



HAL
open science

Les agents de la globalisation éditoriale : stratégies de conquête et de résistance

Tristan Leperlier, Gisèle Sapiro

► To cite this version:

Tristan Leperlier, Gisèle Sapiro. Les agents de la globalisation éditoriale : stratégies de conquête et de résistance. Réseaux : communication, technologie, société, 2021, Globalisation de la culture et circulation des biens culturels (Vincenzo Cicchelli et Sylvie Octobre, dirs.), 2 (226-227), pp.127-153. 10.3917/res.226-227.0127 . halshs-03079484

HAL Id: halshs-03079484

<https://shs.hal.science/halshs-03079484>

Submitted on 3 Jan 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les agents de la globalisation éditoriale : stratégies de conquête et de résistance

Gisèle Sapiro (CNRS/EHESS-CESSP)

Tristan Leperlier (CNRS-THALIM)

Résumé : La globalisation du marché du livre a été opérée en bonne partie par une catégorie d'intermédiaires : les agents littéraires. Les tendances à l'isomorphisme au pôle le plus professionnalisé du marché mondial du livre tiennent à l'imitation par concurrence et à la diffusion de normes professionnelles. La domination éditoriale étasunienne est allée de pair avec la domination des agences littéraires anglophones et la hausse de la part des traductions de l'anglais. Mais les mécanismes conduisant à l'isomorphisme sont contrés par des logiques de différenciation, comme le montre l'enquête par entretiens menée auprès d'agents de dix pays. Aussi cette homogénéisation autour des normes anglo-américaines s'est-elle accompagnée d'un processus d'hybridation et de diversification, confrontant deux acceptions de la notion de « diversité », ethnique et culturelle. Cette situation de domination multiforme a contraint les acteurs dominés ou en perte de vitesse à réorienter leurs stratégies. Des agences étatiques ont adapté ces normes, comme l'agence israélienne et la French Publishers Agency, évoquées à côté de deux agences indépendantes, Astier-Pécher et Raya, misant sur des écrivains des périphéries.

INTRODUCTION

Marquée par la multiplication de foires internationales à partir des années 1980, la globalisation du marché du livre s'inscrit dans une histoire pluriséculaire. L'histoire du livre révèle que nombre de phénomènes identifiés à la globalisation culturelle, telle l'hybridation des cultures (Crane, 2002), lui sont bien antérieurs (Sapiro, 2010). La formation d'un marché du livre précède l'émergence des cultures nationales et l'industrialisation de l'imprimé au début du XIXe siècle. Les frontières de ce marché étaient linguistiques avant que les États-nations ne leur superposent une segmentation géographique par le contrôle légal de la circulation sur leurs territoires (censure et douanes). Véhicule d'hybridation par excellence, la traduction était largement pratiquée, à commencer par la Bible dont les versions en langues « vulgaires » fut le moteur de la formation de ce marché au XVIIe siècle. C'est par la traduction du latin que ces langues, dont le français, accumulèrent du capital symbolique (Casanova, 2015). Loin d'être endogènes, les cultures nationales se sont elles-mêmes d'abord formées par la traduction, qui permettait de constituer et standardiser un corpus de textes en langue nationale, et par la circulation de modèles (Even-Zohar, 1990 : 45-51).

La globalisation est marquée par le phénomène de l'isomorphisme. Selon la théorie néo-institutionnaliste (DiMaggio & Powell, 1983), trois mécanismes expliquent le phénomène d'isomorphisme des entreprises : la contrainte, l'imitation dans le cadre d'un marché compétitif, et les normes professionnelles. La globalisation du marché du livre passe par le deuxième et le troisième de ces mécanismes. Ainsi les catalogues des éditeurs dominants dans différents pays tendent à se ressembler par la publication des mêmes titres en traduction (Franssen & Kuipers 2013). Cette globalisation est marquée par la domination du roman (qui s'impose dans beaucoup de pays contre la poésie et le théâtre), la circulation accrue des best-sellers et de la littérature de genre (polars, romans

sentimentaux, jeunesse), ainsi que des auteurs entrés au canon littéraire mondial, mais aussi par la diversité ethnique croissante des écrivain-es. L'isomorphisme s'observe également dans les pratiques professionnelles, phénomène non étudié. L'adoption de la Convention de Berne sur le droit d'auteur en 1885, à laquelle la majorité des États-nations se sont ralliés au début du XXe siècle, et la création d'une association internationale des éditeurs à cette époque, ont permis le déploiement de normes internationales. Ces normes ont été redéfinies à l'ère de la globalisation, à l'instigation des États-Unis (qui n'avaient jamais souscrit à la Convention de Berne), par l'adoption en 1994, sous l'égide de l'OMC, des Accords sur les aspects des droits de propriété intellectuelle liés au commerce (ADPIC), dans une conjoncture d'internationalisation et de concentration éditoriale accrues depuis la fin des années 1970. Cependant, la théorie néo-institutionnaliste ne rend pas compte du fait que, dans une industrie de prototypes telle que le livre, l'isomorphisme doit nécessairement être contrebalancé par l'originalité du produit. C'est, de fait, le cas d'un livre traduit, produit différent de l'original, nouveau sur le marché linguistique d'accueil. Les mécanismes de l'isomorphisme sont aussi contrés par d'autres logiques de différenciation (Sapiro, 2016), dont on étudiera les formes et modalités aussi bien dans les pratiques que dans les catalogues (diversité des langues, des genres et des cultures - y compris celles des minorités).

Ces mécanismes sont l'expression de stratégies et de luttes d'un ensemble d'intermédiaires culturels (Jeanpierre et Roueff, 2014) : imprimeurs, éditeurs, agents littéraires, scouts, instances étatiques. Si le rôle des traducteurs (Heilbron et Sapiro, 2002 ; Popa, 2010) ou encore des éditeurs (Sapiro, 2009 ; Lyons et al., 2012) dans les échanges internationaux a été analysé, celui des agents littéraires ne l'a que peu été (Joste, 2010 ; Cottenet 2017). Alors que cette fonction d'intermédiation culturelle était assumée auparavant par une diversité d'acteurs (agences de presse, traducteurs, agences étatiques, services de cession des maisons d'édition), elle a été progressivement concentrée par des agents qui se professionnalisent et se spécialisent dans ces échanges. De « personnel de renfort » de l'éditeur à l'étranger, ils sont eux-mêmes devenus ce qu'on peut appeler des *intermédiaires cardinaux* en déplaçant la terminologie de Becker (1988), qui représentent parfois directement, ou par leurs co-agents, leurs auteurs auprès des éditeurs étrangers. La globalisation du marché du livre est pour partie le produit d'une dialectique entre les stratégies d'hégémonie menées par les agents dominants sur ce marché, et les contre-stratégies de résistance d'agents dominés. À côté des agences privées, il faut également prendre en compte les agences publiques ou semi-publiques, généralement ignorées, alors même qu'elles donnent à voir les stratégies d'ajustement des États-nations à cette globalisation (Heilbron et Sapiro 2018 ; McMartin 2019).

Pour analyser ces contradictions et les situer sur le marché mondial des traductions, il faut tenir compte de la structure du champ éditorial, polarisée selon Bourdieu (1999) entre un pôle de grande production régi par la loi du marché (rentabilité mesurée aux chiffres de vente) et un pôle de production restreinte, où prévalent des critères esthétiques ou intellectuels, à travers la sanction des instances spécifiques (critique, prix littéraires). Si elle peut être transposée au champ éditorial global (Sapiro 2008a), cette théorie doit être combinée avec l'approche en termes de centre et périphérie développée par Wallerstein (2009) pour décrire l'inégalité des rapports spatiaux au sein de l'économie-monde, et transposée par de Swaan (2001) au système de langues (Il définit la centralité d'une langue non selon le nombre de locuteurs premiers, mais selon le nombre d'apprenants), et par Heilbron (1999) au système de traductions : les ouvrages circulent en effet principalement des langues centrales vers les langues périphériques, dans un système d'échange asymétrique. Une analyse géographique montre que ces flux ne sont pas également répartis au sein des aires linguistiques : ce sont les pays dominants et surtout les villes centrales (New York, Londres, Paris, ou encore Beyrouth et Le Caire) où sont concentrées, de longue date, les ressources et les éditeurs dominants, qui exportent le plus (Sapiro 2010 ; 2015 ; Leperlier 2020). Ces rapports de force peuvent évoluer : New York a pris le pas sur Londres vers 1970 ; dans l'air hispanophone, le franquisme a fait fuir des éditeurs qui ont développé l'édition latino-américaine, avec Mexico et Buenos Aires pour centres, Madrid et Barcelone réaffirmant leur domination depuis les années 1970 (Sapiro 2009 : 276-283).

Fondé sur des données constituées à partir de l'Index Translationum de l'Unesco et sur une enquête internationale par entretiens auprès d'agents de dix pays¹, ainsi que sur nos travaux antérieurs sur la globalisation et la traduction (Sapiro, 2008b ; 2009), et sur les espaces transnationaux et plurilingues (francophone et arabophone : Leperlier, 2018 ; 2020), l'article se propose, en observant les stratégies de ces intermédiaires culturels, d'analyser la dialectique de la diffusion des normes professionnelles et de la domination croissante de l'anglais d'un côté, de l'autre des luttes visant à la contrer par une diversité linguistique que promeuvent certains acteurs comme une globalisation plus « authentique » (parce que plus représentative de la diversité des cultures). Dans ces luttes, ce sont aussi deux acceptions de la notion de « diversité » qui s'affrontent, la diversité ethnique (*diversity* au sens qu'elle a pris aux États-Unis dans le contexte du mouvement pour les droits civiques) et la diversité culturelle au sens anthropologique fixé par l'Unesco en 2005, et traduite sur le marché du livre par la diversité linguistique (Sapiro 2009 : 288-301). Rappelons que cette dernière s'est substituée à la notion d'« exception culturelle » promue par le Parlement européen à l'instigation de la France contre l'extension des accords du GATT de libre-échange aux biens et aux services (Regourd 2004).

LA GLOBALISATION DU MARCHÉ DU LIVRE

Un des phénomènes qui caractérise la globalisation est la rationalisation de la production de best-sellers mondialisés, aussitôt traduits et publiés dans une multitude de langues², phénomène qui contraste avec la lente accumulation du capital symbolique au pôle de production restreinte du champ éditorial, sur la base de la reconnaissance par des instances spécifiques au champ littéraire tel le prix Nobel. La tendance à l'isomorphisme qui s'observe au pôle le plus industrialisé et professionnalisé du marché mondial du livre tient, on l'a dit, à l'imitation par concurrence et à la diffusion de normes professionnelles : respect de la propriété intellectuelle, participation à des foires internationales, recours à des agents littéraires, méthodes de négociation et termes des contrats de cession (avances sur droits et pourcentages sur droits d'auteur), limitation de leur durée et territoires couverts, pourcentages prélevés pour l'intermédiation, etc. Or ces normes proviennent en grande partie du Royaume-Uni et des États-Unis, ce dernier pays étant devenu dominants sur le marché mondial du livre depuis les années 1970 : elles sont en grande partie diffusées par les agents qui représentent les éditeurs étasuniens et britanniques à l'étranger, et qui ont aussi conquis le bloc des anciens pays communistes après 1989. La domination éditoriale anglo-américaine, qui passe notamment par la formation de multinationales comme Harper Collins et Penguin-Random house, est allée de pair avec la domination des agences littéraires anglophones, et le renforcement de la part des traductions de l'anglais dans les échanges internationaux.

La domination croissante de l'anglais

En effet, à rebours d'une certaine vision enchantée de la globalisation comme favorisant le métissage des cultures, une analyse des flux de traductions dans le monde montre que, alors que leur nombre a presque doublé entre 1980 et 2008, le pourcentage de titres provenant de l'anglais, langue-source hypercentrale (Heilbron, 1999), a augmenté entre les années 1980 et 1990, passant de 45% à 58% (Sapiro, 2008), pour se stabiliser à 59% dans la décennie suivante (voir tableau 1). Ces données générales concernant le tournant des années 1990 sont complétées ici par une comparaison de la croissance de la part des traductions de l'anglais par pays (tableau 2)³.

¹ A cette enquête sur la profession d'agent, financée par l'EHESS, ont pris part Lilas Bass et Delia Guijarro Arribas. Merci à Alihan Mestci pour la relecture de cet article.

² La directrice d'un *imprint* de HarperCollins nous a expliqué que la sortie des titres en traduction sont programmés au même moment dans les pays européens, afin d'organiser le tour de l'auteur pour la promotion. Entretien avec Terry Karten, le 5.10.2007 (G. Sapiro).

³ L'Index Translationum ayant cessé d'être alimenté en 2008, nos données sont calculées pour la période 2000-2008. Plutôt que les chiffres absolus, dont la fiabilité dépend des bibliothèques nationales, on a retenu les pourcentages car ils indiquent des tendances qui paraissent stables et cohérentes sur la durée, et qui ne peuvent donc avoir évolué qu'à la marge depuis.

Tableau 1 : Évolution de la part des traductions depuis les langues les plus traduites de 1980 à 2008

(source : Index Translationum ; Heilbron et Sapiro 2015 : 380)

Langue	1980-1989	1990-1999	2000-2008
anglais	44,5%	58,3%	59,5%
français	10,8%	10,2%	8,6%
allemand	8,6%	9,5%	8,9%
italien	2,9%	2,9%	2,9%
espagnol	1,7%	2,6%	2,7%
russe	11,5%	2,4%	2,7%
japonais	0,5%	0,9%	2,0%
suédois	1,9%	1,7%	1,7%
danois	1,0%	0,9%	0,9%
néerlandais	0,9%	0,9%	0,9%
polonais	0,9%	0,5%	0,5%
tchèque	1,2%	0,5%	0,5%
hongrois	1,1%	0,3%	0,2%
chinois	0,8%	0,5%	0,5%
arabe	0,6%	0,5%	0,5%
norvégien	0,6%	0,6%	0,7%
portugais	0,4%	0,5%	0,6%
hébreu	0,5%	0,5%	0,4%
Autres	9,5%	5,8%	5,3%
Total	558049	750889	909773

Un premier facteur explicatif de cette augmentation est d'ordre géopolitique. L'anglais conquiert notamment la part qui était celle des traductions du russe, tombées de 11,5% à 2,4% dans le monde, après la chute des régimes communistes. C'est, en effet, en Europe de l'Est, où le nombre de traductions est multiplié par 3 ou 4, que la croissance de la part de l'anglais est la plus spectaculaire (voir tableau 2) : entre les années 1980 et 1990, elle grimpe de 16% à 50% en roumain, de 27% à 64% en polonais, de 22% à 57% en hongrois (où l'allemand ne progresse que de 12,5% à 20%, le français stagne autour de 7%, et le russe chute de 17,5% à 1,5%). En russe, ce sont aussi deux tiers des traductions publiées dans les années 2000 qui proviennent de l'anglais. Mais la part des traductions de l'anglais augmente également, quoique dans une moindre mesure, dans d'autres pays comme l'Allemagne, l'Espagne, Israël, l'Italie, la Suède, restant stable en France et en Norvège (deux tiers) et au Japon (77%).

Tableau 2 : Augmentation de la part des traductions de l'anglais dans différentes langues de 1980 et 2008

(source : Index Translationum)

Langue (Pays)*	1980-1989	1990-1999	2000-2008
allemand (Allemagne)	64,2%**	70,1%	71,1%
espagnol (Espagne)	52,7%	58,4%	58,7%
français (France)	66,2%	66,3%	63,9%
hébreu	74,0%	81,6%	81,6%
hongrois	22,0%	57,0%	58,1%
italien (Italie)	47,8%	55,2%	60,2%
japonais	77,0%	78,0%	77,2%
norvégien	65,1%	65,7%	68,9%
roumain	16,0%	50,0%	50,0%
suédois	64%	71%	90,1%

* Part des traductions de l'anglais dans l'ensemble des traductions publiées dans le pays indiqué.

** RFA uniquement

Or l'augmentation des traductions *de* l'anglais (extraduction) est allée de pair avec leur baisse *vers* l'anglais (intraduction) : la part des titres traduits dans la production éditoriale étasunienne et britannique est tombée à moins de 3% (Allen 2007). De fait, le taux d'intraduction croît en proportion inverse à celui de l'extraduction, c'est-à-dire à mesure qu'on passe des langues et pays centraux aux langues et pays périphériques : 15-18% en France (mais le double en littérature), autour de 25% en espagnol, en italien, en néerlandais, et en polonais (et entre 50% et 60% en littérature pour cette dernière), 35% en portugais, 45% en grec, 50% en bulgare et en turc (Ganne et Minon 1992 ; Heilbron 1999 ; Sapiro 2010 ; Skibinska 2009). Ces flux asymétriques reflètent les rapports de force inégaux entre les langues, les inégalités s'étant accentuées au profit de l'anglais. La taille de la production nationale des pays ne suffit pas à les expliquer (Pym and Chrupala, 2005 ; Ginsburgh et al., 2011), car, d'un côté, le nombre des traductions de l'anglais a augmenté alors même que la part de livres publiés en anglais dans le monde diminuait (Melitz, 2007 : 212), de l'autre, la part des livres exportés du japonais et du chinois, dans lesquels paraissent un grand nombre de livres, est très faible (moins de 2%). Les facteurs explicatifs sont aussi d'ordre géopolitique et culturels.

La domination croissante de l'anglais sur le marché mondial de la traduction ne tient pas seulement à la chute du russe, mais aussi à la baisse relative de la part des autres langues du bloc communiste (polonais, tchèque, hongrois, chinois, etc.), et de manière générale de la part des langues que Heilbron nomme semi-périphériques (entre 1% et 3%) et périphériques : la part de l'ensemble des langues dont proviennent moins de 0,5% des traductions des langues tombe de 10% à 6% puis à 5% entre les décennies 1980, 1999 et 2008 (voir la catégorie « autres » dans le tableau 1). Le français et l'allemand ont, en revanche, maintenu leur position centrale, autour de 9-10%, avec une tendance à la baisse. Parmi les langues semi-périphériques, les seules langues ayant vu leur position se renforcer sont l'espagnol et le japonais (ce dernier grâce aux mangas).

Dix-huit langues-sources, dont treize sont des langues officielles de pays européens, concentrent ainsi environ près de 95% de l'ensemble des traductions dans le monde dans les années 1990-2000 (contre 90% auparavant). Loin de favoriser la diversification des langues sur le marché de la traduction, la globalisation du livre a donc entraîné une réduction de la diversité linguistique autour de quelques langues, au bénéfice de l'anglais. Représentant environ la moitié des traductions dans le monde, la

littérature (à l'inclusion de celle pour la jeunesse) est, selon l'Index Translationum, la catégorie d'ouvrages la plus traduite. Si l'on regarde sa part dans la production nationale de chaque pays, elle est souvent deux fois supérieure à celle de l'ensemble des traductions : en France, par exemple, 35% des nouveautés romanesques sont traduites (contre environ 18% de traductions au total). C'est aussi la catégorie où la diversité linguistique est la plus élevée. De ce fait, notre propos se focalisera désormais sur cette catégorie.

Les agents de l'isomorphisme dans le marché global du livre

Outre le facteur géopolitique de la chute du Mur, l'augmentation globale de la part des traductions de l'anglais et de manière générale la globalisation du marché du livre s'explique par deux autres facteurs : le processus de concentration éditoriale et la montée des agents littéraires.

La concentration de l'édition par fusion/acquisition entraîne une structure d'oligopole à franges (multiplication des petites structures et réduction du nombre des maisons de taille moyenne), caractéristique des marchés compétitifs (Bourdieu, 1999 ; Reynaud, 1999 ; Schiffrin, 1999 ; Thompson, 2010). Augmentant les attentes en termes de rentabilité économique et, plus généralement, les contraintes économiques sur le marché mondial du livre, cette concentration a, en outre, favorisé la formation de multinationales. Certaines sont possédées par des groupes européens comme Bertelsmann-Random House (qui a fusionné en 2013 avec Penguin), Hachette ou Planeta (Schalke et Gerlach, 1999 ; Mollier, 2009). Les deux premiers, cherchant à accéder au marché lucratif de l'édition en anglais, ont pu s'installer aux États-Unis parce que les groupes locaux se désintéressaient du livre, Wall Street le considérant comme un média dépassé (Thompson 2010, 112). Ces fusions-acquisitions ont donc bénéficié à la diffusion de l'anglais plutôt qu'aux autres langues, les multinationales investissant dans les traductions les plus prometteuses sur le plan financier.

En effet, si la littérature est, globalement, la catégorie d'ouvrages où la diversité linguistique est la plus élevée, l'anglais détient un véritable monopole au pôle de grande production du champ éditorial, parmi les best-sellers et la littérature de genre - 9 polars traduits en français sur 10 proviennent de l'anglais entre 1985 et 2002 -, où il concurrence même les langues nationales : de 1985 à 2002, dans la collection « Best-Sellers » chez Laffont, trois quarts des titres sont traduits de l'anglais, surtout de l'américain, contre un quart de titres écrits en français pour la même période, et le nombre annuel moyen de traductions de l'anglais double (de 5 à 12) à partir de 1995, pour un nombre de titres en hausse de 9 à 18 ; seuls 5 titres proviennent d'autres langues (4 de l'allemand et 1 roman d'espionnage du russe avant 1989 ; Sapiro 2008b : 167, 188-197). À l'inverse, le pôle de production restreinte se caractérise par une diversité qui s'est accrue à l'ère de la globalisation : ainsi la collection « Du monde entier » chez Gallimard a publié entre 1978 et 2010 des titres provenant d'une quarantaine de langues (contre 25 de 1945 à 1978), selon nos calculs à partir du catalogue de l'éditeur⁴.

Dans le marché mondial, on constate de même, à partir de l'Index Translationum, une hausse de 135% des titres de Harlequin books traduits entre les décennies 1980 et 1990, soit une croissance cinq à six fois supérieure à la moyenne de 24% pour l'ensemble des traductions dans le monde, et deux fois supérieure à celle des traductions de l'anglais, qui est de 64%. C'est notamment dans les anciens pays communistes que Harlequin books a trouvé de nouveaux débouchés, par exemple en Pologne, où l'on voit le facteur géopolitique se combiner avec le facteur économique des concentrations et de la conquête de ces marchés par les multinationales pour expliquer la croissance du nombre des traductions de l'anglais et l'importation des genres commerciaux. Ce pays a vu en effet, après 1989, la part des traductions doubler, au sein d'une production nationale en forte croissance, à la faveur de la privatisation de l'édition - laquelle se concentre progressivement autour d'un duopole à franges constitué de deux chaînes de librairie qui rachètent nombre de maisons indépendantes - et de l'arrivée de grands groupes étrangers. C'est par ces deux canaux que sont introduits des genres commerciaux absents du marché polonais jusque-là, *thrillers*, *fantasy*, BD, romans sentimentaux. Des auteurs de best-sellers anglophones (Robert Ludlum, Ken Follet, John Grisham, Stephen King, Danielle Steel, Barbara Cartland) y font leur

⁴ Base communiquée à G. Sapiro.

entrée. La traduction depuis l'anglais devient un moyen d'accumulation rapide de capital économique pour les nouveaux éditeurs polonais : sa part passe de moins d'un titre traduit en polonais sur cinq dans la période 1944 à 1990 à deux sur trois entre 1988 et 2004, quand la part du russe chute de 28,5% à 2%, celle de l'allemand et du français diminuant de 9,6% à 7% et de 8,6% à 8% respectivement ; et les best-sellers français tels que *Les Fourmis* de Bernard Werber et *Gorgée de bière* de Philippe Delerm n'y connaissent pas le même succès qu'en France (Skibinska, 2009 : 349, 351 et 353).

Après une première phase de « rattrapage », on observe un phénomène de professionnalisation de l'édition polonaise, marquée par la participation aux foires internationales du livre, l'application de la loi sur le droit d'auteur, l'apparition de co-agents, et la promotion par quelques éditeurs d'auteurs polonais, qui aboutira à l'invitation de la Pologne à la foire de Francfort en 2000. Parallèlement, ces normes professionnelles ne tardent pas à être retournées contre la domination anglophone. Beata Stasinska⁵, cofondatrice de la maison d'édition Wydawnictwo W.A.B, œuvrait à introduire des auteurs d'autres langues, dont de futurs prix Nobel tel Imre Kertesz. Il était, en revanche, très difficile alors de vendre les droits d'auteurs polonais à l'étranger. Elle parvient néanmoins, à la stupeur de ses homologues d'autres pays, à en promouvoir plusieurs sur la scène internationale, parmi lesquels Olga Tokarczuk, qui remportera l'International Man Booker Prize en 2018, puis le prix Nobel de littérature 2018 (décerné en 2019). À cette date, l'écrivaine polonaise était toutefois représentée par l'agence Rogers, Coleridge & White (RCW) au Royaume-Uni. Cet exemple illustre la dialectique par laquelle des agents anglophones captent les auteurs prometteurs des périphéries, et les installent au niveau international.

L'essor des agents littéraires est le troisième facteur ayant favorisé l'unification d'un marché mondial du livre et l'accroissement des contraintes économiques sur ce marché en faisant augmenter les avances sur droits. En effet, les concentrations éditoriales sont allées de pair avec l'externalisation croissante de la tâche de pré-sélection des manuscrits à des agents littéraires représentant les auteurs auprès des éditeurs. Née aux Royaume-Uni à la fin du XIXe siècle (Hepburn, 1968), cette profession s'est développée aux États-Unis dans l'entre-deux-guerres, et a connu un essor dans les années 1960-1970, puis à partir des années 1990, du fait de la reconversion des nombreux éditeurs licenciés au cours des fusions/acquisitions. L'arrivée d'agents extérieurs au milieu de l'édition comme Morton Janklow ou Andrew Wylie à la fin des années 1970 a contribué à instaurer un nouveau rapport de force avec l'éditeur au nom de la défense des intérêts de l'auteur, faisant le pari que plus l'éditeur investirait en avances sur droits, plus il ferait des efforts pour promouvoir et vendre le livre (Thompson, 2010). Ce qui a eu pour effet de concentrer toujours plus l'attention de l'édition sur quelques titres, équivalents des *blockbusters* au cinéma. À côté de ces agents « premiers » (« *primary agent* »), qui représentent l'auteur, il existe des « co-agents », qui s'occupent des droits secondaires (traductions, adaptations cinématographiques, théâtrales, etc.) lorsqu'ils ne sont pas cédés à un éditeur ; certaines agences exercent les deux fonctions.

C'est notamment par le biais de la traduction que s'est opérée la diffusion internationale de cette division du travail entre éditeur et agent, principalement depuis le Royaume-Uni et les États-Unis, qui atteint l'Italie dès l'après-guerre, l'Espagne dans les années 1970 avec l'agente Carmen Balcells (laquelle a contribué à la redéfinition des normes professionnelles et au boom latino-américain), l'Allemagne et les pays de l'Est dans les années 1990, puis la France et d'autres pays comme la Turquie dans les années 2000. D'autant que les premiers agents européens ont souvent d'abord travaillé pour des éditeurs ou des agents anglophones en tant que co-agents, en vue de vendre les droits d'auteurs américains en traduction dans leurs propres pays. Fondée à Paris en 1935 par Michel Hoffman, émigré russe fuyant l'Allemagne nazie, l'Agence Hoffman a d'abord représenté les droits français d'auteurs comme John Steinbeck avant de développer son propre catalogue d'auteurs - Henri Miller lui confia ses droits mondiaux (Cottenet 2017). Les agent-es jouant un rôle pionnier dans certains pays sont souvent des émigré-es qui importent le modèle des États-Unis, à l'instar de Deborah Harris, ancienne éditrice américaine établie à Jérusalem comme agente dans les années 1980, ou de la britannique Susanna Lea, qui fonde son agence à Paris en 2000 après avoir travaillé comme éditrice chez Laffont. Leader, les agences anglo-américaines ont permis la conquête rapide des marchés d'Europe de l'Est au lendemain de 1989. Certaines, à l'instar d'Andrew Nurnberg, ont ouvert des bureaux dans les anciens pays du bloc soviétique, quand d'autres

⁵ Entretien du 14.5.2019 (G. Sapiro).

suscitaient la création de co-agences locales. L'agente franco-polonaise Anna Jarota, qui travaillait pour Nurnberg dans les années 1990, a ainsi créé nombre de bureaux en Europe de l'Est pour le compte de celui-ci, avant de monter sa propre agence en France en 2008 puis en Pologne en 2015, d'abord en tant que co-agente, puis aussi en tant qu'agente première⁶. À l'inverse, l'espagnole Sandra Bruna, qui a commencé comme agente d'auteurs, tend de plus en plus à devenir co-agente : « Il est plus facile de vendre un auteur américain avec un tirage d'un million d'exemplaires et qui a déjà été recommandé, vendu dans tous les pays du monde plutôt que d'essayer de vendre au reste du monde un auteur espagnol qui a un tirage de dix mille exemplaires », expliquait-elle en entretien⁷. De même, en Turquie, les rares agents préfèrent représenter des agences étasuniennes ou britanniques, car c'est presque « gagner de l'argent sans rien faire », précise Nermin Mollaoğlu, fondatrice de Kalem Agency qui tente, au contraire, de promouvoir des auteurs turcs à l'étranger malgré les difficultés⁸.

Sur le plan du contenu, outre la langue, l'isomorphisme et la différenciation concernent les genres et les types d'auteurs promus. Les agents confirment en entretien que l'intérêt pour un nouveau sous-genre tend à s'épuiser face à la surproduction que génère son imitation. Si ces agents contribuent à l'isomorphisme des catalogues d'éditeurs de par le monde, du point de vue des genres, les logiques d'imitation se heurtent aussi à des limites culturelles : par exemple, le « *true crime* », très prisé au Japon, ne prend pas en Israël (pas plus que les livres sur la christianité)⁹ ; de même, la psychanalyse, très appréciée en Argentine, n'intéresse pas les éditeurs néerlandais, centrés sur les neurosciences. La compétence des co-agents consiste précisément à connaître les spécificités des marchés locaux : ainsi l'agente Efrat Lev, de l'agence Deborah Harris en Israël, explique en entretien qu'elle proposera un livre de jeunesse plus « léger » (« *light* »), à l'aspect plus « américain » (« *American-looking* »), à une maison plus « commerciale », et un livre plus « classique », avec des illustrations de style classique, d'inspiration française, comme la série des *Madeleine*, à un éditeur avec un « goût plus haut de gamme » (« *upscale* »)¹⁰. Les agents tendent en effet, comme les éditeurs, à diversifier leurs catalogues entre produits plus commerciaux et ouvrages « haut de gamme » (mais en misant souvent sur les plus commerciaux des « haut de gamme »). De même, la volonté de toucher de nouveaux publics conduit à diversifier les auteurs et les thèmes : la promotion de la diversité ethnique sur le marché anglo-américain a découlé, comme l'émergence de la catégorie « *Women literature* », de la prise en compte du mouvement pour les droits civiques et des combats féministes. Ainsi, la captation des minorités racisées et des auteurs « subalternes » des périphéries de l'espace anglophone a permis à l'édition en pleine concentration de conquérir de nouvelles niches de marché. Cependant, les traductions, considérées comme trop coûteuses et pas assez rentables, se voyaient délaissées, réduisant la diversité linguistique. Cette stratégie visait également à marginaliser le continent européen sur ce marché (et notamment la France, qui y occupait une position dominante), tout en l'alignant sur les normes anglophones (pour en faire un débouché des produits en langue anglaise). Elle a entraîné une mobilisation d'acteurs dominés sur le marché anglo-américain (traducteurs, petits éditeurs indépendants), qui ont promu, contre la domination de l'anglais, la traduction comme vecteur d'une globalisation plus « authentique » (Allen 2007 ; Sapiro 2010, 2015).

Les agents forment au niveau transnational un sous-champ polarisé suivant leur rapport à la langue anglaise et à la diversité linguistique, qui recoupe en partie, comme chez les éditeurs, une opposition entre grande diffusion et diffusion restreinte, avec au premier pôle les grosses agences anglo-américaines qui négocient des droits très élevés, et à l'autre les petits agents dits indépendants. Certains agents dominants cumulent capital économique et symbolique (convertissant en capital économique le capital symbolique – à savoir la reconnaissance et la réputation - accumulé par certains auteurs). En effet, à l'instar des éditeurs, ils tentent généralement de diversifier leur catalogue, avec des auteurs plus « haut de gamme » (« *upmarket* » ou « *upscale* ») et des auteurs plus « commerciaux », selon le vocabulaire en vigueur sur ce marché. Alors que la grande majorité des agences anglo-américaines dominantes se

⁶ Entretien du 21.10.2019 (T. Leperlier).

⁷ Entretien du 27.3.2017 (Delia Guijarro Arribas).

⁸ Entretien du 22.10.2018 (Alihan Mestci).

⁹ Entretien avec Efrat Lev, 14.05.2019 (G. Sapiro).

¹⁰ *Ibid.*

concentrent sur les auteurs anglophones, quelques-unes se distinguent par leur catalogue d'auteurs internationaux, écrivant dans des langues autres que l'anglais. Ainsi, l'agent étasunien Andrew Wylie dit « le chacal », qui représente Philip Roth et Salman Rushdie, mais aussi Milan Kundera ou Orhan Pamuk, s'est fait une réputation de « chasseur de veuves » et a ainsi récupéré les successions de grands noms du canon de la littérature mondiale (Giuseppe Tomasi di Lampedusa, Hermann Broch, Czesław Miłosz, Yukio Mishima, Albert Camus, Italo Calvino, etc.), moyen d'accumuler rapidement du capital symbolique immédiatement reconvertible en capital économique. De même, Andrew Nurnberg s'occupe de la succession de la franco-algérienne Assia Djebar ou du dissident russe Vassili Grossman. Par le biais de sa dizaine de bureaux dans le monde il représente un grand nombre d'auteurs non-anglophones (comme Witold Szablowski par le bureau polonais), ou encore, depuis ses bureaux londoniens, des auteurs à succès comme Frédéric Beigbeder et Jonathan Littell. La cession des droits des *Bienveillantes* de ce dernier à Harper Collins pour un million de dollars en 2006 avait fait scandale dans le monde de l'édition française, très rétive à l'arrivée des agents. Par ailleurs, ces derniers cherchent à diversifier leur catalogue en promouvant des auteurs dits non-occidentaux, comme l'écrivaine kenyane Yvonne Adhiambo Owuor, représentée par Wylie.

LOGIQUES DE DIFFERENCIATION ET DE RESISTANCE

Tandis que quelques agences littéraires anglophones concentrent entre leurs mains capitaux économique et symbolique, les mécanismes conduisant à l'isomorphisme par imitation des catalogues sont contrés par des logiques de différenciation qui valorisent les spécificités linguistiques, culturelles ou esthétiques. Cette situation de domination multiforme a, en effet, contraint les acteurs dominés ou en perte de vitesse sur ce marché mondial à réorienter leurs stratégies. Le processus d'homogénéisation autour des normes d'origine anglo-américaine s'est ainsi accompagné d'un processus complexe d'hybridation et de diversification, visible dans les catalogues des agents. Ainsi s'est structuré, au sein du marché mondial du livre, un sous-champ transnational des agents où, à l'expansion capitaliste de l'anglais, répondent, au pôle de diffusion restreinte, des stratégies de distinction promouvant la diversité et l'originalité. D'une part, des agences étatiques de petits pays dominés comme Israël, ou d'anciens pays dominants comme la France, ont adopté et adapté ces normes, et promeuvent au niveau mondial leurs auteurs nationaux, mais aussi, de plus en plus, les minorités ethniques ou auteurs étrangers écrivant dans la langue nationale et publiés par des éditeurs nationaux. D'autre part, des agents privés occupant une position dominée sur le marché, se spécialisent dans des niches, comme la représentation de minorités linguistiques et ethniques dans des langues autres que l'anglais.

Les agences étatiques : de la promotion des langues et littératures nationales à la diversité culturelle

La multiplication des agences étatiques ayant pour mission de soutenir l'extraduction des littératures nationales atteste le rôle que continuent de jouer les États-nations dans la globalisation, mais aussi leur nécessaire adaptation aux contraintes du marché du livre. Si certains États, notamment dans le monde arabe, ont mené, dans une perspective développementaliste, des politiques de « rattrapage » par l'intraduction (Jacquemond, 2009), la politique de soutien à l'extraduction a pour objectif le « rayonnement » de la culture nationale et, de plus en plus, le soutien économique aux entreprises. Le Book Institute polonais a mis en place un programme d'aide qui a subventionné, dans les dernières années, 1800 traductions du polonais, d'auteurs comme Czesław Miłosz, Wisława Szymborska, Ryszard Kapuściński ou Olga Tokarczuk¹¹. Pour les États soucieux d'asseoir leur hégémonie, l'extraduction peut aussi relever du « *soft power* ». Après l'agence soviétique qui gérait la cession des droits d'auteurs d'URSS dès l'entre-deux-guerres, Israël et les Pays-Bas ont été pionniers parmi les petits pays pour mettre en place une telle politique (Heilbron et Sapiro, 2018). On examinera le cas israélien, qui illustre la stratégie pionnière d'un pays périphérique, pour aborder ensuite celui de la

¹¹ <https://instytutksiazki.pl/en/about-us/contact.11.mission.41.html>

G. Sapiro et T. Leperlier, « Les agents de la globalisation éditoriale : stratégies de conquête et de résistance », *Réseaux*, n°226-227, 2021, p. 127-153. DOI: 10.3917/res.226-227.0127.

French Publishers' Agency, représentatif de celle d'un pays autrefois dominant en relatif déclin sur ce marché.

Promouvoir la littérature d'une langue périphérique : le cas de l'hébreu

L'Institute for the Translation of Hebrew Literature (ITHL), fondé en 1962 pour promouvoir la littérature hébraïque moderne à l'étranger et toujours actif à ce jour, présente un cas extrême d'évolution de la politique d'exportation culturelle, initialement élaborée dans une phase de construction de l'identité nationale d'un jeune État sous un régime d'économie dirigée (socialiste), vers un modèle plus compatible avec l'économie de marché, introduite en Israël à la fin des années 1970. À la fin des années 1980, une augmentation substantielle de crédits du ministère des Affaires étrangères, soucieux d'améliorer l'image d'Israël à l'étranger en pleine Intifada, permet à l'ITHL de développer son activité et de se professionnaliser, en faisant évoluer ses méthodes pour les adapter à un marché mondial du livre en pleine transformation, et pour répondre à l'apparition de l'agence privée de Deborah Harris, qui lui fait concurrence notamment en propulsant David Grossman sur la scène internationale. Abandonnant son activité éditoriale propre (édition d'une revue et projets d'anthologies dans différentes langues), l'ITHL se recentre sur une activité d'aide à la traduction et d'agence littéraire semi-étatique représentant les auteurs israéliens auprès d'éditeurs étrangers, activité lucrative dont dépend l'agence pour un tiers de son budget (les deux tiers restants provenant des ministères des Affaires étrangères et de la Culture)¹². L'édition d'un catalogue est le signe de l'alignement de l'ITHL sur les normes établies par les professionnels du marché mondial de la traduction que sont les agents littéraires, avec le travail de prospection auprès des éditeurs, la participation à la foire de Francfort et à l'organisation de la foire de Jérusalem. Son activité se distingue cependant d'une agence privée en ce qu'elle représente la littérature israélienne en hébreu, alors que Deborah Harris insiste en entretien sur son goût personnel, et diversifie son catalogue avec des écrivains palestiniens et de la non-fiction, important aussi des auteurs anglophones¹³.

Jusqu'à-là circonscrit à la littérature pour adultes publiée par des écrivains juifs écrivant en hébreu, son catalogue évolue également : tandis que sont délaissés les genres mineurs qui ont peu de chances d'être traduits (théâtre, poésie), l'ITHL y intègre le roman qu'un écrivain issu de la minorité arabe israélienne, Anton Shammas, a publié en hébreu en 1986 (*Arabesques*) et, suivant là aussi une tendance du marché mondial du livre, la littérature pour la jeunesse, qui contribue à l'augmentation des traductions de l'hébreu dans toutes les langues : multipliés par dix (de 8 en 1984-5 à 80 en 1998-9), les titres pour la jeunesse atteignant désormais un quart de l'ensemble des traductions de l'hébreu¹⁴. Il est difficile de mesurer l'impact spécifique de l'ITHL dans la diversité des facteurs qui ont conduit à l'essor des traductions de l'hébreu dans le monde, l'Allemagne et la France étant les premiers pays à marquer un intérêt accru, suivis par les États-Unis, les Pays-Bas et l'Italie. Il est cependant indéniable que l'Institut – cité par la plupart des éditeurs français avec lesquels nous sommes entretenus comme un agent reconnu – a eu un impact sur la traduction par ses actions incitatives, le travail auprès des éditeurs et les aides proposées. Devenu un modèle pour ses équivalents dans d'autres pays, scandinaves notamment, l'ITHL comptait en 2000 181 auteurs à son catalogue. L'année précédente, il avait cédé les droits de 87 titres, traduits en seize langues¹⁵. Depuis lors, la réduction des subventions étatiques et la concurrence accrue de l'agence Harris ont cependant réduit son activité.

Soutenir une langue centrale en perte de vitesse : le français

L'agence privée Borschardt représentait depuis les années 1950 quelques éditeurs français à New York. Mais la fermeture croissante du marché étasunien à la traduction incite en 1983 d'autres maisons à créer à New York un Bureau du livre français. Devenue « French Publishers' Agency » (FPA), elle est significativement dirigée de 2003 à 2018 par Lucinda Karter, une agente ayant travaillé auprès de Georges Borschardt. Si l'État français avait déjà apporté son soutien à une agence privée, le Bureau des Copyrights au Japon, la FPA a un statut public/privé unique, qu'elle a conservé même après la mise en

¹² Entretien avec Nilli Cohen, directrice de l'Institut, 31.10.2001 (G. Sapiro).

¹³ Entretien avec Deborah Harris, 29.10.2001 (G. Sapiro).

¹⁴ Source: « Number of Children's Books in Translation. Number of Children's Books Authors », document produit par l'ITHL.

¹⁵ Shiri Lev-Ari, « Neshika mebead le tsaif akhour », *Ha'Aretz*, 26.1.2000.

place en 1990, par le ministère des Affaires étrangères, d'un réseau de chargés du livre pour implémenter le Programme d'aide à la traduction. Représentant les éditeurs français inscrits au Bureau international de l'édition française (BIEF) dont elle est une antenne, elle œuvre à la prospection pour les titres qu'elle a sélectionnés dans les catalogues de ces maisons (environ 60 par an) en fonction des chances estimées de les placer auprès d'un éditeur américain, édite son propre catalogue, qui comprend des titres de *fiction* et de *non fiction*, et agit comme intermédiaire dans les négociations avec les firmes étasuniennes, puis dans le suivi du contrat, du versement des avances et des droits sur les ventes. Pour répondre à la demande des éditeurs américains, la FPA a été amenée à promouvoir dans son catalogue la diversité « ethnique », avec des titres de Patrick Chamoiseau, Driss Chraïbi, Assia Djebar, Calixthe Bayla, Lilas Desquiron, Alain Mabanckou, Atiq Rahimi, Faiza Guène, dont certains ont rencontré de beaux succès sur ce marché difficile (quand pour d'autres la prospection n'a pas abouti).

Le travail de sélection ne va pas sans frictions avec les chargés de cession des maisons d'édition qui, peu enclins à investir dans des frais de prospection parfois sans retour et à perdre 15% sur les droits (*royalties*), se réservent les titres les plus vendeurs, ou tentent, une fois un auteur installé, de contourner l'intermédiation de la FPA. Par ailleurs, la FPA a œuvré sur le terrain qui était jusque-là celui de Borschardt, lequel a recentré son activité sur les auteurs américains. Elle se voit elle-même aujourd'hui concurrencée par des agents anglo-américains qui représentent désormais certains écrivains français, tels Yasmina Réza et Édouard Louis.

Les agents littéraires privés au pôle dominé du marché

Face aux acteurs dominants du marché qui, à l'instar des grands éditeurs, concentrent capital économique et symbolique, nombre d'agences privées sont apparues, se spécialisant dans des « niches ». On développera dans cette section deux exemples français, ceux d'Astier-Pécher Literary & Film Agency et de Raya Agency, qui illustrent des contre-stratégies d'agents dominés ayant intégré les normes dominantes mais qui tentent de promouvoir des auteurs périphériques non anglophones. Attestant le développement de la profession d'agent en France, ils illustrent aussi le rôle de Paris comme une capitale en perte de vitesse qui tente de réaffirmer sa place dans le marché mondial du livre en promouvant la double diversité, linguistique et ethnique. Le Centre national du livre a ainsi mis en place dès 1989 un programme d'aide non seulement à l'extraduction mais aussi à l'intraduction en français en vue de favoriser la diversité linguistique et culturelle contre la domination de l'anglais (Sapiro, 2010, 2015). Parallèlement, les éditeurs français ont, suivant la tendance anglo-américaine, entrepris de promouvoir la diversité ethnique au sein de leurs catalogues, créant une demande spécifique qui, pour l'arabe, s'est renforcée après le 11-Septembre, et offre un créneau à ces deux agences. La politique du livre en France a pris acte de cette évolution : en 1993, un décret modifie la mission du Centre national du livre d'aide aux « écrivains français » en aide aux « écrivains de langue française », la clause implicite étant qu'ils soient publiés par des éditeurs français¹⁶.

Une stratégie postcoloniale : Astier-Pécher Literary & Film Agency

L'agence Astier-Pécher est exemplaire de la manière dont se construit la concurrence à l'égard de l'hypercentre anglophone. Créée en 2006, elle représente des auteurs de *fiction* et de *non-fiction*, ainsi que des éditeurs. Elle a été lauréate en 2019 du Literary Agent Award décerné à la Foire du livre de Londres, et a reçu en 2020 son premier prix important (prix Goncourt pour *L'Anomalie* d'Hervé Le Tellier), ce qui en fait une des agences littéraires les plus réputées en France, aux côtés d'Intertalent de François Samuelson (Michel Houellebecq, Emmanuel Carrère, Tahar Ben Jelloun) et de Susanna Lea Associates (Marc Levy). Comme pour les fondateurs de ces deux dernières, la trajectoire de Pierre Astier est liée au monde anglophone, tout à la fois par une stratégie d'isomorphisme et de distinction.

Le modèle américain lui permet de trouver sa place au sein du monde du livre français, mais sert aussi de contre-modèle, afin de s'imposer contre l'hypercentre étasunien par une stratégie francophone. Ainsi,

¹⁶ Le décret n° 93-397 redéfinissant l'article 2 de la loi du 11 octobre 1946.

parvenant difficilement à recruter des auteurs français, en tant qu'éditeur dans les années 1990 (Le Serpent à plume) puis en tant qu'agent, Pierre Astier s'est d'abord spécialisé dans le créneau des littératures périphériques, qu'il s'agisse de la francophonie africaine ou de la traduction depuis des langues mineures. Il participe et profite donc de la vague de légitimation des littératures postcoloniales qui, à la suite des États-Unis, gagne la France dans les années 1990 (Ducournau, 2017). Sur le plan professionnel, la France lui apparaît comme un pays « très conservateur¹⁷ », car elle a figé les rapports de force dans la chaîne du livre dans les années 1980, en mettant au centre l'éditeur, et non l'auteur, comme c'est désormais le cas dans les pays où se sont installés les agents. Pour imposer ces nouveaux intermédiaires dans ce qu'il nomme une « bataille » contre le monde de l'édition, il devient l'un des artisans de la constitution de l'Alliance des agents littéraires français, bientôt intégrée au Syndicat français des agents artistiques et littéraires. Il tente en outre de faire adopter des règles de déontologie du métier d'agent sur le modèle de l'Association of Authors' Representatives aux États-Unis. Face aux agences françaises existantes, il se réclame explicitement d'un modèle d'agence anglo-américaine, fondé sur un service à l'auteur *all-inclusive* (Joste, 2010).

Dans le même temps, il considère que si la France est « submergée » par la culture anglo-américaine, ce n'est pas parce que cette dernière est meilleure, mais parce que ses écrivains sont plus professionnalisés : l'importation du modèle anglo-américain de l'agent est aussi une manière de redonner une place internationale aux écrivains français. Astier entend développer une éthique relativement « désintéressée » de l'agent, qu'il oppose à l'attitude agressive de ses homologues anglo-américains, fondée sur la quête du profit. Ainsi, cet ancien éditeur déclare se réjouir qu'un auteur haïtien ait préféré choisir, plutôt qu'une grande maison d'édition qui lui avait offert beaucoup plus d'argent, une petite structure mieux diffusée dans son pays. Dominé dans le sous-champ transnational des agents, Astier contribue à y construire un pôle relativement autonome qui met à distance la valeur économique, et promeut la « bibliodiversité ».

Sa stratégie est tournée vers un international périphérique. L'agence a plusieurs agents basés à l'étranger, qui lui sont ou non directement associés : en Malaisie (pour l'Asie), au Pérou (pour l'Amérique latine), en Tunisie, en plus d'un salarié directement en charge de l'Afrique subsaharienne. À l'inverse, l'Amérique du Nord (à l'exception du Québec) et l'Europe ne constituent pas des viviers de prospection pour l'agence, mais uniquement des marchés de vente. Cette stratégie se reflète dans son catalogue (constitué d'une cinquantaine d'auteurs) : on y compte un tiers de Français, un tiers de francophones non-Français, et un tiers d'étrangers non francophones, parmi lesquels plus d'arabophones (5 auteurs) que d'anglophones (3 auteurs). Cette stratégie est en réalité franco-centrée : même parmi les écrivains non-francophones, la moitié ont un lien avec la France. La place importante des auteurs arabes montre que la stratégie de positionnement de l'agence passe par une captation des périphéries françaises, liées notamment à l'histoire coloniale. Le cas d'Astier l'atteste, l'importation du métier d'agent dans le contexte de la globalisation peut aller pair avec une stratégie de distinction qui mêle affirmation de valeurs non-économiques, restructuration du domaine français et francophone par la captation des périphéries, et promotion de la diversité linguistique et culturelle.

Un engagement littéraire et politique : Raya agency

La Raya Agency a été fondée à Paris en 2004 par la Libanaise Yasmina Jraissati. Cette localisation (même si Yasmina Jraissati vit désormais davantage à Dubaï) s'inscrit dans des logiques anciennes faisant de Paris un centre pour la littérature en langue arabe, en particulier depuis la guerre civile libanaise (Leonhardt Santini, 2006). La France est le premier pays de traduction de l'arabe, et plus encore depuis les années 1990 : elle traduit par exemple deux fois plus de l'arabe que les États-Unis (Jacquemond 2008). Cela s'explique en bonne partie par les aides publiques, notamment celles de l'Algérie au financement de la maison d'édition française Sindbad dans les années 1980, par celles de l'Institut du Monde Arabe, puis par la politique d'aide à l'intraduction du CNL, qui a aussi consacré

¹⁷ Entretien du 12.1.2018 (T. Leperlier).

G. Sapiro et T. Leperlier, « Les agents de la globalisation éditoriale : stratégies de conquête et de résistance », *Réseaux*, n°226-227, 2021, p. 127-153. DOI: 10.3917/res.226-227.0127.

plusieurs sessions des « Belles étrangères » - programme d'événements de mise en valeur d'auteurs traduits par pays - au monde arabe (Égypte en 1994, Palestine en 1997, Algérie en 2003, Liban en 2007).

Nièce du poète et romancier libanais Elias Khoury, Yasmina Jraissati voulait monter une maison d'édition au Liban pour promouvoir une littérature de minorités (littérature en arabe des immigrés en Europe, ou des Philippins dans le monde arabe...). Son parcours professionnel dans l'édition entre France et Amérique du Nord l'amène, après la Foire de Francfort de 2004 qui consacrait son *Schwerpunkt* à la littérature arabe, à devenir agente. Elle entend désormais promouvoir une littérature en langue arabe « de qualité¹⁸ » qui rompt avec les attendus et préjugés européens sur un monde arabe fait de guerres ou de violences islamistes, et contre la propension à traduire des ouvrages qui confortent les stéréotypes sur ces cultures. Au pôle de diffusion restreinte du champ, elle vit son métier d'agente sur le mode de l'engagement « philanthropique », cédant certes de plus en plus de droits (en français comme en anglais), mais pas suffisamment pour lui permettre de vivre de cette seule activité.

L'exemple de ces deux agences montre comment, dans un espace international du livre dominé par les États-Unis, un centre parisien se maintient par la captation des périphéries francophones, et plus largement par le renouvellement de l'aire d'influence française d'origine coloniale.

CONCLUSION

Cet article a analysé la dialectique inhérente à la globalisation culturelle, fondée sur un processus conjoint d'homogénéisation et de différenciation, à travers les stratégies des agents littéraires. Ces stratégies se situent au croisement de plusieurs logiques et tendances que l'on a tenté d'articuler : premièrement, la structure spatiale de ce marché opposant, sur la longue durée, centres et périphéries ; deuxièmement, le mouvement récent de concentration éditoriale ; troisièmement, la structuration du champ éditorial transnational entre pôle de grande production et pôle de production restreinte ; quatrièmement, la tendance du marché éditorial à l'isomorphisme du fait de la diffusion des normes internationales juridiques et professionnelles, ainsi que de la concurrence, cette tendance à l'isomorphisme étant indissociable de son envers, les logiques de différenciation.

Accélérée par la chute des régimes communistes, la centralisation du pouvoir économique et symbolique autour de certaines capitales s'est vue consolidée à l'ère de la globalisation par les stratégies d'agents anglophones dominants. À la faveur du mouvement de concentration dans l'édition qui conforte leur rôle en externalisant la sélection, ces derniers exportent en effet de plus en plus massivement les titres à succès non seulement dans l'aire anglophone mais aussi de l'anglais vers les autres langues, renforçant l'isomorphisme générique et la domination de l'anglais au pôle de grande production du marché mondial du livre, ce qui n'est pas incompatible avec sa diversification « ethnique ». Cette tendance à l'isomorphisme se heurte en effet tant aux logiques de différenciation propres aux industries de prototypes qu'aux luttes pour contrecarrer les stratégies dominantes.

Qui plus est, au pôle dominant même, certaines agences, telle Wylie, se distinguent du pôle le plus commercial du sous-champ des agents en faisant fructifier le capital symbolique accumulé par les nations semi-périphériques, c'est-à-dire en récupérant les successions des auteurs du canon littéraire mondial de la deuxième moitié du 20^e siècle. Leur récupération accentue donc la tendance à l'isomorphisme au pôle symboliquement dominant, ces classiques de la modernité ayant plus de chances d'être traduits que les nouveaux auteurs du pôle de production restreinte, a fortiori si ces derniers sont situés à la périphérie linguistique et géographique du marché. Tout en assurant la domination anglo-américaine, ces agents économiquement et symboliquement dominants sur le marché mondial contribuent par-là, paradoxalement, au maintien d'un certain niveau de diversité culturelle (selon la langue d'origine).

Si les acteurs dominés favorisent l'isomorphisme des pratiques éditoriales par l'adoption des normes professionnelles, certains les retournent contre le pôle dominant en promouvant des logiques de différenciation linguistique et culturelle. C'est le cas des agences étatiques qui se sont constituées depuis

18 Entretien du 25.2.2020 (T. Leperlier).

G. Sapiro et T. Leperlier, « Les agents de la globalisation éditoriale : stratégies de conquête et de résistance », *Réseaux*, n°226-227, 2021, p. 127-153. DOI: 10.3917/res.226-227.0127.

les années 1980 pour défendre les auteurs nationaux et leur(s) langue(s) officielle(s). Marginalisé sur le marché international du livre, les États-nations ont développé des politiques d'aide à l'extraduction des auteurs nationaux écrivant dans les langues officielles du pays, ajustées à ce marché. Ces politiques ont assuré une certaine diversité linguistique, au moins pour les langues ayant acquis un statut officiel, au détriment toutefois de la diversité ethnique (auteurs issus des minorités ou migrants, auteurs « non-occidentaux »). Ce n'est que dans un deuxième temps d'ajustement aux attentes du marché anglo-américain, et en suivant les tendances de l'édition, que la diversité ethnique a été introduite dans les politiques d'aide.

De même, dans le sous-champ transnational émergent des agents, au pôle commercial dominé par l'anglais s'oppose un pôle qui promeut une production restreinte dans une plus grande diversité de langues. Si les raisons idéologiques ne sont pas absentes, ce choix est contraint par la position dominée de ces acteurs. Entre isomorphisme et différenciation, la globalisation du marché du livre produit donc une tension dialectique entre homogénéisation autour de l'anglais et revendication de la diversité linguistique et/ou ethnique. On a observé la logique croisée de récupération de la diversité linguistique par certains agents dominants sur ce marché, quand nombre d'agents dominés, publics ou privés, ont progressivement adopté le principe de la diversité culturelle au sens étasunien (ethnique).

Références

- ALLEN E. (2007) 'Translation, Globalization and English', in E. Allen (ed.) *To Be Translated or Not to Be. PEN/IRL Report on the International Situation of Literary Translation*, Barcelona, Institute Ramon Lull.
- BECKER H. (1988) [1982], *Les Mondes de l'art*, trad. fr., Paris, Flammarion.
- BOURDIEU P. (1999), Une révolution conservatrice dans l'édition, *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°126-127, p. 3-28.
- CASANOVA P. (2015), *La Langue mondiale : Traduction et domination*, Paris, Le Seuil.
- COTTENET C. (2017), *Literary Agents in the Transatlantic Book Trade. American Fiction, French Rights, and the Hoffman Agency (1944-1955)*, Londres, Routledge.
- CRANE D. (2002) Culture and Globalization: Theoretical Models and Emerging Trends, in D. Crane, N. Kawashima, K. Kawasaki (eds.), *Global Culture: Media, Arts, Policy, and Globalization*, Londres, Routledge.
- DE SWAAN A. (2001), *Words of the World: The Global Language System*, Cambridge, Cambridge Polity Press.
- DIMAGGIO P., WALTER P. (1983), The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields, *American Sociological Review*, vol. 48, n°2, p. 147-160
- DUCOURNAU C. (2017), *La Fabrique des classiques africains : écrivains d'Afrique subsaharienne francophone (1960-2012)*, Paris, CNRS Éditions.
- EVEN-ZOHAR I. (1990), Polysystem Studies, *Poetics Today*, n° 11.
- FRANSSEN T., KUIPERS G. (2013), Coping with Uncertainty, Abundance and Strife: Decision-Making Processes of Dutch Acquisition Editors in the Global Market for Translations. *Poetics* vol. 41, n°1, p. 48-74.

G. Sapiro et T. Leperlier, « Les agents de la globalisation éditoriale : stratégies de conquête et de résistance », *Réseaux*, n°226-227, 2021, p. 127-153. DOI: 10.3917/res.226-227.0127.

GINSBURGH, V., S. WEBER, S. WEYERS (2011), The Economics of Literary Translation: Some Theory and Evidence, *Poetics*, n°39, p. 228-246.

HEILBRON J. (1999), Towards a Sociology of Translation. Book Translations as a Cultural World-System, *European Journal of Social Theory*, vol. 2, p. 429-444.

HEILBRON J., SAPIRO G. (Dir.) (2002), Traduction: les échanges littéraires internationaux, *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°144.

HEILBRON J., SAPIRO G. (2015), Translation: Economic and Sociological Perspectives, in GINSBURGH V., WEBER S. (eds.), *Palgrave Handbook of Economics and Language*, Londres, New York, Palgrave Macmillan, p. 373-402.

HEILBRON J., SAPIRO G. (2018), Politics of translation: How states shape cultural transfers, in MEYERLARTS R., ROIG-SANZ D. (eds.), *Literary Translation and Cultural Mediators in 'Peripheral' Cultures. Custom Officers or Smugglers*, Londres, Palgrave MacMillan, p. 183-210.

HEPBURN J. (1968), *The Author's Empty Purse and the Rise of the Literary Agent*, Oxford, Oxford University Press.

JACQUEMOND R. (2008), Les flux de traduction entre le français et l'arabe depuis les années 1980, in G. SAPIRO (dir.), *Translatio. Le marché de la traduction en France à l'heure de la mondialisation*, Paris, CNRS Éditions, p. 347-370.

JACQUEMOND R. (2009), Translation Policies in the Arab World. Representations, Discourses, Realities, *The Translator*, n° 15, p. 1-21.

JEANPIERRE L., ROUEFF O. (2014), *La Culture et ses intermédiaires. Dans les arts, le numérique et les industries créatives*, Paris, Archives Contemporaines.

JOSTE J. (2010), *L'Agent littéraire en France. Réalités et perspectives*, Paris, MOTif.

LEONHARDT SANTINI M. (2006), *Paris, Librairie arabe*, Marseille, Maison méditerranéenne des sciences de l'homme.

LEPERLIER T. (2018), Un champ littéraire transnational ? Le cas des écrivains algériens, *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°224, p. 12-33.

LEPERLIER T. (2020), La langue des champs. Aires linguistiques et espaces littéraires plurilingues, *COnTEXTES, Revue de sociologie de la littérature*, n°28.

McMARTIN J. (2019), A Small, Stateless Nation in the World Market for Book Translations: The Politics and Policies of the Flemish Literature Fund, *TTR*, vo. 32, n°1, 2019, p. 145-175.

LYONS M., MOLLIER J.Y. VALLOTTON F. (sous la direction de) (2012), *Histoire nationale ou histoire internationale du livre et de l'édition ? Un débat planétaire*, Québec, Nota Bene.

MELITZ J. (2007), The Impact of English Dominance on Literature and Welfare, *Journal of Economic Behavior & Organization*, n°64, p. 193-215.

MOLLIER J.-Y. (2009), Les stratégies des groupes de communication à l'orée du XXIe siècle, in SAPIRO G. Sapiro (dir.), *Les Contradictions de la globalisation éditoriale*, Paris, Nouveau Monde, p. 27-44.

G. Sapiro et T. Leperlier, « Les agents de la globalisation éditoriale : stratégies de conquête et de résistance », *Réseaux*, n°226-227, 2021, p. 127-153. DOI: 10.3917/res.226-227.0127.

PYM A., CHRUPALA G. (2005), The Quantitative Analysis of Translation Flows in the Age of an International Language, in A. BRANCHADELL, M. L. WEST (eds), *Less Translated Languages*, Amsterdam, John Benjamins.

POPA I. (2010) *Traduire sous contraintes. Littérature et communisme (1947-1989)*, Paris, CNRS Editions.

REGOURD S. (sous la direction de) (2004), *De l'exception à la diversité culturelle*, Paris, La documentation française.

REYNAUD B. (1999), L'emprise des groupes sur l'édition française au début des années 80, *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°130, p. 3-10.

SAPIRO G. (2008a), "Translation and the field of publishing. A commentary on Pierre Bourdieu's "A conservative revolution in publishing" from a translation perspective", *Translation Studies*, vol. 1, n°2, 2008, 154-167.

SAPIRO G. (sous la direction de) (2008b), *Translatio : Le marché de la traduction en France à l'heure de la mondialisation*, Paris, CNRS Éditions.

SAPIRO G. (sous la direction de) (2009), *Les Contradictions de la globalisation éditoriale*, Paris, Nouveau Monde.

SAPIRO G. (2010), Globalization and Cultural Diversity in the Book Market: The Case of Translations in the US and in France, *Poetics*, n° 38, p. 419-39.

SAPIRO G. (2015), Translation and Symbolic capital in the era of globalization: French literature in the United States, *Cultural Sociology*, vol. 9, n°3, p. 320-346.

SAPIRO G. (2016), How Do Literary Texts Cross Borders (or Not), *Journal of World Literature*, vol.1, n°1, p. 81-96.

SCHALKE C., M. GERLACH (1999), Le paysage éditorial allemand, *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°130, p. 29-47.

SCHIFFRIN A. (1999), *L'Édition sans éditeurs*, Paris, La Fabrique.

SKIBINSKA, E. (2009), La place des traductions sur le marché éditorial polonais après 1989, in G. SAPIRO (Dir.), *Les Contradictions de la globalisation éditoriale*, Paris, Nouveau Monde, p. 335-368.

THOMPSON J. (2010), *Merchants of Culture: The Publishing Business in the Twenty-First Century*, Cambridge (UK), Polity.

WALLERSTEIN I. (2009) [2004], *Comprendre le monde. Introduction à l'analyse des systèmes-monde*, Paris, La Découverte.