édition : le ou la propriétaire se trouve ainsi plus proche de ses homologues étrangers, a davantage de visibilité sur les tendances internationales et peut participer aux salons du livre en Europe sans avoir à payer les déplacements depuis la Russie. Ce dernier argument a surtout revêtu de l'importance depuis 2022 lorsque les communications directes avec la Russie ont été coupées, ce qui a considérablement augmenté le prix des déplacements.

La vie à l'étranger est parfois présentée comme un atout par les acteurs eux-mêmes. Ainsi, Vladimir, directeur artistique qui vit à Prague depuis 2014, a acquis une connaissance en interne du marché tchèque en travaillant comme *free-lance* pour des maisons d'édition locales. Cela lui permet d'avoir un regard extérieur sur les illustrateurs et illustratrices russes qu'il compare aux Tchèques, « plus libres techniquement, moins sages, moins conventionnels ». Son rôle de directeur artistique lui permet d'encourager les illustrateurs et illustratrices russes à s'affranchir de leur rôle de « bons élèves » servant les intérêts commerciaux des éditeurs.

Toutefois, l'éloignement géographique peut également être perçu comme une contrainte. D'une part, la présence physique est parfois vue comme un instrument d'autorité voire de contrôle. Ainsi, la directrice de l'une des maisons d'édition se plaint que, lorsqu'elle est absente, l'équipe travaille de façon plus décontractée, et qu'elle a besoin d'effectuer de fréquents séjours à Moscou afin de discipliner ses employés. La présence permettrait, par ailleurs, des formes de sociabilité favorables à la créativité de l'équipe et à la visibilité de la maison d'édition sur le plan local. Ainsi, Nadejda, rédactrice, regrette son émigration récente pour des raisons familiales, car elle se considérerait comme le gage de l'ancrage local de l'équipe, lui permettant de créer une ambiance de convivialité et participer aux ateliers³⁰. Cependant, même lorsque le travail

éditorial se fait à distance, ces maisons d'édition se positionnent comme des entreprises russes et développent des formes de présence locales.

3. Se positionner dans un contexte national et international

La visibilité aux niveaux local et national se construit grâce à une stratégie marketing fondée sur des activités autour des livres. Le manque de moyens pour la promotion dans les premiers temps de l'existence de 'La Trottinette' a poussé les directrices à diversifier leur répertoire d'action : elles « inventent et introduisent dans la sphère d'édition des ateliers d'écriture, des *workshops*, des *master-classes* » (Ломыкина 2024). Irina capitalise sur ses savoir-faire théâtraux pour monter des mini-spectacles autour de livres publiés. Davantage qu'une promotion d'ouvrages précis, il s'agit de faire connaître la maison d'édition auprès d'un public aussi large que possible. Cet élargissement du spectre d'action autour du livre permet à Irina de se présenter, une fois de plus, en découvreuse :

En fin de compte, notre approche a fini par changer notre branche. A partir de 2015, disons, c'est devenu très mal vu de venir sur le marché russe en déclarant « nous sommes une maison d'édition jeunesse » sans savoir faire autre chose que publier des livres. Car on attendait de toi que tu ailles vers les gens (Ломыкина 2024).

De fait, la création d'événements autour du livre est partagée par les autres maisons d'édition de notre échantillon qui expérimentent différentes manières d'interagir avec le public. Ces événements tombent en terreau fertile. En effet, la seconde moitié des années 2000 et les années 2010 voient la prolifération de lieux, à Moscou et à Saint-Petersbourg, mais également dans d'autres villes russes, où des événements visant à promouvoir des lectures jeunesse critiques et vues comme occidentalisées ont toute leur place. Un réseau de plus en plus ramifié de salons et de festivals du livre, organisés à l'initiative des pouvoirs locaux ou d'acteurs comme des librairies, des centres culturels ou des bibliothèques, avec le soutien de l'État³¹ ou de fondations et de sponsors privés, se développe. Parmi les événements les plus cités par nos enquêtés, se trouvent les anciens salons du livre, comme la Foire internationale du livre de Moscou³², ou nouvellement institués comme Non/Fiction³³, ou la Foire de la place Rouge³⁴. Certains événements importants se déroulent en province, comme KRIAKK, le salon du livre de Krasnoïarsk institué par la fondation Prokhorov (qui s'est tenu annuellement de 2009 à 2021), le [Festival du centre culturel Smena à Kazan](#) ou encore le [Festival du livre d'Irkoutsk](#).

Outre ces événements de taille importante, les maisons d'édition indépendantes organisent des spectacles ou des ventes dans des cadres plus confidentiels. Elles participent aux événements organisés par des librairies, proposent des *workshops* et des ateliers dans des « endroits où s'entassent toutes sortes de personnes et où il se passe tout le temps quelque chose »³⁵. Elles profitent notamment de l'émergence de lieux destinés à la couche aisée et dotée d'un important capital culturel, pour laquelle développer son potentiel intellectuel et artistique fait partie des loisirs des adultes autant que de leurs enfants. Par exemple, en 2014, Irina cite l'école [Seasons](#), créée en 2009 par la revue

Seasons Life au sein de l'ancienne fabrique moscovite Flacon [Флакoн] transformée en tiers-lieu, qui propose des ateliers pour enfants et adultes. Ces nouvelles maisons d'édition investissent également le réseau des bibliothèques, dont certaines connaissent un renouveau dans leur façon de concevoir l'espace d'accueil du public et les méthodes de travail avec les enfants dès les années 2010, devenant davantage des lieux de diffusion active des savoirs plutôt que ceux de leur conservation (Кнорре-Дмитриева 2015).

Ces nouvelles maisons d'édition s'inscrivent donc dans un contexte où de nombreux acteurs, publics comme privés, promeuvent la popularisation de la lecture, en poursuivant des objectifs divers, dont certains peuvent diverger avec la politique éditoriale des éditeurs jeunesse « critiques ». Ces divergences peuvent créer des conflits et des ajustements, mais n'ont jusqu'ici pas empêché le rayonnement de ces entreprises. Ainsi, depuis le début de la guerre à grande échelle contre l'Ukraine et le renforcement de la censure (Thibonnier, Maslinskaia, Ostromoukhova 2023), les organisateurs de certains événements liés au livre diffusent auprès des maisons d'édition des listes d'auteurs et d'ouvrages qui ne doivent pas être vendus à ces occasions. Toutefois, la présence des maisons d'édition elles-mêmes n'a jusqu'ici pas été remise en cause.

Leur rayonnement déborde par ailleurs de ce cadre d'encouragement à la lecture. Natalia, responsable des ventes de 'La Trottinette' depuis la fin des années 2010, ayant travaillé auparavant dans une banque, a gardé des contacts dans le milieu de la finance. Son capital relationnel lui a été utile pour consolider et développer une base de données d'entreprises au sein desquelles la maison d'édition peut faire des ventes à destination des employés³⁶. Ainsi, le service des ventes, chargé du rayonnement sur le territoire russe, met à profit les opportunités offertes par le monde du livre, par des lieux de diffusion de la culture, mais aussi par le monde de l'entreprise.

Le siège de ces maisons d'édition devient lui-même un centre de rayonnement auprès des lecteurs. Avant d'avoir son propre espace de vente, 'La Trottinette' utilisait les locaux de la rédaction comme base d'événements en y organisant des excursions pour expliquer son fonctionnement ou pour présenter des ouvrages. Au fil du temps, la plupart des maisons d'édition étudiées se sont dotées d'une librairie servant de plateforme aux événements (clubs de discussion, spectacles, ateliers d'écriture, etc.) et aux *master-classes*, tout en devenant un lieu de socialisation, des *safe places* à l'intersection entre un chez-soi et une librairie :

Je voulais créer un espace où l'on vienne sans comprendre où l'on se trouve. Chez quelqu'un peut-être ? Parce qu'il y a une cuisine où l'on peut prendre un café, manger un morceau. Je voulais que ce soit un lieu pour fuir l'agitation moscovite. Où l'on peut se permettre de rester une heure à lire un livre, à fuir la réalité... ou au contraire la rejoindre³⁷.

Cette conception de la librairie comme lieu où s'instaure un rapport de proximité avec le lecteur reflète la conception de la petite édition comme dépassant le strict cadre commercial pour établir un lien de proximité avec ses clients. Les librairies permettent

de créer et de maintenir des communautés de lecteurs qui, par-delà les livres achetés pour leurs enfants, se retrouvent autour de loisirs partagés.

Les outils numériques, largement utilisés par les services de vente, permettent de détacher ces communautés de parents de lecteurs de l'ancrage géographique. Outre les réseaux sociaux qui fédèrent la clientèle en l'informant des événements et en lançant des sujets de discussion, Zoom (logiciel de vidéophonie) – dont l'usage s'est intensifié depuis la pandémie du Covid-19 – permet d'organiser des clubs de lecteurs, avec des discussions et des cours (virtuels) pour toutes les catégories d'âge.

Outre le rayonnement sur le territoire de la Russie, ces maisons d'édition construisent et entretiennent une présence à l'international. La participation aux salons du livre européens, notamment ceux de Francfort et de Bologne, constitue un élément important, car il s'agit de rencontrer des homologues et des agents littéraires, mais aussi d'afficher éventuellement son identité à travers un stand, de négocier des acquisitions et, bien plus rarement, des ventes de droits.

Avant 2022, cette présence était surtout fonction des capacités financières des maisons d'édition, car louer un stand et payer le voyage aux membres de l'équipe nécessitaient un investissement que seule une relative stabilité financière rendait possible. 'La Girafe Rose', par exemple, n'a jamais été présente à Bologne, même si sa rédactrice avait rencontré des responsables de cette foire au salon du livre Non/Fiction à Moscou. Après 2022, participer aux salons du livre internationaux est devenu le fruit d'une négociation. En 2022, aucun stand russe n'était présent à Bologne ni à Francfort, bien que certaines directrices se soient déplacées à ces événements pour honorer des rendez-vous. Dès le printemps 2023, quelques stands d'éditeurs russes étaient à nouveau présents dans les deux salons, notamment celui de 'La Trottinette' (sous le nom de l'entreprise suisse, SamTam Books³⁸, fondée par la directrice après l'invasion de l'Ukraine par la Russie) et de 'Balade vers l'histoire'. Ces maisons d'édition affichent toutefois leur opposition à la guerre en Ukraine, dans les messages envoyés aux partenaires étrangers et leurs conversations privées, mais également en mettant en exergue les livres de leur catalogue qui encouragent un point de vue anti-guerre ou défendent les libertés civiques.

Un autre enjeu a surgi après 2022 : suite à l'émigration massive de personnes à haut capital culturel, ayant quitté la Russie en raison de leur désaccord avec la politique de Vladimir Poutine, les maisons d'édition étudiées ont perdu une grande partie de leur lectorat. Cette nouvelle diaspora russophone constitue donc également un public cible situé à l'étranger. De nouvelles librairies se créent dans les lieux d'émigration qui s'approvisionnent en premier lieu auprès des maisons d'édition étudiées pour ce qui concerne la littérature jeunesse. En Israël, l'ancienne responsable des ventes de 'La Trottinette' a organisé un festival du livre jeunesse qui se tient plusieurs fois par an à Jérusalem, Tel-Aviv et Haïfa, et où les maisons d'édition étudiées occupent une place privilégiée³⁹. Toutefois, le lectorat exilé ne peut constituer le public cible principal. La directrice de 'Polyandria' le formule dans des termes très pragmatiques : bien que

nombreux, ce public reste toutefois incomparablement plus restreint que celui resté en Russie. La rédactrice de 'La Girafe Rose' en donne une justification d'ordre éthique :

Il m'est très important que ces livres soient lus par ceux qui sont restés en Russie. Tout comme il m'est très important qu'ils soient lus par des enfants qui n'ont pas chez eux une énorme bibliothèque. Parce que ceux qui l'ont, même s'ils n'ont pas lu Stephen Hawking ou Maria Parr, ils liront autre chose, ce que leurs parents ont lu au XX^e siècle, ce seront quand même des enfants éduqués et bien élevés. Il me semble beaucoup plus important que nos livres soient lus par d'autres enfants, ceux qui en ont réellement besoin⁴⁰.

Cette visée civilisatrice met en évidence le rôle de passeurs que s'attribuent ces maisons d'édition. L'élément distinctif qui sert de légitimation partagée par ces maisons d'édition est celui d'une démocratisation de la littérature de qualité dans le but d'éduquer les enfants russes aux valeurs humanistes.

4. Le portefeuille éditorial : de l'importation à la création d'une nouvelle littérature russe

Ces valeurs humanistes sous-tendent en effet l'ensemble du portefeuille éditorial de ces maisons d'édition. Chacune les décline toutefois différemment en fonction de ses réseaux, possibilités, choix et contraintes, qui évoluent dans le temps.

Une particularité du contexte russe réside dans la présence tangible d'un cadre législatif qui impose la catégorisation de toute production par tranches d'âge et qui l'expurge de certains sujets, tels qu'alcool, drogues ou sexe dont la mention écarte l'œuvre du domaine jeunesse, contraignant l'éditeur à la libeller 18+⁴¹. Alors que la diversité des comportements sexuels est une thématique importante dans la littérature adolescente, une loi de 2013 contraint les éditeurs russes à bannir toute référence à l'homosexualité. Bien que certaines ruses permettent aux auteurs et aux éditeurs de négocier la présence ponctuelle de personnages homosexuels, il leur est globalement impossible d'aborder cette thématique de façon frontale. Le spectre des sujets explicitement prohibés ou évités par précaution s'est sensiblement élargi depuis le début de la guerre en Ukraine, suite à l'instauration de la censure martiale et l'intensification des répressions (Thibonnier, Maslinskaia, Ostromooukhova 2023).

Tout en restant peu ou prou dans ce cadre, les maisons d'édition étudiées optent toutes, dans un premier temps, pour la publication de traductions d'œuvres étrangères. Outre les trajectoires internationales des éditrices et éditeurs que nous avons déjà évoquées, ce choix est dû à plusieurs autres facteurs. Le premier est celui d'une plus grande facilité : l'achat des droits et la traduction d'un ouvrage qui a déjà fait ses preuves nécessiterait, d'après les enquêtés, moins de savoir-faire et de temps de travail que la création d'un ouvrage *ex nihilo* sur un sujet précis qui impliquerait de trouver un auteur, un illustrateur et de coordonner le processus de collaboration entre eux. Les maisons d'édition se lancent dans ce type de projet dans un second temps lorsque la taille et l'expérience de l'équipe le permettent. Le deuxième facteur qui retarde l'arrivée

d'ouvrages russes dans le catalogue de ces maisons d'édition est un relatif manque, dans les années 2000, d'un système de légitimation nationale. Quasiment inexistantes en URSS⁴², les prix actuels pour les auteurs jeunesse n'apparaissent qu'à partir du milieu des années 2000. On peut distinguer deux types de prix : ceux qui visent à promouvoir des œuvres inédites, pouvant ainsi servir de réservoir d'auteurs potentiels aux maisons d'édition⁴³, et ceux qui récompensent des livres déjà publiés, augmentant ainsi le capital symbolique des maisons d'édition⁴⁴. En 2014, la directrice de 'La Trottinette' décrit ainsi les prix russes existants :

Nous, on publie les lauréats des prix Andersen, Astrid Lindren, etc. En ce qui concerne les livres que nous publions, parfois ils reçoivent aussi des prix, Grand livre [Большая книга], par exemple, ou un prix pour le design, ou autre chose. Mais notre système de prix est tellement chaotique en ce moment qu'on ne peut pas vraiment dire que ça compte. Nous les indiquons partout, ces prix, bien sûr, mais on ne peut pas dire qu'il existe une distinction russe qui soit réellement significative⁴⁵.

Cette distanciation par rapport au système de légitimation russe – alors que les prix étrangers constitueraient des valeurs sûres – permet à 'La Trottinette' et aux autres maisons d'édition étudiées de s'instituer en tant qu'instances légitimantes en lançant elles-mêmes des concours. Certains d'entre eux visent à inciter les auteurs à créer des albums illustrés⁴⁶, d'autres cherchent à attirer des auteurs de textes pour adolescents⁴⁷. Leurs modèles sont souvent étrangers. Par exemple, la rédactrice de 'Corbeau Blanc' décrit ainsi le [concours](#) qu'elle a initié :

Nous avons eu l'idée quand nous avons publié le livre sur Astrid Lindgren. Quand elle raconte comment ça marchait dans sa maison d'édition, le concours littéraire qu'ils organisaient, c'était formidable. Alors on s'est dit qu'il nous fallait ça aussi [...]. C'est différent des autres concours qui mettent l'accent sur l'illustration [...] On a déjà fait quatre saisons, et on a découvert de jeunes talents très chouettes.

Aussi, dès lors qu'elles ont des ressources et la notoriété suffisantes, ces maisons d'édition se constituent un portefeuille d'auteurs russes, réunissant autour d'elles une nébuleuse d'écrivains et d'illustrateurs, notamment grâce aux concours qu'elles initient et dont l'idée est souvent importée.

Le ratio entre les livres étrangers traduits et les livres russophones dans le portefeuille des maisons d'édition étudiées s'inverse depuis 2022, ce qui est dû en grande partie aux difficultés pour signer de nouveaux contrats avec les maisons d'édition étrangères. La rédactrice de 'La Girafe Rose', par exemple, affirme « devoir restructurer » le portefeuille éditorial, composé à plus de la moitié d'auteurs étrangers avant la guerre⁴⁸. Le directeur de 'KompasGuide' estime qu'aujourd'hui, sa maison d'édition publie à 85-90% les auteurs russophones de l'espace « post-soviétique »⁴⁹. Cette inversion de la tendance est en partie contrainte par la situation géopolitique. Elle résulte également de la formation de milieux d'écrivains et d'illustrateurs russophones correspondant aux critères fixés par les maisons d'édition étudiées (sujets d'actualité, regard critique, écriture innovante, illustrations rompant avec le réalisme pour s'inspirer des tendances diffusées par les

prix européens). Ce repli sur la littérature russophone contribue à renforcer la légitimité des maisons d'édition qui, dès lors, se présentent comme instigatrices et exportatrices de cette nouvelle littérature jeunesse.

Conclusion

Dans cet article, nous avons mis la focale sur un type d'acteurs du monde éditorial post-soviétique. Petites ou moyennes, les maisons d'édition étudiées bâtissent leur légitimité comme sous-champ autonome sur des marqueurs d'indépendance éditoriale. Elles s'opposent à une production de masse, commerciale, qui capitalise entre autres sur un héritage soviétique légitime consacré durant les quatre dernières décennies de l'URSS. Suivant le modèle d'indépendance soviétique qui implique une autonomie par rapport aux structures publiques, elles marquent également leur distance par rapport à l'État qui mène une politique de repli identitaire *a contrario* des « valeurs occidentales » que les maisons d'édition étudiées se donnent pour mission de diffuser, sans toutefois transgresser ostensiblement les interdits légaux.

Les acteurs étudiés soulignent eux-mêmes le décalage entre leur production et l'inertie d'un lectorat « de masse » qui souhaite reproduire, dans les lectures faites aux enfants, celles de leur propre jeunesse soviétique. Les chiffres confirment cet état de fait : parmi les dix ouvrages qui ont connu les tirages les plus importants en 2022, aux côtés de Pouchkine, de Rowling et d'Astrid Lindgren, figurent cinq classiques soviétiques et seulement une autrice russe contemporaine (Книжный рынок России 2023). Ces mêmes classiques dominent le classement depuis au moins dix ans⁵⁰, alors que les auteurs promus par les maisons d'édition étudiées – tout comme ces entreprises elles-mêmes – sont absents du rapport sur l'état du marché du livre russe.

Cette relative confidentialité peut servir de refuge à ces maisons d'édition qui se retrouvent – ne serait-ce que provisoirement – à l'abri des répressions qui visent en premier lieu des productions à succès. Toutefois, cela contredit la logique commerciale selon laquelle les ventes sont corrélées à une certaine publicité. Les entreprises étudiées jouent donc sur l'équilibre fragile entre confidentialité et renommée, en créant et en élargissant sans cesse des communautés de pensée qui incluent professionnels du livre et lectorat. Adoptant une posture de formatrices – autant pour les professionnels du livre que pour les parents des lecteurs et les lecteurs eux-mêmes dont elles souhaitent modifier les goûts, le rapport au monde, à la parentalité, etc. –, ces maisons d'édition oscillent entre éducation et militantisme, les limites étant brouillées par un contexte de guerre où les divergences culturelles sont instrumentalisées par l'État.

Notes

- 1 Entretien avec Vladimir (29 mars 2023).
- 2 Il s'agit d'un projet de popularisation de l'histoire des idées et de la culture, destiné aux adultes, créé par le journaliste Philippe Dziadko en 2015. Ce projet lance une application avec cours et podcasts à destination des enfants en novembre 2020, suite à une demande née pendant les confinements durant la pandémie du COVID-19. Ce projet fait partie des plus connus, mais il est loin d'être le seul. Des projets de popularisation de sciences humaines et sociales ainsi que des sciences dures se multiplient au milieu des années 2010, on en répertorie autour de 250 en russe en 2018 (Чередниченко, Лапко, 2021).
- 3 Notamment, le statut d'« agent de l'étranger », appliqué massivement depuis le début de la guerre en Ukraine aux institutions et personnalités d'opposition, implique, dans sa dernière version datant de 2023, l'interdiction de publier des livres et de travailler avec les enfants.
- 4 Les autres catégories étant « les manuels », « la non-fiction adulte » (économie, politique, histoire, matières techniques), la « littérature appliquée » (maison, vie quotidienne, loisirs, cuisine, psychologie, médecine, ésotérisme), et « divers ».
- 5 Une dénomination commerciale à part appartenant à une maison d'édition. Une marque d'éditeur peut résulter d'un rachat d'une maison d'édition par une autre, ou d'une création d'une nouvelle ligne éditoriale. Elle sert généralement à commercialiser une production visant un segment de population précis, comme, par exemple, les enfants, les étudiants, etc.
- 6 Tania (diminutif de Tatiana) est une amie d'Irina et cofondatrice de 'La Trottinette'.
- 7 Entretien avec Irina (Moscou, 4 décembre 2014).
- 8 Entretien avec Nadejda (Zoom, 29 mars 2023).
- 9 Entretien avec Darina (Zoom, 12 janvier 2024).
- 10 Entretien avec Vitali (Moscou, 11 mai 2016).
- 11 Entretien avec Vitali, 2016, entretien cité.
- 12 Entretien avec Vitali, 2016, entretien cité.
- 13 Il s'agit du célèbre album d'Eric Carle, *The very hungry caterpillar*, publié en anglais en 1969. L'édition russe, par 'La Girafe Rose' s'intitule *Une chenille très affamée* [Очень голодная гусеница].
- 14 Entretien avec Nadejda, 2023, entretien cité.
- 15 Entretien avec Irina, 2014, entretien cité.
- 16 Entretien avec Vitali, 2016, entretien cité.
- 17 Environ 960 000 euros selon le cours de décembre 2014. Entretien avec Irina, 2014, entretien cité.
- 18 Les chiffres sont approximatifs et peuvent varier d'une source à l'autre.
- 19 Entretien avec Irina, 2014, entretien cité.
- 20 Entretien avec Irina, 2014, entretien cité.
- 21 Entretien avec Irina (Francfort, 19 octobre 2022).
- 22 Conversation informelle avec Ekaterina (Bologne, 9 avril 2024).
- 23 Entretien avec Vlada (Zoom, 20 mars 2024).
- 24 Entretien avec Maria (Zoom, 17 avril 2024).
- 25 Entretien avec Irina, 2014, entretien cité.
- 26 Entretien avec Vitali, 2016, entretien cité.
- 27 Entretien avec Vitali (Paris, 10 octobre 2022).
- 28 Entretien avec Nadejda, 2023, entretien cité.
- 29 Les chiffres exacts des Russes émigrés après le 24 février 2024 varient selon les sources. Il s'agit dans tous les cas de plusieurs centaines de milliers de personnes, pour la plupart jeunes, avec un meilleur revenu et un meilleur niveau d'éducation que la moyenne des Russes (Darieva, Gologva, Skibo 2023).
- 30 Entretien avec Nadejda, 2023, entretien cité.
- 31 Par exemple, l'Agence fédérale de la presse et des communications de masse lance, à partir de 2007, un « programme national de soutien au développement de la lecture », destiné à répondre à « la crise de la culture du livre, où la Russie a atteint un seuil critique de délaissement de la lecture ». [Des mesures de popularisation de la lecture chez les jeunes sont donc subventionnées dans ce cadre.](#)
- 32 Les origines de ce salon du livre remontent à l'Union soviétique : après deux manifestations ponctuelles en 1967 et en 1977, une foire internationale régulière avait été instituée dès 1977. Interrompue en 1991, elle a ensuite été relancée par des acteurs russes, et se déroule sur une base annuelle à partir de 1998 ([Foire internationale du livre de Moscou](#)).
- 33 Instauré en 1999, ce salon du livre se positionne comme étant davantage centré sur la littérature « intellectuelle » que le salon du livre de Moscou, plus commercial ([Non/Fiction](#)).
- 34 Organisé par le ministère de la Presse et des Communications de masse, ce festival a débuté en 2015 à l'occasion de l'« Année de la littérature ».
- 35 Irina, 2014, entretien cité.
- 36 Entretien avec Natalia (Haïfa, 17 avril 2023).
- 37 Entretien avec Darina, 2024, entretien cité.
- 38 Ce nom reprend la première syllabe de 'La Trottinette' – Sam(okat) – qui est également la première syllabe de Sam(izdat), l'édition clandestine de l'époque soviétique. La deuxième syllabe, Tam, signifie « là-bas », donc à l'étranger, et fait référence au tamizdat, les ouvrages censurés en URSS publiés à l'étranger. Grâce à ce jeu de mots, le nom de l'entreprise suisse rattache l'appellation enfantine de la maison d'édition russe à la tradition soviétique de contournement de la censure.

- 39 Festival « Dans la valise » [[В чемодане](#)].
- 40 Entretien avec Nadejda, entretien cité.
- 41 Ces dispositions sont prévues par la loi FZ-436, « protégeant les enfants des informations pouvant porter atteinte à leur santé et à leur développement », votée en 2010, entrée en vigueur en 2012 et amendée plusieurs fois depuis, pour inclure, notamment, l'interdiction de la « propagande homosexuelle » en 2013.
- 42 Les prix littéraires pour les auteurs jeunesse étaient couplés, en URSS, avec ceux des auteurs qui écrivaient pour les adultes (prix Staline, prix Lénine, etc.). Un prix spécifique pour la production jeunesse – le prix Kroupskaïa – a fonctionné au niveau de la RSFSR entre 1969 et 1991, mais il n'était pas spécifique à la littérature et récompensait aussi bien des écrivains et des illustrateurs que des animateurs, metteurs en scène de théâtre et de ballet, acteurs de théâtre et de cinéma, etc.
- 43 Prix Krapivine (2006), Kniguru (2010), Festival de l'illustration MORS (2015).
- 44 Prix Grand livre [Большая книга] (2005), pour l'illustration : L'image du livre [Образ книги].
- 45 Irina, 2014, entretien cité.
- 46 Le premier concours de ce type a été « [Le livre de l'intérieur](#) », lancé par 'La Trottinette' en 2017 pour favoriser la création de livres illustrés pour la catégorie d'âge 6+. 'La Girafe Rose' a initié un concours semblable, « [Image-cartonnage](#) » [Картина-картонка] en 2023, ciblant la création d'albums pour les tout-petits.
- 47 Par exemple, 'KompasGuide' lance l'appel pour « [KompasFantasy](#) », un prix pour la meilleure œuvre de fantasy en 2023.
- 48 Entretien avec Nadejda, 2023, entretien cité.
- 49 Entretien avec Vitali (Paris, 18 mars 2024).
- 50 Il est difficile d'évaluer la situation plus ancienne en l'absence de chiffres fiables.

Références citées

- Bourdieu Pierre, 1999. « Une révolution conservatrice dans l'édition », *Actes de la recherche en sciences sociales* 126-127 : 3-28.
- Bruel Christian, 2022. *L'aventure politique du livre jeunesse*, Paris : La Fabrique éditions.
- Darieva Tsyppylma, Gologva Tatiana, Skibo Daria, 2023. *Zois Report: Russian migrants in Georgia and Germany: Activism in the context of Russia's war against Ukraine* ([en ligne](#)), Berlin: ZOIS (Zentrum für Osteuropa-und internationale Studien).
- Hellman Ben, 2013. *Fairy tales and true stories: The history of Russian literature for children and young people (1574-2010)*, Leiden: Brill.
- Kelly Catriona, 2007. *Children's world: Growing up in Russia, 1890-1991*, New Heaven, CT: Yale University Press.
- Lanoux Andrea, Herold Kelly, Bukhina Olga, 2021. *Growing out of Communism. Russian Literature for Children and Teens, 1991-2017*, Paderborn: Brill Schöningh.
- Ostromooukhova Bella, 2023. « "Un univers sans sexe et ni mort". Le cadavre dans la littérature jeunesse dans la Russie contemporaine », *Revue russe* 60 : 171-186.
- Thibonnier-Limpek Laure, Maslinskaia Svetlana, Ostromooukhova Bella, 2023. « Dire ou ne pas dire les traumatismes historiques et l'homosexualité dans la littérature jeunesse contemporaine en Russie », *Ilcea* 52 ([en ligne](#)).
- Кнорре-Дмитриева Ксения, 04.02.2015. « Куприянов : библиотека объединит горожан » [Kourpianov : la bibliothèque unira les citadins], *Новая газета* ([онлайн](#)).
- Ломыкина Наталья, 14.03.2024. « Для смелых читателей : как Дарина Якунина 15 лет руководит издательством Поляндрия » [Pour des lecteurs audacieux : Darina Iakounina dirige depuis quinze ans la maison d'édition 'Polyandria'], *Forbes woman Russia* ([онлайн](#)).
- Мирсияпова Халима, 02.03.2014а. « Умные книги » [Les livres intelligents], *Forbes woman Russia* ([онлайн](#)).

Мирсияпова Халима, 30.06.2014b. « “Мам, почитай” : можно ли построить бизнес на любви к книгам » [Maman, lis-moi quelque chose ! Peut-on bâtir une entreprise sur l'amour de la lecture ?], *Forbes woman Russia* ([онлайн](#)).

Чередниченко Л.В., Лапко А.В., 2021. « Формы представления контента в просветительских медиа (на примере просветительского медиапроекта Arzamas) » [Les formes de présentation du contenu dans les médias éducatifs (sur l'exemple du média éducatif Arzamas)], *Litera 5* : 115-131 ([онлайн](#)).

Министерство цифрового развития, связей и массовых коммуникаций Российской Федерации, 2023. « Книжный рынок России, Состояние, тенденции, перспективы развития » [Le marché du livre russe : état, tendances, perspectives de développement], ([онлайн](#)).

Open Access Publications - Bibliothèque de l'Université de Genève
Creative Commons Licence 4.0

