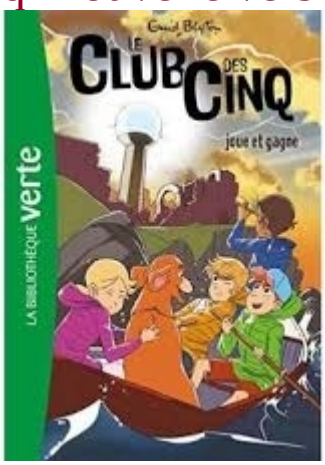
Pas de lectorat pour le Club des cinq "nouvelle version"



Article rédigé par *Le Figaro*, le *11 février 2021*

Source [Le Figaro] Les éditeurs britanniques et français des aventures d'Enid Blyton ont cru relancer les ventes en sacrifiant le texte original sur l'autel de la «cancel culture» dans les années 2000 avant d'abandonner faute de résultats.

Ils ont remplacé le «nous» par le «on», oublié le passé simple (trop compliqué ?) pour le présent, simplifié les métaphores, donné des téléphones portables aux membres du *Club des Cinq* pour qu'ils ne se perdent plus dans un jeu de piste, et surtout, aseptisé tout ce qui semblait politiquement incorrect aux «homo moralisator» du XXIe siècle.

Ce marketing 2.0, estampillé cancel culture bio, devait relancer les ventes des livres de la romancière anglaise. La réussite de ce toilettage éditoriale était garantie sur facture... Mais malheureusement (ou heureusement) moins d'une dizaine d'années après ces décisions «vulgarisatrices», Hachette en France, qui aura suivi à la lettre cette politique de réécriture trop policée mais sans en retirer le moindre fruit, a décidé d'arrêter les versions abrégées et vidées de toute substance de *Club des Cinq* revu et mal corrigé.

En Angleterre, pays d'origine de la romancière Enid Blyton, les mêmes causes ont fini par avoir les mêmes effets. La directrice de collection des livres pour la jeunesse Hodder, Anne Mc Neil qui avait, à l'aube des années 2010, déclaré tout feu tout flamme «qu'une simplification de la langue permettrait aux enfants de mieux s'impliquer dans les enquêtes des Famous Five», aura dû constater amèrement au bout de trois ans d'expériences décevantes en avouant au *Guardian* que le lissage grammatical et la simplification orthographique «n'avaient pas fonctionné».

Retrouvez l'intégralité de l'article en cliquant ici