

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC EN OUTAOUAIS

L’AFFICHE POLITIQUE ENGAGÉE  
COMME VOIX DU NATIONALISME AU QUÉBEC

MÉMOIRE-CRÉATION  
PRÉSENTÉ COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN MUSÉOLOGIE ET PRATIQUES DES ARTS  
DESIGN GRAPHIQUE

PAR  
MICHEL THÉRIEN

DÉCEMBRE 2019

## Résumé

Cette recherche-création tente de répondre à la question suivante : L'affiche engagée dans une cause politique et conçue par un graphiste pourrait-elle ou aurait-elle pu apporter une voix à la cause du nationalisme au Québec ? Cette question de recherche m'est apparue à la suite d'un constat tenant compte de la faiblesse graphique des affiches politiques produites pour la cause du nationalisme au Québec depuis son apparition. Elle cherche à comprendre pourquoi une telle faiblesse persiste et dans quelles conditions l'affiche peut devenir un porte-voix pour cette cause.

Ce travail contient un pôle théorique qui prend la forme d'un mémoire, et un pôle créatif illustré par une série de quinze affiches. La méthodologie employée pour répondre à la question de recherche est la suivante : (1) l'approche qualitative comme méthode de sélection pour construire un corpus d'analyse, (2) un court profil des graphistes et collectifs choisis pour permettre de comprendre le contexte et la justification de leur choix, (3) l'analyse sémiotique pour extraire des méthodes de création pour la réalisation de la série d'affiches, (4) l'historicité comme méthode de sélection des thématiques d'affiches engagées sur le nationalisme au Québec et (5) un récit de parcours personnel qui permet de documenter les différentes étapes du projet et son évolution tout au long du processus.

Les résultats démontrent que l'affiche politique engagée peut être un porte-voix efficace pour la cause du nationalisme au Québec, chose qui à ce jour comportait des lacunes. Elle peut l'être à condition que les réalisations comportent les caractéristiques communes de l'imagerie politique et qu'elle soit issue d'un graphisme d'auteur qui ouvre le champ des possibles et valorise un dialogue citoyen. L'affiche politique engagée est un médium de communication exceptionnel par sa capacité à synthétiser l'information pour une communication claire et un visuel fort qui interpelle le lecteur. Elle est un moyen d'engagement démocratique autant pour les militants les plus fervents que pour les plus silencieux.

## Remerciements

Je voudrais tout d'abord remercier sincèrement ma directrice de maîtrise, Mme Valérie Yobé, professeure agrégée à l'École multidisciplinaire de l'image (ÉMI) de l'Université du Québec en Outaouais (UQO). Ce projet n'aurait pu se faire sans son appui et sans sa présence constante à toutes les phases du projet, sa passion et son dévouement à la recherche dans le domaine du graphisme. Elle a été un modèle de persévérance et une grande source d'inspiration. Merci Valérie.

En second lieu, j'aimerais remercier l'apport inestimable de ma famille, amis et collègues qui m'ont épaulé, stimulé et encouragé tout au long du projet. Merci de m'avoir encouragé à produire et achever cette recherche-crédation. Merci à tous.

J'aimerais finalement remercier tous les praticiens qui font usage d'une pratique plus humaine, celle du « graphisme engagé », afin d'ouvrir le champ des possibles dans un paysage dominé par la publicité et le marketing. Vous contribuez et inspirez à de réels changements dans vos environnements politiques et sociaux. Votre apport est riche et essentiel pour tous les graphistes. Merci à vous tous pour vos créations et votre incroyable talent.

## Table des matières

Résumé .....	ii
Remerciements.....	iii
Table des matières .....	iv
Liste des figures.....	vii
Introduction.....	1
1. Problématique.....	5
1.1. État de la question.....	6
1.2. Questions de recherche .....	9
1.3. Hypothèses .....	10
1.3.1. Intensité et instabilité du mouvement nationaliste au Québec.....	10
1.3.2. Histoire du graphisme engagé au Québec.....	13
2. Cadre théorique .....	19
2.1. Le nationalisme et l’affiche politique au Québec .....	20
2.1.1. Le nationalisme : origines et enjeux.....	21
2.1.2. Caractéristiques qui font du Québec une nation .....	23
2.1.3. Les modèles du nationalisme .....	25
2.1.4. Les différents visages du nationalisme au Québec.....	27
2.1.5. Le développement de l’affiche politique au Québec.....	41
2.2. L’analyse sémiotique.....	51
2.2.1. Les signes plastiques, iconiques et linguistiques .....	54
2.2.2. L’interprétation de l’image.....	56

2.3. Le graphisme engagé.....	58
2.3.1. L'imagerie politique.....	62
2.3.2. L'importance de la notion d'auteur pour la pratique du graphisme engagé.....	65
2.3.3. L'affiche comme médium de l'expression d'un engagement.....	70
3. Méthodologie .....	79
3.1. L'approche qualitative.....	80
3.2. Profil des designers graphiques sélectionnés .....	81
3.3. Grille d'analyse sémiotique.....	92
3.4. L'historicité comme moyen de création.....	94
3.5. Récit de parcours personnel.....	94
4. Projet de création.....	96
4.1. Récit de parcours : création d'affiches.....	96
4.2. Méthodes de création extraites de l'analyse sémiotique du corpus.....	101
4.3. Présentation des affiches .....	104
Affiche 1 – Pouvoir au Québec!.....	105
Affiche 2 – Rallumons la flamme souverainiste!.....	106
Affiche 3 – Préservons notre langue et notre culture. ....	107
Affiche 4 – Le Québec mérite mieux! .....	108
Affiche 5 – Prenons les rênes de notre pays!.....	109
Conclusion.....	112
Bibliographie.....	117
Annexe A – Des affiches comme porte-voix.....	122

Affiche 6 – Maître chez nous! .....	122
Affiche 7 - Traître.....	123
Affiche 8 – Vive la révolution québécoise! .....	124
Affiche 9 – Nos lois, notre langue, notre pays!.....	125
Affiche 10 – Prends ton pays en main. ....	126
Affiche 11 – Vivons à haute voix, plutôt que murmurer notre existence! .....	127
Affiche 12 – Égalité ou indépendance!.....	128
Affiche 13 – Ce n'est qu'un début! .....	129
Affiche 14 – Un pays à bâtir!.....	130
Affiche 15 – Il est temps que ça change! .....	131
 Annexe B – Grilles d'analyse sémiotique .....	 132
 Dugudus, L'avenir nous appartient, 2015. ....	 132
Dugudus, Nous sommes Charlie, 2015. ....	136
James Victore, Disney Go Home, 1998.....	139
James Victore, Coward in Chief, 2017.....	142
Formes Vives, Manifestation pour l'arrêt immédiat du nucléaire, 2012. ....	145
Formes Vives, Jaurès, 2014. ....	148
Grapus (Gérard Paris-Clavel), Money World, 1989.....	151
Grapus, Apartheid / Racisme, 1986.....	154
École de la Montagne Rouge, L'état sauvage, 2012.....	157
École de la Montagne Rouge, Le combat est avenir, 2012. ....	160

## Liste des figures

Gardons Duplessis, Anonyme. 1939.....	6
Participation politique de la population et des artistes québécois. 2008.....	12
Atelier de sérigraphie de Dugudus sur la place de la République, 2013.....	16
Nie! Tadeusz Trepcowski, 1952.....	18
La liberté guidant le peuple, Eugène Delacroix, 1830. ....	21
L'Assemblée des Six-Comptés, Charles Alexander Smith, 1890. ....	28
La bataille de Saint-Eustache, Charles Beauclerk, 1837-1842.....	29
Notre-Dame de Montréal Church (Basilica), Robert Auchmuty Sproule, 1834.....	32
Célébration de la Saint-Jean, Parc Maisonneuve à Montréal, 2006. ....	33
Photo du scrutin, référendum sur la souveraineté du Québec, 1995.....	38
E.B. Eddy's Manufacturing and Lumbering Establishment, Anonyme, vers 1885.....	42
230ème Voltigeurs Canadiens français, Anonyme, 1915.....	43
Notre force - La voilà, Charles Fainmel, 1943-1944.....	44
Expo 67. Design, Studio Guy Lalumière (Photographie Bernard Nobert), 1963. ....	45
Vote RIN – André D'Allemagne, Collection Robert Demers, 1966.....	46
Théâtre du Bois de Coulonge. Molière. Les Femmes savantes, Yvan Adam, 1986. ....	48
Université du Québec à Montréal. Design international, Alfred Halasa, 1995.....	49
Théâtre de Quat'sous. Saison 2000-2001, Mario Mercier - Orangetango (illustration Alain Lebrun, dit Lino, 2000. ....	49
École de la Montagne Rouge, L'état sauvage, 2012. ....	50
Celebrate Columbus 1492 - 1992, James Victore. 1992 .....	53
United colors of Benetton, Oliveiro Toscani, 1992.....	64

First Things First, Ken Garland, 1964. ....	68
Ordonnance, Dugudus, 2018. ....	77
Images partout, art nulle part, Marion Nail, 2018.....	77
Vous l'allumez. Il vous éteint, Livio Bernardo, 2018. ....	78
Nous sommes Charlie, Dugudus, 2015.....	83
Cuba Grafica, Histoire de l'affiche cubaine, 2010.....	83
Coward in Chief, James Victore, 2017. ....	85
The Death Penalty Mocks Justice, James Victore, 1995.....	85
Jaurès, Formes Vives, 2014. ....	87
Saint-Denis et la guerre de 1914-1918, Formes Vives, 2014. ....	87
Apartheid/Racisme, Grapus, 1986. ....	89
La Paix! La Terre en a marre de la guerre, 1989.....	89
Le Québec est mort. Vive le Québec, EDLMR, 2012. ....	91
L'entente, EDLMR, 2012.....	91
Pouvoir au Québec!, Michel Thérien. 2019. ....	105
Rallumons la flamme souverainiste!, Michel Thérien. 2019.....	106
Préservez notre langue et notre culture., Michel Thérien. 2019. ....	107
Le Québec mérite mieux!, Michel Thérien. 2019. ....	108
Prenons les rênes de notre pays!, Michel Thérien. 2019.....	109
Maître chez nous!, Michel Thérien. 2016. ....	122
Traître, Michel Thérien. 2016. ....	123
Vive la révolution québécoise!, Michel Thérien. 2017.....	124
Nos lois, notre langue, notre pays!, Michel Thérien. 2018.....	125
Prends ton pays en main, Michel Thérien. 2017. ....	126
Vivons à haute voix, plutôt que murmurer notre existence!, Michel Thérien. 2017. ....	127

Égalité ou indépendance!, Michel Thérien. 2018.....	128
Ce n'est qu'un début!, Michel Thérien. 2018. ....	129
Un pays à bâtir!, Michel Thérien. 2018.....	130
Il est temps que ça change!, Michel Thérien. 2019. ....	131
Dugudus, L'avenir nous appartient, 2015.....	132
Dugudus, Nous sommes Charlie, 2015.....	136
James Victore, Disney Go Home, 1998. ....	139
James Victore, Coward in Chief, 2017. ....	142
Formes Vives, Manifestation pour l'arrêt immédiat du nucléaire, 2012.....	145
Formes Vives, Jaurès, 2014. ....	148
Grapus (Gérard Paris-Clavel), Money World, 1989.....	151
Grapus, Apartheid / Racisme, 1986. ....	154
École de la Montagne Rouge, L'état sauvage, 2012. ....	157
École de la Montagne Rouge, Le combat est avenir, 2012. ....	160

# INTRODUCTION

Ce projet de recherche-création, réalisé dans le cadre de la Maîtrise en muséologie et pratiques des arts de l' cole multidisciplinaire de l'image de l'UQO, a vu le jour apr  plusieurs années de recherches visuelles et documentaires sur l'affiche. Au cours de mes années d'études en multimédia et en graphisme, l'affiche a été un médium qui m'a particulièrement fascine  par sa capacité à transmettre rapidement et efficacement un message visuel. Pendant cette période, j'ai développé un intérêt particulier pour l'affiche politique. Les éléments qui ont retenu mon attention pour la conception de ce type d'affiches sont les techniques utilisées par les graphistes pour synthétiser une idée politique en un visuel fort, suscitant un dialogue avec son récepteur. Dès mon entrée à la maîtrise, mes recherches se sont orientées vers le graphisme militant et son utilisation de l'affiche comme moyen d'expression et d'action. C'est en analysant les écrits au sein de plusieurs ouvrages spécialisés ou de monographies de praticiens que j'ai pu établir un constat sur cette pratique au Québec. C'est en consultant l'ouvrage de Marc H. Choko, *L'affiche au Québec : des origines à nos jours* (2001) que ma question de recherche s'est réellement concrétisée. Celle-ci souligne la faible qualité des affiches politiques engagées portant sur le nationalisme réalisées au Québec, et ce, depuis l'apparition de l'affiche à la fin du XVIII  siècle. Ceci est d'autant plus surprenant que le nationalisme a connu plusieurs périodes historiques marquantes. De plus, on peut noter une importante collaboration de la part des artistes, notamment dans le domaine de la musique et de l'humour, lors des deux référendums pour

l'indépendance nationale de 1980 et de 1995 (Desjardins, 2008), contrairement aux graphistes.

La question qui a surgi à la suite de ce constat est la suivante : pourquoi les affiches produites pour le nationalisme au cours de son histoire au Québec sont, généralement, de faible qualité conceptuelle, anonymes et, pour la majorité, réalisées par des amateurs? Il peut sembler curieux de devoir mentionner que les graphistes québécois ne se sont pas manifestés pour appuyer le mouvement, notamment par l'usage de l'affiche. Au contraire, ailleurs dans le monde, ce médium faisait déjà ses preuves comme outil de revendication exceptionnel (Bouchard, 2007).

Mon projet de recherche-crédation a grandement évolué depuis le début de mon parcours. Les différentes phases du projet m'ont permis de découvrir différents éléments au sujet de l'affiche. Parmi ceux-ci, j'ai compris l'efficacité de l'usage du papier comme support de création dans un contexte de revendication politique. Les raisons principales sont le faible coût de production possible, la polyvalence des techniques d'impressions, la contextualisation de son usage et les stratégies de diffusion. Ces notions m'ont aidé à préciser mon sujet de recherche.

Bien qu'il ait pris plusieurs formes au fil du temps, mon sujet est resté ciblé sur le médium de l'affiche. Passant par un questionnement fondamental, il s'est précisé sur l'usage du médium dans un contexte particulier, c'est-à-dire la production d'affiches comme moyen d'engagement pour la cause du nationalisme au Québec.

Dans ce contexte, l'affiche politique engagée est au cœur de cette recherche-crédation. Son objet d'étude est le nationalisme au Québec depuis son apparition à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle. Le projet se concentre sur la province du Québec comme terrain de recherche, mais tient également compte de la pratique du graphisme engagé ailleurs dans le monde,

principalement en France. Je prends toutefois en considération que le Québec ne partage pas la même situation politique et sociale que les autres pays, ce qui est d'ailleurs visible en regard à l'histoire de ses pratiques graphiques. Toutefois, peu importe où elle se situe, la pratique du graphisme engagée reste une référence en ce qui concerne les méthodes et les techniques de création pour mon projet. Un corpus composé de plusieurs graphistes aux origines variées et issus de diverses époques, nourrit ces méthodes.

Dans le premier chapitre du mémoire, l'état de la question offre une perspective sur la problématique des représentations graphiques du nationalisme au Québec. Puis, les questions et les objectifs de recherche sont établis pour dévoiler mes hypothèses sur le sujet.

Le deuxième chapitre traite du cadre théorique. Il comporte les concepts utilisés pour ma recherche-crédation. Ce cadre est composé des écrits sélectionnés et permet de formuler les objectifs spécifiques. Trois grands concepts composent ce cadre : le nationalisme et l'affiche politique au Québec, la sémiotique et le graphisme engagé.

Le troisième chapitre concerne la méthodologie utilisée pour le projet de création. Dans ce chapitre, je présente les méthodes qui me servent à réaliser, documenter et analyser le projet de création qui accompagne la recherche théorique. Je commence par expliquer le choix de l'approche qualitative comme méthode de sélection pour construire un corpus d'analyse. Ensuite, un court profil des graphistes et collectifs retenus aide à comprendre le contexte et la justification de leur sélection. Par la suite, une grille d'analyse sémiotique me permet d'extraire des méthodes de création pour la réalisation de ma série d'affiches. Je poursuis en décrivant l'historicité comme méthode de sélection des thématiques pour la conception de la série d'affiches engagées sur le nationalisme au Québec. Finalement, un récit de parcours personnel me permet de documenter les différentes étapes du projet et son évolution tout au long du processus.

Le quatrième chapitre contient les résultats de mon projet de création. Je présente le récit de mon parcours de création, qui est ensuite décrit en détail afin que l'on puisse suivre l'évolution du projet et les notions retenues. Ensuite, je présente les méthodes de création extraites de l'analyse sémiotique du corpus. Je poursuis avec la présentation du projet de création, une série de quinze affiches sur les moments importants de l'histoire du nationalisme au Québec et actualisé aujourd'hui.

Finalement, la conclusion présente les résultats, les limites, les forces et les faiblesses du projet, autant théoriques que pratiques. Je termine avec la synthèse de la recherche théorique et de la création, ouvrant la discussion sur la force de l'affiche comme voix pour la cause nationaliste au Québec.

# 1. PROBLÉMATIQUE

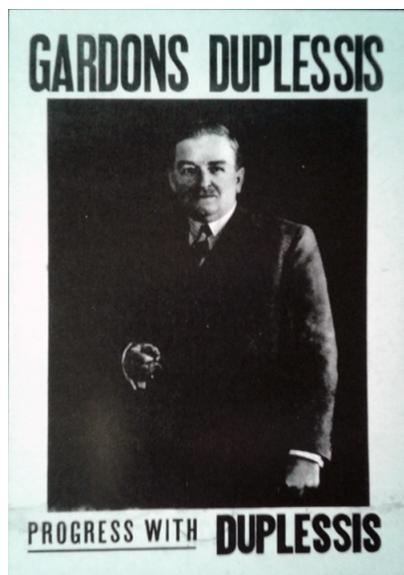
Lors des phases préliminaires du projet, j'ai fait une recherche documentaire sur la production d'affiches politiques engagées sur le territoire québécois. Un constat intrigant s'en est dégagé, permettant de déterminer la ligne directrice de mon projet. Ce constat a abouti à la question de recherche suivante : L'affiche engagée dans une cause politique et conçue par un graphiste, pourrait-elle ou aurait-elle pu apporter une voix à la cause du nationalisme au Québec?

Ce chapitre présente les résultats de l'analyse documentaire entreprise pour faire état de la question. Il s'agit d'une analyse de sources répertoriées au sujet de la production d'affiches au Québec. Cette analyse comporte des articles, des ouvrages et des collections faisant un tour historique sur cette production. Ensuite, les questions et les objectifs de recherche complémentaires sont établis. Ce sont des questions annexes qui sont apparues lors de la genèse de l'état de la question. Elles complètent les réponses à ma question de recherche principale. Je termine ce chapitre en proposant des hypothèses de recherche. Celles-ci sont basées sur mes lectures préliminaires du sujet, sur mes observations, sur mon expérience et sur mes années d'études en tant que praticien du graphisme.

## 1.1. État de la question

Afin de valider le bien-fondé de ma problématique de recherche, j'ai consulté une variété d'ouvrages portant sur l'affiche au Québec. Ceux de Marc H. Choko et du Centre de recherche en imagerie populaire de l'UQAM (CRIP) en sont des exemples déterminants. J'ai également consulté trois bases de données d'archives : celle du CRIP, celle de la *Bibliothèque et Archives nationales du Québec* (BAnQ) et celle de la *Bibliothèque et Archives du Canada* (BAC).

En débutant la consultation des sections relatives à l'affiche politique, je prenais pour acquis que je trouverais une série de production d'affiches fortes sur l'indépendantisme et le souverainisme québécois. À mon étonnement, je n'ai vu que quelques pancartes électorales, semblables à celles que l'on retrouve de nos jours lors des élections municipales, provinciales et fédérales.



*Gardons Duplessis, Anonyme. 1939.*

De plus, en feuilletant les autres sections de ces ouvrages : affiches syndicales, féministes, etc., j'ai remarqué que la majorité des réalisations étaient anonymes, réalisées vraisemblablement par des amateurs. Leur faiblesse graphique, autant au niveau des images que du traitement du texte, atteste qu'elles n'ont pas été faites par des graphistes professionnels.

On peut s'étonner que les graphistes se soient si peu engagés pour la cause nationale, notamment avec l'aide de l'affiche. Mes observations me poussent à penser que l'affiche a été sous-utilisée pour promouvoir le nationalisme au cours de son histoire. Ce constat est d'autant plus curieux lorsqu'on se penche sur l'histoire de l'affiche québécoise contemporaine qui s'illustre ici et à l'étranger. Les graphistes québécois ont offert une riche production d'affiches culturelles. Les œuvres de Vittorio Fiorucci ou celles d'Yvan Adam, pour ne nommer que celles-ci, permettent de mesurer la richesse de cette production passée.

D'autres pays, comme la France, bénéficient d'une longue histoire de l'engagement des graphistes dans le fait politique, notamment par un usage affirmé de l'affiche comme moyen d'action et de revendication. Pensons à Mai 1968 avec la production des affiches des étudiants de l'École des Beaux-Arts de Paris, ou encore celles du collectif Grapus dans les années 1980. Ces praticiens utilisaient la rhétorique des conflits politiques de leurs époques afin de créer des affiches fortes, destinées à faire réfléchir le public. Perrine (2012) nous rappelle qu'à « eux seuls, ils ont influencé plusieurs générations de graphistes et ont laissé en héritage une manière de faire, un graphisme militant endossé et renouvelé par une toute nouvelle génération ».

Des collectifs actuels comme *Formes Vives* et *Ne Rougissez Pas!*, et des graphistes comme *Dugudus* et *Sébastien Marchal* s'impliquent à leur tour et à leur manière dans la politique à l'aide d'un graphisme engagé. Cette implication reflète leur engagement personnel qui s'exprime par la création d'affiches. Des ateliers de création d'affiches dans l'espace public,

auprès de divers publics, démontrent que l'affiche « reste un moyen d'expression démocratique que tous peuvent utiliser et s'approprier » (Victore, 2013).

*« Elle demeure un outil de diffusion destiné à provoquer un dialogue, surtout lorsque les graphistes occupent une position d'auteur, c'est-à-dire de créateurs de contenu, et qu'elle n'est pas issue d'une commande. » (Formes vives, 2008)*

Le manque d'engagement de la part des graphistes au Québec dans la cause du nationalisme réside possiblement dans la mutation de l'engagement à travers les époques et de l'histoire récente du graphisme dans cette province. Ève Lamoureux fait le point sur cette situation dans son article, *L'évolution de l'art engagé au Québec* (2011). Elle démontre entre autres que l'art avant-gardiste militant s'est maintenant transformé en un art micropolitique misant sur l'investissement du spectateur. « Cette forme contemporaine adopte des buts modestes, réformistes, qui aspirent moins à conscientiser les grandes foules qu'à amener quelques individus à réfléchir » (Lamoureux, 2011). Elle explique également que la plupart des apports des artistes en arts visuels sont méconnus du grand public :

*« La défense et la promotion de la culture québécoise francophone sont souvent mises de l'avant comme causes explicatives, et ce, encore davantage lorsqu'il est question d'art engagé. Spontanément, ce sont les arts de la parole, orale ou écrite, qui viennent à l'esprit : chanson, cinéma, littérature, théâtre. Pourtant, l'histoire du Québec regorge d'artistes engagés évoluant dans d'autres disciplines, comme celle qui nous intéresse ici : les arts visuels. Outre quelques grands noms, tels Paul-Émile Borduas et Armand Vaillancourt, la liste des exemples cités par le grand public s'épuise rapidement, l'apport des artistes engagés de cette discipline étant méconnu. » (Lamoureux, 2011)*

« Susciter des questionnements, des réflexions à l'égard d'enjeux sociaux ou politiques, créer du sens, de la connaissance ou décentrer le regard normalement porté sur les choses, voilà les points que les jeunes artistes engagés veulent atteindre », souligne-t-elle (Lamoureux, 2007). S'il y a engagement de la part des artistes québécois en général, il ne se traduit pas dans le domaine du graphisme.

## 1.2. Questions de recherche

Lors de l'élaboration de ma question de recherche principale, d'autres questions en lien avec celle-ci sont apparues. Elles ont comme objectif d'en savoir davantage sur les raisons qui feraient de l'affiche une force comme moyen d'engagement graphique au Québec.

On peut se demander, par exemple, quels ont été les évènements marquants dans l'histoire du nationalisme au Québec qui auraient pu bénéficier d'une production d'affiches? Cette question a motivé mon désir d'en savoir davantage sur les moments les plus importants de l'histoire du mouvement, et ce, depuis son apparition au XVIII<sup>e</sup> siècle. Identifier les acteurs principaux des moments importants du mouvement et la rhétorique des différentes époques du nationalisme nourrira la création de mes affiches. Parallèlement à l'exploration de cette histoire, une étude du développement du médium de l'affiche au Québec fait le pont entre mon projet de création d'une série d'affiches et le sujet du nationalisme.

Mettre à jour les caractéristiques qui font d'une affiche politique engagée un outil d'action, susceptible de contribuer à une cause politique particulière, permet à mes affiches de s'inscrire dans un temps spécifique de l'histoire du nationalisme. Dans ce contexte, est-ce qu'il existe une méthodologie de création spécifique? Peut-on identifier une rhétorique particulière propre à ce type d'affiche? En comprendre davantage sur ces caractéristiques m'aidera à concevoir ma série d'affiches, ainsi qu'à trouver les thèmes spécifiques en lien avec le nationalisme au Québec. Une analyse d'un corpus d'affiches engagées issu de graphistes professionnels est donc incontournable pour extraire des méthodes de création spécifiques, de les appliquer ou de les questionner lors de la conceptualisation de ma série d'affiches.

### **1.3. Hypothèses**

Comme mentionné plus tôt, lors de mes premières recherches pour ce projet, une question essentielle m'est apparue : pour quelles raisons les graphistes québécois se sont-ils si peu investis dans la création d'affiches pour le nationalisme? Mon hypothèse propose deux causes principales.

La première est reliée au mouvement nationaliste lui-même. Son intensité, c'est-à-dire les périodes plus ou moins fortes de revendications et son instabilité affecteraient l'engagement des gens impliqués, comme le mentionne Lamoureux (2011) : « L'engagement est intimement lié à l'intensité d'un projet. À l'opposé, plus l'intensité du projet est modérée, moins il y en aura ».

La seconde se situe au niveau de l'histoire et de la pratique du graphisme sur le territoire québécois. J'avance que les graphistes québécois se sont peu engagés pour la cause nationale, même dans les moments les plus forts du mouvement, car la culture et la pratique du graphisme au Québec sont détachées du rapport au politique, comparativement à ce que l'on peut trouver dans d'autres pays.

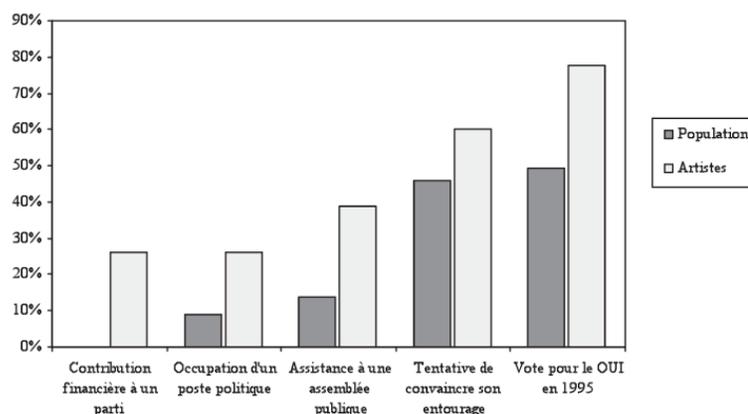
#### **1.3.1. Intensité et instabilité du mouvement nationaliste au Québec**

L'intensité du mouvement nationaliste au Québec, sous toutes ses formes, « a toujours été très modérée » (Balthazar, 2013), surtout si on le compare à d'autres combats comme la Révolution française ou la Révolution américaine, deux conflits à saveur nationaliste qui sont apparus autour de la même époque. Au Québec, le combat s'est rarement présenté comme une option réelle et concrète, mais plutôt comme une possibilité (Balthazar, 2013).

D'un côté, nous avons eu des périodes très fortes, comme la rébellion des patriotes de 1837 ou les deux référendums de 1980 et de 1995, moments où l'intensité était à son comble. D'un autre côté, les défaites subies lors de ces périodes ont engendré de longues périodes moroses durant lesquelles les Québécois (ou Canadiens français, selon l'époque) se sont repliés sur eux-mêmes, humiliés. François-Guy Touchelle (2012) mentionne dans son ouvrage *Les murs murent!* que ces conflits n'ont été que des « feux de paille comparés à ceux en Europe, où se trouvait une forte base ouvrière, grande consommatrice de l'arme du pauvre, l'affiche ». (Touchelle, 2012).

« L'intensité d'un projet doit être par ailleurs être maintenue par des leaders forts de leurs convictions » (Balthazar, 2013). Le Parti québécois, défenseur du nationalisme depuis sa création, « n'est actuellement que l'ombre de ce qu'il a déjà été » (Guay et coll., 2016). Nous sommes loin de l'époque d'un René Lévesque ou d'un Lucien Bouchard, leaders charismatiques arrivés si près de leurs buts. Plusieurs soutiennent, incluant les participants de l'ouvrage, *L'état du Québec 2016*, que le nationalisme aurait besoin d'un projet concret soutenu par des dirigeants politiques forts afin qu'il puisse se réaliser. Sans leaders qui maintiennent le mouvement vivant, il n'y a pas d'incitatif à l'engagement.

Toutefois, comme le démontre l'essai d'Alexandre Desjardins (2008), *Participation politique et mobilisation nationale chez les artistes québécois*, les artistes ont toujours été à l'avant-garde du nationalisme.



*Participation politique de la population et des artistes québécois. 2008.*

On peut lire sur ce tableau que les artistes ont toujours été plus propices à participer à la vie politique québécoise que la population en général. De plus, comme Ève Lamoureux (2011) nous l'explique dans son article *L'évolution de l'art engagé au Québec*, la question identitaire a toujours joué un rôle important dans le développement des arts québécois. Elle peut, par exemple, « prendre la forme d'une simple interrogation sur la spécificité de l'art québécois ou devenir le moteur d'un engagement nationaliste québécois dans et par la pratique artistique » (Lamoureux, 2011). Elle poursuit en décrivant quelques exemples notables de cet engagement :

*« Les années 1960 et 1970 sont considérées comme le moment fort de cette deuxième option, autant en arts visuels que dans les autres disciplines. Pensons, entre autres, au rôle joué par Fusion des arts dans le mouvement d'appui aux felquistes Vallières et Gagnon lors de leur procès en 1967, par la production et la distribution gratuite d'une affiche créée par Lacroix et Montpetit. La Guilde graphique et l'Atelier libre de recherches graphiques (qui survivront au démantèlement de Fusion des arts en 1969) joueront, pendant quelques années, un rôle politique remarqué, créant des dizaines de posters politiques, dont plusieurs à saveur nationaliste. Ils deviennent aussi un lieu où les groupes citoyens, syndicaux et communautaires obtiennent un soutien dans la création de leurs affiches et les font imprimer à faible coût. Rappelons-nous aussi le célèbre happening d'Armand Vaillancourt lors de l'inauguration, en 1971, de sa Sculpture-fontaine monumentale à la Plaza Embarcadero à San Francisco. Devant des caméras en provenance du monde entier, Vaillancourt et son assistant sautent dans la sculpture et écrivent en rouge : Vive le Québec libre. » (Lamoureux, 2011)*

Ici, nous retrouvons des exemples d'engagements par l'affiche, mais ces affiches restent tout de même faites par des amateurs qui ne peuvent en maîtriser les codes conceptuels, comme le font des graphistes. Il faut donc en comprendre le message d'abord. La raison est qu'ici « la plupart des faiseurs d'affiches politiques sont plus souvent des militants que des graphistes, d'où le manque d'esthétisme » (Daniel, 2015). De plus, ces créations ont trop souvent été égarées ou détruites en l'absence d'une politique sur l'archivage et de conservation de la mémoire en image, et ce, pendant de nombreuses années :

*« Il ne faut pas oublier que cette catégorie d'affiche est encore plus éphémère que celle soignée de la publicité commerciale et, comme cette dernière, elle n'est pas recensée au dépôt légal des Archives nationales du Québec parce que, malheureusement, le bâton d'un règlement forçant le dépôt aux archives d'exemplaires d'affiches n'y était tout simplement pas, même s'il existe une forme d'obligation de dépôt. Par conséquent, sitôt créée, elle était sitôt perdue à jamais dans les méandres de quelques mémoires défaillantes. » (Touchelle, 2012)*

Plusieurs observateurs prétendent que la grande différence entre cette époque et celle d'aujourd'hui serait la perte d'influence du nationalisme québécois dans l'art engagé après les échecs référendaires et la gouvernance du Parti québécois (Lamoureux, 2011). Pourtant, comme le démontre le travail de Desjardins (2008), les artistes sont plus propices à soutenir la cause nationale que le reste de la population. Pour ces raisons, je pense qu'on ne peut attribuer la faible implication des graphistes au mouvement nationaliste seulement à son manque d'intensité ou à son caractère instable, mais aussi en relation à l'histoire et à la pratique du graphisme au Québec.

### **1.3.2. Histoire du graphisme engagé au Québec**

Il m'a toujours semblé que la culture du graphisme au Québec était différente d'ailleurs, comme en Europe ou en Amérique latine. Ce constat semble se vérifier par la « dépréciation de certains historiens et critiques d'art au Québec envers le graphisme » (Choko, 2011). Ce dernier a longtemps été vu comme un « art mineur n'ayant qu'une valeur marchande » (Bouchard,

2011). D'autres historiens ont même été jusqu'à dire que le « graphisme n'était pas un art du tout, surtout l'affiche par son manque de singularité » (Bouchard, 2007). Mark H. Choko nous résume cette aberration dans son ouvrage :

*« Au Québec, l'art commercial et le graphisme publicitaire ont très longtemps été considérés comme un art secondaire, un art mineur peu digne d'intérêt. Pour un artiste, et souvent plus encore pour ceux qui le jugent, les critiques et les historiens de l'art, faire du graphisme publicitaire, c'était s'adonner à de basses besognes. Seule la nécessité alimentaire pouvait excuser pareille pratique. Ainsi, jusqu'à tout récemment, la production publicitaire graphique a-t-elle été collectivement refoulée. Nulle trace dans les ouvrages d'art ; absence quasi totale des affichistes dans les dictionnaires d'artistes ; destruction systématique des vestiges par les imprimeurs, leurs clients ou même les graphistes ou leurs familles. Les archives publiques, à l'exception de rares initiatives individuelles, montraient un manque d'intérêt évident. Et rares sont, encore de nos jours, les archives d'entreprises qui valorisent ces éléments. En fait, la grande majorité ne croit pas même l'existence d'une utilisation importante du graphisme publicitaire au Québec. » (Choko, 2001)*

En effet, cette relation difficile pour le graphisme dans notre province a eu des répercussions sur la notoriété de la pratique et celle des graphistes québécois. Historiquement parlant, très peu d'affiches ont été signées, à part occasionnellement par un pseudonyme. Il en va de même pour la production d'affiches de propagande des deux guerres mondiales. Lorsqu'il y a signature, il est souvent impossible de retracer son créateur. Un autre fait est que la plupart des historiens de l'art, et il en est toujours ainsi aujourd'hui, s'attardent très peu à l'histoire de ces affiches et à celle de leurs créateurs (Choko, 2001). Choko nous explique les conséquences de ce manque d'intérêt dans son ouvrage :

*« (...) le rapport ambigu qu'a entretenu traditionnellement le milieu de l'art au Canada, et au Québec, avec le monde du graphisme publicitaire. Au contraire de l'Europe où, dès la fin du XIXe siècle, des affichistes de métier se taillent une place parmi les grands artistes qui œuvrent également dans la publicité, les graphistes publicitaires du Québec n'obtiendront jamais de véritable reconnaissance. Les artistes qui produisent des affiches travaillent le plus souvent dans l'anonymat, considérant cette forme d'expression comme un moyen de subsistance complémentaire. Ce type de travail apparaît même, aux yeux de plusieurs, comme quelque peu dégradant. Bien souvent, cette règle de l'anonymat s'applique également aux graphistes professionnels, qui se contentent de remettre leurs maquettes à leur agence de publicité. Ou encore directement aux imprimeurs qui les emploient. Dans nombre de cas, ces derniers ne jugent pas nécessaire d'apposer leur nom sur l'affiche. À lui seul, ce détail est très significatif, en ce qu'il révèle une perspective tout à fait différente de celle qui prévaut au même moment en Europe quant à l'affiche. Dès le XIXe siècle, de l'autre côté de l'Atlantique, les affiches sont en règle générale signées par leur créateur et le nom de l'imprimeur apparaît au bas de celles-ci. »*  
(Choko, 2001)

Ces particularismes historiques n'ont sans doute pas permis l'épanouissement de la pratique du graphisme engagé chez nous ou du moins peuvent-ils en expliquer le développement tardif, et sa revendication en tant que discipline à part entière. On peut néanmoins noter l'influence de plusieurs graphistes immigrants en provenance de l'Europe qui ont participé au développement du graphisme au Québec. Vittorio Fiorucci ou des professeurs comme Alfred Halasa (Université du Québec à Montréal) en sont des exemples. Ils ont marqué et marquent encore plusieurs générations de graphistes québécois.

La pratique du graphisme en Amérique du Nord est majoritairement associée à la communication culturelle et au marketing. En Europe, où le graphisme a une longue histoire liée à la culture, à la politique et aux enjeux sociaux, plusieurs graphistes et collectifs utilisent la force du design graphique pour défendre et promouvoir des idées, et ce, dès le XX<sup>e</sup> siècle. Tout récemment, en 2013, le graphiste Dugudus a installé un atelier de sérigraphie portatif dans la rue dans le cadre des manifestations pour revendiquer le droit au mariage gai à Paris. En 2015, il installa un atelier semblable, sur la place de la République à Paris, pour créer des affiches sur les revendications contre la loi du travail.



*Atelier de sérigraphie de Dugudus sur la place de la République, 2013.*

Un tel dispositif offrait aux participants un moyen rapide et efficace de faire une affiche qui reflétait leur point de vue. À bout de bras ou apposé sur leur corps, ils faisaient de ces messages les leurs. Bien que ce type de graphisme ne soit pas pratiqué par tous, ceux qui l'endossent semblent contribuer à de réels changements, ou du moins à donner une voix aux non graphistes et aux mouvements, aux idées qu'ils expriment et revendiquent.

S'engager politiquement par le graphisme est, sans conteste, « un héritage du graphisme contestataire de mai 1968 » (Perrine, 2012). Il est important de noter que ce principe s'est exporté sporadiquement en dehors de l'Europe, comme dans le cas de James Victore, aux États-Unis, ou de Diego Becas, au Chili. Plus près de chez nous, nous pouvons penser au collectif éphémère de l'École de la Montagne Rouge, qui a fait un usage du graphisme et de la sérigraphie comme moyen d'engagement lors des conflits étudiants au Québec, en 2012. Néanmoins, il faut souligner que leurs productions étaient largement influencées par celles de Mai 68 en France, qu'il s'agisse du traitement graphique ou de la technique d'impression choisie, la sérigraphie.

Ce qu'on peut remarquer de ces graphistes, peu importe leurs origines, c'est qu'ils ont tous une chose en commun : une production de type manuel, autant pour les illustrations que pour la typographie, ainsi qu'un usage de couleurs vives qui attirent l'attention. Par ailleurs, la rhétorique utilisée dans ce type de productions confère des idées plutôt que de les imposer comme la publicité.

On peut, à ce sujet, citer l'influence de l'école polonaise de l'affiche, particulièrement en France, encore à ce jour. La censure sévissant en Pologne jusqu'en 1989, surtout par l'entremise des bureaux de propagande soviétique. Cette école a su développer son propre style de graphisme contestataire en « déguisant ses messages à l'aide de la satire et de l'humour » (Austoni, 2010). Ces bureaux faisaient un usage massif de l'affiche comme moyen de contrôle. Les graphistes polonais, pas toujours en accord avec les messages politiques véhiculés, « ont développé des techniques de connotation visuelle très créatives, déjouant ainsi la censure soviétique » (Austoni, 2010). Tadeusz Trepkowski et Henryk Tomaszewski sont parmi les fondateurs les plus influents qui ont participé à la formation de cette école « polonaise de l'affiche ». Plusieurs graphistes français qui ont contribué au mouvement de mai 68 ont fait des séjours d'études en Pologne. Ils en ont ramené les influences qui, à leur tour, ont concouru à une certaine pratique du graphisme engagé en France.



*Nie! Tadeusz Trepkowski, 1952.*

Quant aux qualités graphiques des affiches engagées au Québec, plusieurs chercheurs, dont Choko et Touchelle, nous rappellent que la qualité est très souvent passable. En plus d'être souvent médiocres, elles ont été affublées d'un lettrage excessif, voire outrageant. « Sur les affiches engagées au Québec, le dire est souvent plus important que l'enveloppe pour le dire » (Touchelle, 2012). Toutefois, même s'il est secondaire, l'esthétisme, le choix des images et le traitement textes-images restent donc des facteurs importants dans leur capacité à capter l'attention du lecteur. La création d'affiches engagées bénéficie donc de l'apport des praticiens du graphisme qui en connaissent les codes et qui sont en mesure de les adapter selon les contextes et les publics.

## 2. CADRE THÉORIQUE

Le cadre théorique présente les concepts utilisés pour ma recherche et mon projet de création. Ces derniers sous-entendent l'argumentaire sur la question de recherche. Ils sont décrits avec l'appui de plusieurs auteurs et de chercheurs qui se sont penchés sur leurs significations et leurs usages.

Dans un premier temps, je fais un point historique sur le nationalisme au Québec. Je présente les origines et les enjeux du mouvement, les caractéristiques qui font du Québec une nation, les modèles répertoriés et « les différents visages », pour citer Louis Balthazar (2013), qui sont apparus au Québec durant son histoire. En parallèle, j'explore le développement du médium de l'affiche au Québec. Dans un deuxième temps, je présente les notions retenues de la sémiotique comme méthode d'étude et d'analyse de corpus. Les plans plastiques, iconiques et linguistiques seront décrits en premier, suivis par l'interprétation de l'image. Finalement, le dernier concept présenté est celui du graphisme engagé. Dans cette section, je décris les principes de l'imagerie politique, l'importance de la notion d'auteur au sein de cette pratique ainsi que la force de l'affiche comme médium d'engagement favorisé par les graphistes.

Bien que fondamentalement différents les uns des autres, ces concepts constituent tous les assises pour produire ma série d'affiches politiques engagées pour le nationalisme au Québec.

## 2.1. Le nationalisme et l'affiche politique au Québec

Thème fondateur pour la création de ma série d'affiches, il est important d'établir les paramètres qui constituent le nationalisme au Québec. Quelles sont ses origines, quels sont ses différents modèles et quels sont ses objectifs? Identifier les moments clés et les acteurs ayant participé à ce mouvement contribuera à la conception des affiches sur le sujet. Nombreux sont les ouvrages qui ont couvert le nationalisme de façon exhaustive. Le plus complet, à mes yeux, est le *Nouveau bilan du nationalisme au Québec*, par Louis Balthazar, publié en 2013. La plupart des notions présentées ci-après sont tirées de cet ouvrage avec un complément issu d'autres auteurs.

Étant donné que l'histoire de l'affiche politique au Québec s'entrecroise avec celle du Québec lui-même, j'en profiterai pour faire la revue de son développement. Certains événements mondiaux ont grandement contribué à ce développement. Entre autres, les affiches de propagande des deux grandes guerres ont largement influencé la production québécoise par leurs inspirations américaines et européennes.

### 2.1.1. Le nationalisme : origines et enjeux



*La liberté guidant le peuple, Eugène Delacroix, 1830.*

Pour bien comprendre ce concept, il est important de comprendre ses origines. « Le nationalisme est un principe politique né à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle et qui tend à légitimer l'existence d'un État-nation pour chaque peuple » (Gellner, 1989). Le concept d'État-nation est né en 1648 avec les traités de paix de Westphalie et leurs consécration des formes politiques impériales plurinationales soumises au pouvoir religieux. Toutefois, La Révolution française marque un moment important dans la construction du terme. « L'état-nation est opposé à la royauté, régime politique en France, qui sera ensuite nommé ancien Régime par les historiens à la fin de la révolution » (Hobsbawm, 1992).

Aucun autre mouvement social n'a été aussi rassembleur et puissant depuis la Révolution française. « Redoutable, il est nettement sous-estimé et très souvent associé comme étant une folie passagère destinée à s'estomper » (Balthazar, 2013).

*« Les stéréotypes sur le nationalisme émanent des associations historiques qu'on a pu en faire, comme le fascisme, le nazisme et d'autres approches politiques extrémistes. Par conséquent, la perception qu'on en a est souvent péjorative, contrairement à son cousin le patriotisme qui, quant à lui, est perçu comme une vertu pour plusieurs nations du monde. » (Balthazar, 2013)*

Le nationalisme désigne également les mouvements politiques dont les membres sont dotés d'un « sentiment d'appartenance à une nation et voulant exalter ce sentiment sous toutes ses formes » (État, culture, religion, tradition, etc.) « par opposition aux autres nations et populations » (Caron, 2008). Ces principes d'appartenance et d'opposition existaient toutefois bien avant cette période. En effet, on peut retrouver ces concepts partout à travers l'histoire du monde occidental. Par exemple, à l'époque de l'Antiquité, le sentiment d'appartenance au monde grec était déjà bien établi, tout comme l'opposition envers les barbares ou l'envahisseur perse. On peut aussi penser à l'alliance de nombreux peuples gaulois contre l'Empire romain, là où d'autres peuples gaulois se sont alliés aux Romains durant la guerre des Gaules (Hobsbawm 1992).

Toutefois, Hobsbawm nous rappelle que :

*« (...) Dire que ces exemples sont des manifestations de nationalisme constituerait un anachronisme, c'est-à-dire l'application d'un sentiment identitaire moderne, à une réalité antérieure à son émergence. Il ne faut pas confondre le sentiment national avec d'autres variantes du sentiment d'appartenance collective « protonationaliste », qui est antérieur à la création du nationalisme. » (Hobsbawm 1992)*

Le concept du nationalisme est clairement apparu après la Révolution française avec l'émergence de l'État-nation français. Il a ensuite conquis les esprits et tous les degrés de la politique mondiale. Cet élargissement est accompagné d'une diversification de ses manifestations et de ses évolutions dans chaque lieu où il s'est manifesté. C'est pour cette raison que nous pouvons le « retrouver aussi bien aux côtés du fascisme que de la démocratie parlementaire » (Anderson, 1996). Louis Balthazar nous rappelle qu'il est essentiel de noter deux choses :

1. Un penseur nationaliste est presque toujours doublé d'un militant.
2. Le nationalisme s'est invariablement présenté comme un mouvement et non comme une doctrine.

Au Québec, le phénomène du nationalisme est en constante évolution depuis ses origines, après la Conquête britannique de la Nouvelle-France à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle. Ces deux-cents ans d'histoire sont caractérisés « par une période exceptionnelle de mutations rapides et profondes dans notre histoire » (Balthazar, 2013). Au Québec, sa particularité consiste principalement à lutter pour une meilleure reconnaissance de la nation à laquelle le peuple appartient. Cette reconnaissance peut varier selon la situation politique : souveraineté politique totale, autonomie limitée, identité culturelle ou simplement un plus grand respect accordé à la nation.

### **2.1.2. Caractéristiques qui font du Québec une nation**

Pour qu'un mouvement nationaliste naisse, il doit exister une nation. Une question se pose : Le Québec peut-il être considéré comme une nation étant donné qu'il fait partie du Canada? Ce qui est intéressant, en regardant notre situation, c'est que du point de vue constitutionnel, le Canada ne se reconnaît pas comme une fédération multi ou plurinationale. Comme nous l'explique Jedwab (2017) dans un article paru dans le journal *Le Droit*, la définition de ce qu'est une nation semble très élastique pour les différents partis en place. Pour les Canadiens anglais, le facteur déterminant semble être la langue; pour les Québécois, ce serait la géographie. On peut se demander si le Québec est une nation au singulier ou une nation multinationale. En 1985, l'Assemblée nationale a reconnu, à l'intérieur du territoire québécois, les nations abénaquise, algonquine, attikamenk, cris, huronne-wendat, micmaque, mohawk, montagnaise, naskapie, inuit et malcite. S'il y a de multiples nations au Canada, on doit aussi, logiquement, « reconnaître la présence à l'intérieur du Québec d'une nation canadienne-anglaise et/ou d'une nation anglo-québécoise, sans parler d'une hypothétique nation franco-québécoise » (Jedwab, 2017). Toutefois, pour les biens de mon projet, j'écarte de l'équation

l'hypothèse que le Québec soit une nation pluri ou multinationale. Cette question mérite une recherche en soi et risque de m'écarter de mon sujet sur l'affiche engagée.

Le concept de nation varie d'un auteur à l'autre. Benedict Anderson (1996) décrit la nation comme étant une « communauté imaginée », une construction fictive. Le philosophe Michael Seymour (1999) nous la présente ainsi :

*« Une nation est un groupe de personnes qui, au-delà d'unités élémentaires comme la famille, le clan et la tribu, acceptent de vivre ensemble sur un territoire donné. Elles partagent ensemble des valeurs, des habitudes, des souvenirs et des aspirations. Elles parlent la même langue et sont régies par une organisation politique. Ces personnes majoritaires sur le territoire forment avec des groupes minoritaires et des individus issus de l'immigration une communauté politique distincte. Étant entendu que celle-ci se trouve d'emblée inscrite dans un réseau particulier d'influences culturelles, morales et politiques qui sont fonction de sa composition linguistique, de sa position géographique et de son histoire. » (Seymour, 1999)*

Cette définition se veut donc subjective : des personnes qui acceptent de vivre ensemble, mais comporte des éléments objectifs : territoire, culture, langue. « Ainsi, la nation est un phénomène subjectif qui repose sur des éléments objectifs » (Balthazar, 2013).

Lorsque Seymour nous parle de valeurs, d'habitudes partagées et de souvenirs, c'est ce qu'on entend le plus souvent par la culture. Ils représentent une composante essentielle de la conscience nationale. Ces derniers s'appuient invariablement sur une histoire, sur le sentiment réel ou fictif d'avoir un passé commun et sur des ancêtres qui ont accompli de grandes choses. La nation s'identifie aussi par des aspirations communes : l'émancipation, le progrès culturel ou économique, etc.

On a souvent évoqué la nation comme un projet. Certains y ont inclus la religion, l'économie et la race. La question linguistique est, selon certains, discutable. Toutefois, dans un monde où la communication domine, il est certain que la langue constitue un élément d'appartenance nationale. « L'élément constitutif le plus important est, sans aucun doute,

l'organisation politique. Seule elle a les moyens de faire progresser la nation » (Balthazar, 2013).

Ayant maintenant une définition du terme nation, peut-on dire que le Québec en est une? D'après les descriptions des éléments qui font partie intégrale d'une nation, l'affirmation se confirme. Chacun de ces éléments joue un rôle au Québec depuis le début de son histoire. Les habitants partagent plus ou moins les mêmes valeurs, la même langue et ont un passé commun. Ils sont également régis par une organisation politique ayant pour but de l'émanciper. Le plus important, dans le cas du Québec, c'est qu'il est en opposition avec le reste du Canada dont il fait partie. La nation québécoise se distingue de la nation canadienne. Elle présente les fondements nécessaires pour revendiquer un mouvement nationaliste. Voyons maintenant les origines et les particularités propres au mouvement nationaliste québécois.

### **2.1.3. Les modèles du nationalisme**

Les origines du nationalisme et ses particularités ont entraîné l'émergence de divers modèles. Plusieurs auteurs décrivent ces modèles en utilisant différentes terminologies. Étant donné que mon projet se concentre sur le territoire du Québec, je me réfère au travail de Louis Balthazar (2013). Il nous présente quatre grands modèles qui ont été façonnés au cours de l'histoire au Québec. Chacun de ces modèles est apparu à différents moments depuis la Conquête britannique de la Nouvelle France en 1760. Ces modèles sont le nationalisme moderne, le nationalisme traditionnel, le nationalisme étatiste et le nationalisme autonomiste. Voyons en quoi consiste chacun d'entre eux et le moment où ils sont apparus dans l'histoire du Québec.

### **Nationalisme moderne**

Le nationalisme moderne est caractérisé par une brisure avec un ancien régime. Le meilleur exemple de ce modèle est celui de la Révolution française. Elle contribuera à créer le premier État-nation en renversant le régime féodal. Les gens de cette époque ont créé de nouvelles solidarités fortes en brisant le lien avec la monarchie, leur permettant d'entrer dans l'ère moderne. Ce modèle s'applique au nationalisme du Bas-Canada de 1791 et 1838 et au nationalisme québécois de 1960 à 1980. Bien qu'elles soient séparées par plus de deux cents ans, ces périodes ont en commun cette brisure avec un ancien système.

### **Nationalisme traditionnel**

Ce type de nationalisme est caractérisé par un repliement dans la tradition et la culture comme tentative de préservation de celle-ci. Tous liens avec les combats politiques pour la reconnaissance de la nation sont rompus. Ce nationalisme est un état de survivance qui s'applique au Canada français durant la longue période entre 1838, après la défaite des patriotes, et 1960, avec la mort de Maurice Duplessis. Pratiquement aucun progrès d'émancipation de la nation n'est fait durant cette période. Simplement une préservation de la langue, de la culture et de la religion.

### **Nationalisme étatiste**

Le nationalisme étatiste est défini par une nation qui devient État afin de s'affirmer. Il s'agit d'un nationalisme qui utilise le progrès moderne à ses propres fins (l'utilisation des médias de masse, la monnaie, le commerce, la participation politique, etc.). On utilise les pouvoirs de l'État pour engendrer de grandes réformes qui améliorent la situation politique et sociale de la nation. Des messages nationaux sont présents dans les médias. Ce modèle peut s'appliquer pendant les années de la Révolution tranquille, de 1960 à 1980, soient les grandes années d'effervescence de l'État québécois.

## **Nationalisme autonomiste**

Le nationalisme autonomiste est animé par la solidarité et le romantisme. Le désir d'acquérir plus de pouvoir est de plus en plus grand afin d'obtenir plus d'autonomie politique. Les plus fervents défenseurs de ce modèle sont attirés par un sous-genre de nationalisme, le souverainisme. Ce modèle est apparu au début des années 1960, avec le début de la Révolution tranquille, et perdure de nos jours. Durant cette période, nous assistons à une confrontation constante entre autonomisme et souverainisme à plusieurs reprises.

### **2.1.4. Les différents visages du nationalisme au Québec**

Maintenant que nous avons vu les différents modèles qui sont apparus au Québec, voyons maintenant ce que Louis Balthazar qualifie de « différents visages historiques », expressions diverses qu'a pris le nationalisme depuis son apparition au Québec. Nous verrons comment les pères de ce mouvement se sont battus pour la reconnaissance de la nation du Québec. Dans cette section, je présente les trois visages du nationalisme au Québec, soient le nationalisme canadien, le nationalisme canadien-français et finalement le nationalisme québécois. Ils sont décrits en détail dans l'ouvrage de Balthazar (2013). J'en propose une synthèse en abordant les notions les plus pertinentes pour mon projet.

## Le nationalisme canadien (1791 - 1838)



*L'Assemblée des Six-Comtés, Charles Alexander Smith, 1890.*

Le nationalisme canadien est apparu à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle après la Conquête de la Nouvelle-France par l'Empire britannique. La Conquête a donné lieu à un choc traumatisant pour engendrer la prise de conscience d'une aliénation et d'un mouvement national. Son apparition est souvent associée à la création de l'Acte constitutionnel qui permit la création du Haut et du Bas-Canada. Cet acte était destiné à séparer les deux peuples, canadiens et britanniques, qui habitaient sur le territoire. Grâce à l'Acte constitutionnel, les Canadiens du Bas-Canada pouvaient, par eux-mêmes, déterminer leur propre gouvernement, toujours sous la supervision de l'Empire britannique.

C'est en premier lieu pour la défense de leurs idéologies que les Canadiens font preuve de nationalisme. Ces idéologies se transposeront éventuellement en politique et entraîneront la création du Parti canadien, en 1806. L'égalité entre les peuples et une certaine forme de laïcité sont des notions défendues par le Parti canadien. Influencé par les résultats de la Révolution américaine, il se renomme Parti patriote en 1826 sous le règne de Louis-Joseph Papineau. Le parti veut plus de liberté et souhaite instaurer une rupture avec la couronne. À l'époque, on entendait des slogans comme « nos lois, notre langue, notre religion ». Papineau déposa à

l'Empire quatre-vingt-douze résolutions de réformes afin d'obtenir plus d'autonomie et d'égalité pour les Canadiens.

Après que les quatre-vingt-douze résolutions aient été rejetées par la Couronne, une série d'assemblées gouvernementales s'en sont suivies. Faisant face à une impasse et au refus total de l'expression de leurs convictions, les patriotes ont déclenché une rébellion. Après trois combats sanglants, particulièrement la bataille de Saint-Eustache (1837), les patriotes ont été vaincus. La plupart ont été pendus ou se sont exilés aux États-Unis, en Australie ou en France, comme Papineau lui-même. Les conséquences de l'échec de la rébellion furent graves pour le peuple français du Canada. La négation totale de toutes aspirations politiques s'en est suivie. De plus, l'historique rapport de Lord Durham, un noble anglais chargé d'évaluer la situation des francophones au Canada fait son apparition. Il suggérait l'union des deux Canada et l'assimilation totale des francophones. Ce rapport marque le début des étapes qui menèrent vers l'Acte d'Union de 1840. Cet acte annonce la fin de toutes affirmations politiques nationalistes des Canadiens, qui se replieront dans la tradition pour les prochains cent vingt ans.



*La bataille de Saint-Eustache, Charles Beauclerk, 1837-1842.*

Pourquoi cette conception du nationalisme a-t-elle échoué? Principalement pour deux raisons. Premièrement, par la fragilité et la division à l'intérieur du mouvement. Certains voulaient la séparation, d'autres souhaitaient rester dans l'Empire britannique avec plus d'autonomie. Ces impasses ont créé des instabilités à l'intérieur du mouvement. Deuxièmement, par la surévaluation que les dirigeants du mouvement accordaient à l'appui du peuple. Ces deux raisons sont assez similaires, comme nous le verrons plus loin, aux causes des défaites des deux référendums en 1980 et 1995.

### **Le nationalisme canadien-français (1838 - 1960)**

Il n'y a pas de consensus clair quant à l'apparition de ce type de nationalisme, mais la défaite des patriotes et l'exil de Papineau sont tout de même cités comme des faits précurseurs de ce changement. L'Acte d'Union en est probablement le point culminant. L'union des deux Canada est vue comme la voie à l'assimilation totale. Toutefois, la survivance de la culture francophone et du nationalisme au Canada est sauvegardée auprès de nouveaux dirigeants politiques et la poigne de fer du clergé.

C'est à partir de 1841, après l'Acte d'Union, qu'on commence à parler des Canadiens français plutôt que des Canadiens. Le nationalisme est dorénavant d'ordre culturel et non politique. Il est fondé entre autres sur le passé, la tradition et sur une conscience historique d'avant la Conquête. Les gens de l'époque apprennent déjà à dire : je me souviens.

Louis Hippolyte-Lafontaine prend le rôle de leader de ce nationalisme après le départ de Papineau. La survie des Canadiens français est égale à la collaboration avec les Britanniques tout en préservant l'identité francophone. Lafontaine crée le gouvernement responsable, sous la supervision des Anglais, et jure que des conflits tels que ceux des patriotes n'arriveront jamais plus. Cette nouvelle direction politique empêchera l'assimilation totale des francophones, devenus une minorité, grâce à l'arrivée des loyalistes américains au Canada. Lafontaine défait

également les anglophones en continuant à parler en français aux assemblées du gouvernement alors que c'était interdit. Ce nationalisme comprend également un encadrement religieux rigide qui lui devient indissociable. On parle d'unité de langue, de foi, d'uniformité des mœurs et des coutumes. Le nationalisme de l'époque transcende le territoire, incluant tous les francophones dans l'ensemble du Canada.

En 1850, nous voyons apparaître les premiers hommes politiques libéraux. Henri Bourassa devient l'emblème d'un nouvel espoir et un combattant pour la survie des Canadiens français. Le Parti libéral sera longtemps perçu comme le seul véritable défenseur des Canadiens français. Le Canada, fondé sur la dualité des races, devient officiellement un pays en 1867. Bourassa change sa tactique et devient un fier défenseur de l'indépendance du Canada à l'égard de l'Empire britannique. À l'époque, l'Empire avait toujours le pouvoir au Canada. Ce n'est qu'en 1931, avec le Statut de Westminster, que le Canada devient beaucoup plus autonome et un pays souverain.

L'abbé Lionel Groulx, quant à lui, est le grand porte-parole et le véritable maître à penser du nationalisme canadien-français. Son nationalisme est fondé sur la fidélité envers la nation. Il rêve d'un État français, un État du Québec indépendant. Sa tactique vise à promouvoir la pratique de la religion catholique comme étant l'essence de la culture française. Beaucoup de personnes, à cette époque, s'identifiaient comme des Canadiens français, par la langue française et par l'appartenance à l'Église catholique.



*Notre-Dame de Montréal Church (Basilica), Robert Auchmuty Sproule, 1834.*

C'est en 1934 que va débiter la création des premiers partis indépendantistes provinciaux, comme l'*Action libérale nation* (ALN) et le *Bloc populaire canadien* (BPC). C'est avec l'apparition de ces partis politiques que le nationalisme redevient graduellement politisé, comme il l'était à l'époque du Parti patriote.

Après la Deuxième Guerre mondiale, la période de décolonisation du Canada commence. On assiste à une période de grande stabilité sociale et politique maintenue par Maurice Duplessis et son parti *d'Union nationale*. Le nationalisme continue de survivre durant cette période de grande mutation d'après-guerre, mais le nationalisme de Duplessis n'était pas fort. Toutefois, il est le premier ministre qui a fait adopter le drapeau du Québec avec la fleur de lys, symbole historique de signification française. Il était destiné à défendre ce que Duplessis appelait « nos traditions ancestrales, notre agriculture et notre butin ».

À la fin des années 1950, on perçoit une mutation du nationalisme, qualifié de néonationalisme. Une remise en question du nationalisme traditionnel s'opère de la part des premiers intellectuels universitaires québécois. Ils le qualifient d'aliénant et de dépassé. On désire utiliser le gouvernement provincial pour s'émanciper, s'épanouir et construire une société

moderne. On prend de plus en plus conscience des délimitations du territoire du Québec avec les réseaux de communication, désormais exprimés en français.

Cette période de modernisation fait apparaître davantage de revendications d'ordre linguistique. C'est alors à l'époque, avec l'aide des réseaux de communication, que la mutation entre les Canadiens français et les Québécois se réalise tranquillement. Être Québécois est donc d'être conscient de son territoire. Ces revendications redeviendront politiques à l'aube des années 1960.

Nous assistons à la fin du nationalisme canadien-français avec la mort de Duplessis en 1959. Son successeur, Paul Sauvé, n'a pas su garder le pouvoir et perd les élections de 1960 face au Parti libéral de Jean Lesage. Le Québec sort de la « Grande Noirceur » et entre dans une ère de changements majeurs. C'est le début de la Révolution tranquille et du nationalisme québécois.

### **Le nationalisme québécois (1960 – aujourd'hui)**



*Célébration de la Saint-Jean, Parc Maisonneuve à Montréal, 2006.*

Le nationalisme québécois est né au début de la Révolution tranquille avec un changement de gouvernement. L'Union nationale a été remplacée par le Parti libéral de Jean Lesage. Ce nationalisme au Québec est toujours présent de nos jours et continue d'évoluer.

En 1960, le slogan des élections du Parti libéral est « c'est le temps que ça change! », et du changement, il y aura. Les années 1960 donnent lieu à l'avancée du Québec dans la modernité. Le Québec prend le contrôle de ses richesses et de son territoire, crée plusieurs ministères, développe un réseau universitaire et laisse de côté la religion. Celle-ci perd toute influence en politique. Des réformes marquent l'avènement d'une affirmation nationaliste sans précédent. En 1960, Jean Lesage prononça un discours audacieux à Toronto qui sous-entendait les actions politiques à venir :

*« Le Québec cherche à obtenir tous les pouvoirs nécessaires à son affirmation économique, sociale et politique. Dans la mesure où les provinces ne poursuivent pas ce même objectif, le Québec se dirigera, par la force des choses, vers un statut particulier qui tiendra compte à la fois des caractéristiques propres de sa population et du rôle plus entendu qu'elle veut conférer à son gouvernement. » (Lesage, 1960)*

La Révolution tranquille est une époque de changements profonds et son acteur principal est le Parti libéral. On remarque la réapparition du nationalisme dans la politique, qui n'avait pas eu lieu depuis la défaite du Parti patriote au XIX<sup>e</sup> siècle. À l'époque, Lesage laissait présager une sorte de nationalisme autonomiste (plus de pouvoir à la province), au sein du Canada, plutôt que séparatiste, à l'extérieur de celui-ci.

Parallèlement, le Rassemblement pour l'indépendance nationale (R.I.N.) est créé en 1960 comme un mouvement citoyen et devient un parti politique en 1963. Son mandat est simple : l'indépendance du Québec. Il n'arrivera jamais au pouvoir, mais alimentera la flamme souverainiste bien avant la création du Parti québécois en 1968.

La rhétorique politique change également. On parle maintenant d'État lorsqu'on se réfère au Québec, donnant lieu à de nombreux slogans tels que « L'État, c'est nous ». L'État est désigné comme un outil d'émancipation collective. Durant la Révolution tranquille, il prend les pouvoirs de l'Église et s'occupe de l'éducation, de la culture, de l'assistance sociale et de la redistribution des richesses. C'est une grande période de changement social. La fête de la

Saint-Jean prend la place des grands ralliements religieux. Elle devient le symbole de fierté nationale.

On ne se qualifie plus de Canadien français, mais de Québécois. Se proclamer Québécois et le prononcer clairement est quelque chose de pratiquement banal de nos jours. « Mais il s'agissait déjà à l'époque d'une affirmation politique en soi et d'un acte presque audacieux » (Fournier, 2015). Nous n'étions plus Canadiens français entre nous. En fait, parler de Canadiens signifiait les autres, ceux en dehors du territoire du Québec. Cela incluait même les francophones qui résidaient en territoire non québécois. Les Québécois prenaient leur destinée en main et le territoire devenait objet d'appartenance et d'identification :

*« Nous croyons que le Québec est l'expression politique du Canada français et qu'il joue un rôle de mère patrie à tous ceux qui, au pays, parlent notre langue. »* (Lesage, 1964)

Les slogans de l'époque sont forts. On parle d'un Québec fort, de Québec d'abord, d'une province pas comme les autres, d'un statut particulier, d'égalité ou d'indépendance, de souveraineté culturelle, etc. René Lévesque, ministre libéral des richesses naturelles à l'époque, alimentait déjà la flamme séparatiste sous Lesage. Il prononce « que si le Québec n'arrive pas à faire accepter le binationalisme, il faudra envisager la séparation » (Lévesque, 1963).

C'est au niveau de la politique que l'identité québécoise peut s'affirmer et trouver les moyens de son épanouissement. À l'époque, l'objectif des politiques québécoises n'est pas indépendantiste. Il s'agit d'obtenir, pour l'État québécois, tous les pouvoirs lui permettant d'assumer ses responsabilités à l'endroit de son peuple. En 1971, Robert Bourassa, chef du Parti libéral après Jean Lesage, s'oppose à la première tentative de rapatriement de la constitution par le gouvernement fédéral et proclame la souveraineté culturelle du Québec. Il sera le premier chef de parti à faire des menaces séparatistes. Le pouvoir québécois est maintenant un rival. L'ouverture sur le monde pousse les Québécois à s'identifier à l'État

québécois. On assiste par la suite à la création de plusieurs lois permettant d'obtenir plus de contrôle dans notre province, entre autres, la loi 22 en 1974, établissant le français comme la seule langue officielle du Québec, et la loi 101, la Charte de la langue française, en 1977.

René Lévesque, déçu de la position du Parti libéral au sujet du statut et de l'avenir du Québec, quitte le parti et fonde le Parti québécois en 1968. À la suite de cette annonce, Pierre Bourgeault, chef du Rassemblement pour l'indépendance nationale (R.I.N.), dissout le parti afin de le fusionner au nouveau parti de Lévesque. Le Parti québécois prend les rênes du nationalisme à un Parti libéral, maintenant identifié comme fédéraliste. C'est le début des premières tentatives d'obtention de la souveraineté.

La souveraineté peut permettre au Québec d'accéder au statut qui lui est refusé à l'intérieur de la Confédération. Elle permettrait aux Québécois de se donner une société plus juste. Elle donnerait aux francophones, enfin majoritaires dans leurs pays, le contrôle total de leurs institutions, de leurs lois, de leurs imports et de leurs traités avec les pays étrangers. Puisqu'une offre de partenariat serait négociée avec le Canada, « l'indépendance politique n'engendrerait pas une rupture totale avec le reste du pays » (Guey et coll., 2016).

Le référendum sur la souveraineté-association de 1980 est mené par Lévesque. Il est opposé à Pierre-Elliott Trudeau du Parti libéral au fédéral. Toutefois, il échouera. La défaite a souvent été attribuée à la formulation ambiguë (trop longue et complexe) de la question sur la souveraineté-association et à la confiance que les dirigeants du parti avaient en la population, tout comme le Parti patriote l'a fait à son époque. Après la défaite, en 1981, Trudeau tente une nouvelle fois de rapatrier la Constitution. Le Québec refuse de signer l'accord du rapatriement de la Constitution, qui ne contient aucune mention sur son caractère spécifique. Durant la nuit des négociations, les autres premiers ministres passent un accord sans la participation du

Québec. La nuit des longs couteaux est synonyme d'un sentiment d'une grande impuissance. Trudeau obtient ce qu'il désire et rapatrie la constitution à Ottawa.

La défaite du référendum et la trahison des autres ministres démolissent le Parti québécois de l'époque. Lévesque perd les élections de 1985 et le Parti libéral et Robert Bourassa resurgissent. Il réitère la conception d'un nationalisme autonomiste pour les dix prochaines années, mais demeure un fervent défenseur du Québec. Ces années sont marquées par les impasses constitutionnelles de 1981. En 1990, Québec tente de nouveau d'adhérer à la Constitution avec les négociations de l'accord du lac Meech. Le Canada rejette les demandes du Québec qui veut être considéré comme une société distincte à l'intérieur de celui-ci. Bourassa déclare :

*« Le Canada anglais doit comprendre de façon très claire que, quoi qu'on dise, quoi qu'on fasse, le Québec est aujourd'hui et pour toujours une société distincte, libre et capable d'assumer son destin et son développement. »* (Bourassa, 1990)

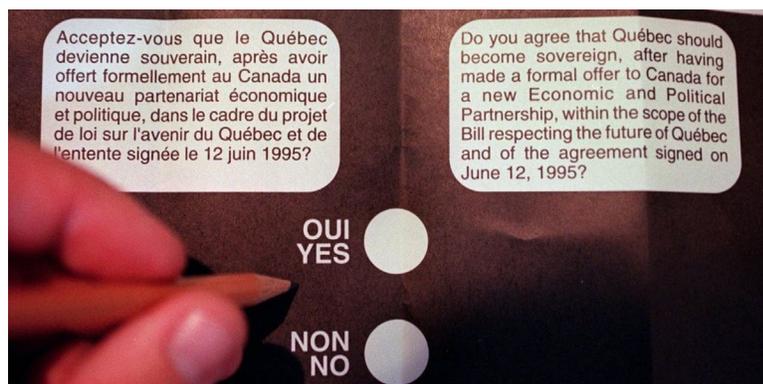
Après l'échec de l'accord, Lucien Bouchard fonde le Bloc Québécois, parti ayant comme mandat de défendre les intérêts du Québec au fédéral. Il proclame que c'est parce que le Canada fonctionne mal que bon nombre des citoyens se tournent vers la souveraineté. Il désire en finir avec les problématiques constitutionnelles. En 1992, on tente un troisième accord, celui de Charlottetown. Contrairement à celui du lac Meech, il est soumis à un référendum pancanadien. La reconnaissance du Québec comme société distincte est rejetée par la plupart des provinces. Cette dernière défaite rallume la flamme souverainiste à l'intérieur de la province.

Profitant du moment, Jacques Parizeau arrive à la tête du Parti québécois. Il gagne les élections de 1994. Il promet un référendum sur la souveraineté en un an et il tiendra cette promesse. La triade qui mène l'idée du référendum de 1995 se compose de Jacques Parizeau, Mario Dumont, chef du nouveau parti de l'Action démocratique du Québec (vestige d'un Parti libéral nationaliste) et Lucien Bouchard, chef du Bloc Québécois. Bien que Parizeau soit le

maître à penser de cette campagne, Bouchard en est le porte-parole grâce à son charisme indéniable. Il proclame que le Québec a été ignoré et rejeté plus d'une fois par le Canada et que la souveraineté devient le seul recours possible :

*« Nous aimons le Canada, nous avons voulu en faire partie loyalement et notre présence serait de continuer d'en faire partie si seulement on y respectait notre identité particulière. Puisque cela est devenu impossible, nous nous résignons à prendre la voie de la souveraineté. »* (Bouchard, 1995)

Le camp du non, aidé par les États-Unis et l'Angleterre, a plus de moyens monétaires à sa disposition pour mener sa campagne. Il attribuera également la citoyenneté canadienne plus rapidement aux immigrants, sans explication, avec l'espoir qu'ils voteront « NON » au référendum. Ces deux aspects sont fortement dénoncés lors de la déclaration historique et controversée de Jacques Parizeau après la défaite avec une mince marge de 1.4%.



*Photo du scrutin, référendum sur la souveraineté du Québec, 1995.*

À nouveau, on associe la défaite à la complexité de la question. Jacques Parizeau quitte le parti en 1996. Les gouvernements Bouchard (1996) et Landry (2001), prennent un recul sur la souveraineté québécoise, et entame un virage néolibéral au niveau économique. Par la suite, le Parti libéral reprend le pouvoir en 2003 pour les neuf prochaines années. Avec Jean Charest à sa tête, on observe un Parti libéral tout à fait déconnecté du nationalisme québécois. C'est le

début d'une période de privatisation des entreprises où il n'y a aucune place pour la nationalisation.

Après 1995, le nationalisme retombe en mode autonomiste. Depuis, très peu d'évènements reliés à la cause se sont produits. Le scandale des commandites éclate en 2004, à la suite de la découverte que le Canada avait bel et bien donné illégalement plus d'argent au camp du non durant la campagne référendaire de 1995. Par la suite, le gouvernement conservateur de Stephen Harper, en 2006, reconnaît le Québec en tant que société distincte. Toutefois, cette reconnaissance est purement symbolique.

En 2012, le *Printemps érable* est marqué par les contestations et les actions étudiantes face à la hausse des frais de scolarité du Parti libéral. Ce mouvement fait réfléchir. « Si ce n'est pas un mouvement nationaliste, c'est très québécois, très francophone, dans son action et son refus de laisser passer des politiques inacceptables aux yeux de plusieurs » (Balthazar, 2013).

Dans *L'État du Québec 2016*, Jean-Philippe Warren associe la baisse de popularité de la souveraineté à l'incapacité des chefs politiques à rassembler des citoyens de diverses obédiences autour d'un objectif commun. Le problème, ce n'est pas que la souveraineté ne soit plus un projet crédible en soi, mais plutôt que ses multiples dimensions ne soient plus, comme elles l'ont été il y a vingt ans, canalisées dans une même alliance politique. « Il arrive trop souvent que les motifs de faire l'indépendance, proposés par les uns, représentent une bonne raison pour les autres de s'y opposer » (Warren, 2016).

La question générationnelle entre aussi en ligne de compte. Le combat des souverainistes est, en bonne partie, celui de générations nées entre 1940 et 1980. Les jeunes de 18 à 34 ans sont désormais plus prompts que leurs aînés à confier qu'ils voteraient contre la souveraineté advenant un référendum. Il semble qu'ils ne se sentiraient interpellés par elle que lorsque celle-ci apparaîtrait comme une option réelle, concrète, et non comme une idée hypothétique. Cette

génération semble vouloir s'intéresser à d'autres combats. L'environnement, la mondialisation et l'économie en sont des exemples. Les débats des années 1970 autour de la langue, de la culture et de la place des francophones dans l'économie nationale semblent avoir été, selon eux, résolus à la satisfaction des francophones. Cette génération n'a également connu aucune crise, comme celles de la commission sur le bilinguisme et le biculturalisme, du référendum de 1980, du rapatriement de la Constitution, de l'accord du lac Meech ou, encore, celle du référendum de 1995.

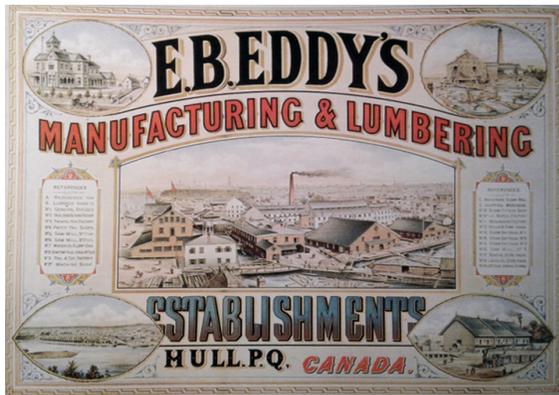
Durant toute son existence, le nationalisme au Québec a toujours été modéré. La langue est le facteur constant sur ses deux cents ans de vie. Si des batailles ont créé des républiques et des États indépendants dans certains coins du monde, comme aux États-Unis ou en Amérique latine, elles ont également échoué ailleurs, comme en Irlande, en Écosse, en Allemagne, ainsi qu'au Québec. On voit récemment apparaître de nouveaux visages politiques du nationalisme au Québec, incarné par la Coalition Avenir Québec (CAQ) et Québec Solidaire. Toutefois, leur axe politique est loin d'être indépendantiste.

Il apparaît essentiel qu'un dirigeant se lève pour recoller les morceaux du nationalisme et canaliser les objectifs en un seul endroit. Comment lui faire reprendre de la vitalité? Louis Balthazar termine son ouvrage en nous offrant des pistes potentielles, entre autres, « la création d'une constitution québécoise basée sur la Charte des droits et des libertés, la Charte de la langue française et une éventuelle Charte de la laïcité » (Balthazar, 2013). Ensemble elles formeraient les piliers d'un nouveau référendum, d'un nouveau projet national, concrétisant la souveraineté par des lois spécifiques. Il ne reste qu'à rallumer la flamme nationaliste, comme elle brillait à l'époque.

### **2.1.5. Le développement de l'affiche politique au Québec**

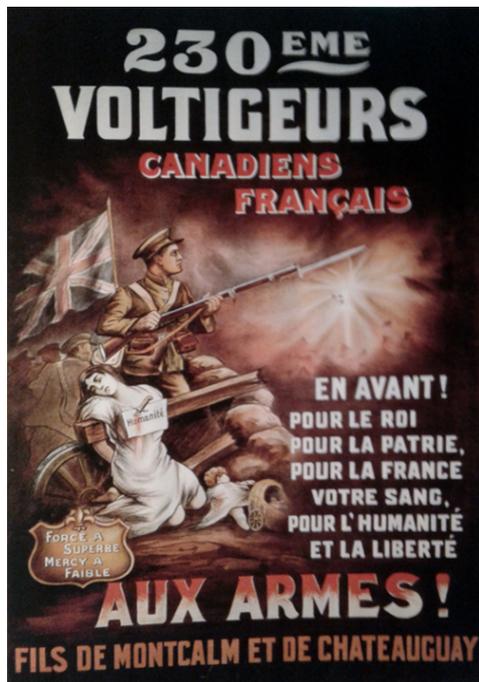
Les pièces qui ont été choisies pour cette section ont été conçues par des artistes nés ou qui vivent au Québec. Elles incluent aussi des affiches réalisées ailleurs au Canada, mais utilisées au Québec. La plupart des faits et des exemples cités pour illustrer le développement de l'affiche politique au Québec sont tirés de l'ouvrage de Mark H. Choko (2001) et complétés par d'autres ouvrages de référence sur l'histoire de l'affiche au Québec. Les moments les plus marquants sont présentés en ordre chronologique et organisés par thématiques.

Depuis son apparition à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, l'affiche au Québec a toujours été d'un « statut plus officiel » (Touchelle, 2012) pour annoncer des événements publics, culturel ou publicitaire. En observant leur facture, on remarque les influences européennes et américaines qui s'expriment par un caractère illustratif et coloré. Les styles graphiques québécois de l'époque sont marqués par ces influences. Alors même qu'à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, l'intérêt pour l'affiche explose et gagne bientôt toute l'Europe avant d'atteindre le Canada via l'Angleterre et les États-Unis, la production d'affiches québécoises ne connaît pas la même croissance. Un chemin important a été parcouru depuis les premières affiches de texte en noir, mais la production au Québec est loin d'être similaire à celle de l'Europe. Les affiches s'ornent d'illustrations maladroitement imprimées en noir et blanc, selon le procédé d'impression en gravure sur bois ou sur cuivre. Ce procédé se transforme ensuite en lithographie et les couleurs sont appliqués à la main.



*E.B. Eddy's Manufacturing and Lumbering Establishment, Anonyme, vers 1885.*

La Première Guerre mondiale joue un rôle déterminant dans l'avancement de l'affiche au Québec. Les réalisations empruntent la plupart du temps des concepts à celles des œuvres étrangères qu'elles soient françaises, anglaises ou américaines. Elles sont par la suite retravaillées afin d'en faire une nouvelle composition. Les affiches de l'époque portent le nom de l'imprimeur plutôt que celui de l'artiste qui les a réalisées. La stratégie d'affichage diffère du reste du Canada, étant donné que le Québec est emporté par la Crise de la Conscription (1917).



*230<sup>ème</sup> Voltigeurs Canadiens français, Anonyme, 1915.*

La Deuxième Guerre mondiale permet une véritable explosion de la production des affiches de propagande. Elles sont utilisées partout au pays et souvent dédoublées dans les deux langues. Les grandes agences torontoises se voient confier une grande partie de la production, à l'exception de certains graphistes indépendants ou d'artistes engagés, tel que Charles Feinmel. En 1944, l'Office national du film (ONF) prend en charge la conception et la production des affiches pour les principales campagnes gouvernementales.



*Notre force - La voilà, Charles Fainmel, 1943-1944.*

Après la Deuxième Guerre mondiale, l'importance de l'affiche dans le paysage des campagnes publicitaires s'éclipse devant la télévision comme source d'information, dans les années 1960. Toutefois, l'Expo 67 et les Jeux olympiques de 76 à Montréal est une vitrine ouverte sur le reste du monde qui découvre une société québécoise en plein essor et permet de positionner l'industrie de la communication visuelle « made in Québec ». Il en résulte une production d'affiches unique et remarquable. Il faut souligner que les graphistes dont les affiches marquent cette période sont majoritairement d'origines européennes. Cette caractéristique va par ailleurs marquer l'enseignement du graphisme au Québec. L'Europe demeure à l'époque un berceau influent et dynamique de la création graphique. Guy Lalumière, graphiste montréalais, a été fortement influencé par ses séjours en Europe. D'autres comme Gérald Zahnd ou Ernst Roch ont été formés en Europe avant d'émigrer au Canada.



*Expo 67. Design, Studio Guy Lalumière (Photographie Bernard Nobert), 1963.*

Pour ce qui est des affiches politiques de l'époque, elles se résument simplement par une photo du candidat, son nom, le nom du parti et parfois un slogan. De plus, dans l'ouvrage *Affiche des mouvements sociaux au Québec*, Boyer, Desjardins et Widinginton (2013) décrivent l'état de l'affiche au sein de la politique québécoise moderne. Entre autres, ils citent les affiches du *Rassemblement pour l'indépendance nationale* (RIN) produites pour les élections de 1966, comme particulièrement sobre. Boyer (2007) explique « qu'on peut y percevoir, par-delà le chromatisme et la typographie simple, les prémises d'une transformation des codes de l'affiche politique. Un logo symbolique, un slogan électoral et les personnalités connues qui nous regardent ».



*Vote RIN – André D'Allemagne, Collection Robert Demers, 1966.*

Par la suite, avec l'arrivée au pouvoir du Parti québécois en 1976, on voit apparaître d'importantes activités politiques, militantes et radicales pour lesquelles l'affiche prend une place plus revendicatrice, mordante et virulente.

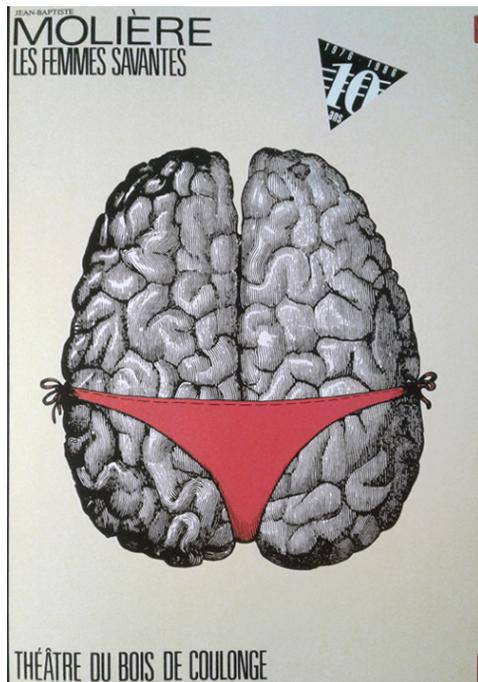


*Vive le Québec libre, Milice de la République du Québec, 1968.*

« On montre les luttes d'aujourd'hui, on les lie à celles d'hier auxquelles elles ressemblent et dont elles constituent le prolongement » (Boyer, 2007). Toutefois, cet activisme est une forme plus artisanale de l'affiche politique et demeure réalisée sous l'anonymat. À la suite du deuxième référendum, les années d'optimisme et de visions sont remplacées par le désenchantement et le pessimisme. Boyer nous résume la situation de l'affiche politique au Québec d'après référendum :

*« L'affiche politique, me semble-t-il, traduit un certain désarroi, celui d'un combat qui n'a pas de modèle de société, de politique et d'économie à proposer, qui n'a pas de vision intellectuellement crédible et moralement défendable à mettre de l'avant pour inspirer l'action. L'affiche sait dénoncer, elle le fait avec force et conviction ; mais ce qu'elle affirme ensuite, si tant est qu'elle affirme quoi que ce soit au-delà des généralités les moins engageantes, n'est aucunement à la hauteur de ce qu'elle refuse. L'affiche qui ne fait plus ni rêver ni espérer, qui sans le vouloir incite au cynisme et au découragement, trouve ses désespérants modèles ailleurs, dans des régimes en faillite ou dans des images de l'ennemi qu'elle combat et qu'elle reprend pour les détourner. »*  
(Boyer, 2007)

Même si l'affiche politique québécoise n'a pas connu un grand essor au fil des années, on peut remarquer qu'il en est tout autrement dans le domaine culturel. Au cours des années 1980, les agences de publicité deviennent de plus en plus prestigieuses et coûteuses. Plusieurs clients ne peuvent pas se permettre ces coûts et se tournent vers de plus petites agences ou des indépendants. Deux affichistes s'illustrent, Vittorio Fiorucci, originaire d'Italie, et Yvan Adam, du Québec. On peut citer les pochettes d'album du groupe rock Offenbach de Vittorio, ou les affiches d'Yvan Adam pour le Théâtre du Bois de Coulonge.

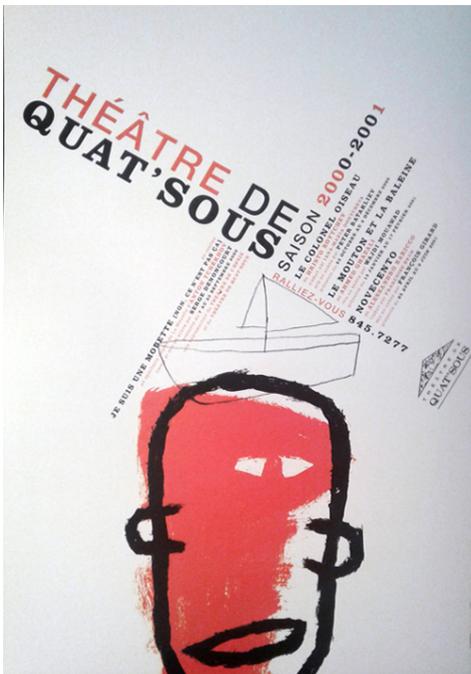


*Théâtre du Bois de Coulonge. Molière. Les Femmes savantes, Yvan Adam, 1986.*

L'UQAM a une place d'importance dans le milieu de l'affiche au Québec depuis sa fondation en 1969. Plusieurs professeurs sont originaires d'Europe, comme le Polonais Alfred Halasa et l'Allemand Klaus Spiecker, et influencent la création québécoise avec des réalisations remarquables durant les années 1990. Cette période est marquée par plusieurs jeunes universitaires et leurs créations culturelles extrêmement variées. Durant ces années, deux entreprises font leurs débuts en renouvelant la production d'affiches québécoises : Lumbago et Orange Tango. Les affiches produites par ces agences et leurs graphistes sont marquées par leur créativité, leur versatilité et leur qualité.



Université du Québec à Montréal. Design international, Alfred Halasa, 1995.



Théâtre de Quat'sous. Saison 2000-2001, Mario Mercier - Orangetango (illustration Alain Lebrun, dit Lino, 2000).

Ce portrait rapide permet de souligner que l'histoire de l'affiche politique au Québec comporte des lacunes. L'influence du marketing et de la publicité, constamment présente tout au long de son développement, pourrait expliquer l'absence d'une production pour soutenir les revendications politiques ou sociales. Cependant, l'influence européenne a permis aux concepteurs d'affiches au Québec de se distancer de l'influence américaine.

Tenter de retracer la production d'affiche politique au Québec montre que les graphistes québécois sont moins portés à utiliser l'affiche comme moyen d'engagement. Force est de constater qu'il n'existe pas de tradition en lien avec le graphisme engagé comme en France, par exemple. Et lorsque que la flamme de l'engagement s'attise, comme on a pu le constater en 2012, lors des événements étudiants contre la hausse des frais de scolarité prônée par le gouvernement de Jean Charest, c'est dans les affiches de Mai 68 que de jeunes créateurs ont puisé leur inspiration.



*École de la Montagne Rouge, L'état sauvage, 2012.*

## 2.2. L'analyse sémiotique

Telle que décrite par Martine Joly, la sémiotique, du grec *semion* (signe) et *logos* (discours), est une science des signes qui s'est développée au début du XX<sup>e</sup> siècle. « Elle consiste à étudier les différents types de signes que nous interprétons, à en dresser une typologie et à trouver les lois de fonctionnement des différentes catégories de signes » (Joly, 2015). Les grands précurseurs sont le linguiste suisse Ferdinand de Saussure et le scientifique mathématicien américain Charles Sanders Peirce. Étant donné que le travail de Saussure est principalement axé sur les signes linguistiques, ce sont les concepts sémiotiques peirciens, en lien avec l'étude de l'image, que je retiens pour mon projet. Pour Peirce, « un signe est quelque chose, tenant lieu de quelque chose pour quelqu'un, sous quelque rapport, ou à quelque titre que ce soit ».

J'ai retenu trois auteurs pour leur travail sur la sémiotique peircienne et la rhétorique de l'image, soit Catherine Saouter, Martine Joly et Roland Barthes. Les notions décrites plus loin sont tirées de leurs ouvrages respectifs : *Le langage visuel* (2000), *Introduction à l'analyse de l'image* (2015) et *Rhétorique de l'image* (1964).

Dans son ouvrage sur l'introduction à l'analyse de l'image sous l'angle de la sémiotique peircienne, Martine Joly explicite les principes de base de l'analyse sémiotique. Elle la décrit ainsi : « un processus en amont des signes de l'image » (Joly, 2015). Ce qui est intéressant dans le cadre de mon projet, c'est que l'une des fonctions de l'analyse peut être la recherche des causes de l'efficacité d'un message scriptovisuel. Elle ajoute : « la sémiotique nous permet de saisir la complexité d'une image et sa force de communication » (Joly, 2015).

Le postulat théorique de Catherine Saouter (2000) est de considérer les expressions visuelles comme relevant d'un langage au même titre que le langage verbal. Pour toute analyse, il est important de laisser de côté toute considération esthétique. « L'image est à la fois la construction d'une langue et un état d'interprétation, et ce, simultanément » (Saouter, 2000).

De son côté, Roland Barthes reconnaît l'image comme ayant la spécificité de la dénotation et de la connotation. La dénotation est le sens littéral de l'image. Elle se situe au niveau du plan plastique (signifiants). C'est le mot voiture qui nous vient en tête lorsque nous regardons une image d'une voiture. « Toutefois, l'image veut toujours dire quelque chose de plus que son premier degré » (Barthes, 1964). Cette chose est la connotation qui se retrouve au niveau du plan iconique (signifié). Elle a la faculté de provoquer une signification seconde à partir d'une signification première. C'est lorsque nous attribuons la caractéristique « américaine » à la même voiture lorsqu'il s'agit d'une création des États-Unis.

Comme la sémiotique peircienne est un sujet d'étude vaste avec un système de classification des signes précis, j'ai choisi d'étudier et de retenir certaines de ces notions qui sont nécessaires pour réaliser une analyse de mon corpus. Elles portent sur trois différents plans : le plan plastique, le plan iconique et le plan linguistique.

Sachant que le texte fait partie intégrante des affiches politiques engagées, je ne peux exclure cet aspect crucial dans la production des messages. Par ailleurs, les concepts du rapport texte-image de Roland Barthes, qui s'attardent aux signes du texte sous l'angle de la sémiotique peircienne, seront plus adaptés pour mon projet.

« Ces trois plans s'articulent pour donner lieu à l'interprétation de l'image » (Saouter, 2000). Cette interprétation n'est possible que par la triangulation sémiotique du signifiant, « la face perceptible de l'image, le référent, ce que cette face représente, et le signifié, ce que l'articulation du signifiant et du signifié représente. Tous les signes ont une structure commune,

impliquant cette dynamique tripolaire, liant le signifiant au référent et au signifié » (Saouter, 2000).

À titre d'exemple, les signifiants dans l'affiche de James Victore ci-dessous sont les suivants : un homme, des traits de crayon ajoutés sur son visage et la phrase « Celebrate Columbus 1492-1992 », dans le coin supérieur gauche. Le référent de l'affiche est que cet homme représente un autochtone. On le reconnaît par son habillement. Les traits de crayon dessinent une « tête de mort ». L'articulation des signifiants et des référents nous dévoile que cette affiche est une critique des célébrations entourant la découverte de Christophe Colomb. Ce traitement de l'image rappelle que cet épisode s'est soldé par le génocide des peuples autochtones en Amérique du Nord.



*Celebrate Columbus 1492 - 1992, James Victore. 1992*

### 2.2.1. Les signes plastiques, iconiques et linguistiques

Selon Martine Joly (2015), le premier grand principe à retenir est qu'une « image » est une composition hétérogène. Elle regroupe, au sein d'une limite définie, plusieurs catégories de signes : les signes plastiques (matériels), les signes iconiques (analogiques) et dans certains cas, les signes linguistiques (verbaux). « L'interaction entre ces différents types de signes produit du sens, chose que nous avons tous appris à décrypter inconsciemment dans la vie de tous les jours » (Joly, 2015). Ensemble, ces trois types ou plans, forment la représentation visuelle de l'image (Joly, 2015).

Sauter nous explique que, la linguistique étant facultative, la plasticité et l'iconicité désignent les plans de construction de l'image. L'une concerne l'organisation de la perception, l'autre concerne la nomination, par analogie de cette perception.

*« L'articulation de ces deux plans est le lieu où le producteur d'image donne son point de vue sur le monde par lequel il construit un sens (Sauter, 2000). Considérer l'image comme un message visuel, composé de différentes parties, c'est donc la considérer comme un langage, comme un outil d'expression et de communication. » (Joly, 2015)*

#### Les signes plastiques

Les signes plastiques constituent les signes matériels et immatériels de l'image, ceux qui sont perceptibles au premier degré de vision. Ils sont situés au niveau de la dénotation chez Barthes. Catherine Sauter nous décrit la plasticité ainsi :

*« La plasticité recouvre l'ensemble des interventions qui sont faites sur un support de façon à solliciter l'appareil visuel, à lui offrir des stimulations suivant des mécanismes que les lois de l'optique et de la physiologie ont décrits et analysés. » (Sauter, 2000)*

De son côté, Martine Joly a explicité douze catégories de signes plastiques : le support, le cadre, le cadrage, l'angle de prise de vue, le choix de l'objectif, la composition, les formes, les dimensions, les couleurs, l'éclairage et les textures. « Une grande part de la signification du message visuel est déterminée par des choix plastiques » (Joly, 2015). Les deux aspects

fondamentaux de la plasticité : la couleur et le clair-obscur sont les principes capables de créer l'iconicité par la répartition et l'agencement sur le support des contrastes (Saouter, 2000).

### **Les signes iconiques**

Les signes iconiques sont les signes qui entretiennent une relation d'analogie avec ce qu'ils représentent. Ils sont situés au niveau de la connotation chez Barthes. Il n'existe pas de catégorie prédéfinie de ce type de signe, car ils sont propres à chaque image. Catherine Saouter nous décrit l'iconicité de la façon suivante :

*« L'iconicité désigne les interventions qui sont faites dans le plan plastique pour organiser le registre des contrastes de telle manière qu'une nomination des formes, lignes et compositions puisse être effectuée. Cette nomination identifie des figurations, des représentations. Par le biais de la représentation, on reconnaît un objet : ceci suppose littéralement l'actualisation d'une vision antérieure restée en mémoire. L'intervention essentielle du producteur dans le plan de l'iconicité est d'induire des relations d'analogie entre la représentation et des objets qui lui sont externes. »*  
(Saouter, 2000)

### **Les signes linguistiques**

Pour Barthes, les signes linguistiques peuvent avoir deux fonctions distinctes. L'une a une fonction d'ancrage, confirmant ce que l'image est tout en indiquant le bon niveau de lecture de l'image. L'autre a une fonction de relais. Elle précise ce que l'image ne peut pas dire en apportant des informations supplémentaires (Barthes, 1964).

*« Les signes linguistiques sont aussi composés de signes plastiques (typographie, couleurs, etc.). C'est en repérant et en décodant ces signes plastiques que les mots sont mis en évidence et que le lecteur peut passer au contenu linguistique. »* (Favre, 2009)

Dans le cas des affiches politiques engagées, les signes linguistiques se rapportent généralement à un slogan. Ruth Amossy le décrit comme une « formule courte et frappante, facilement repérable, démocratique et destiné à faire agir les masses » (Amossy, 2000). Le point commun entre le slogan et l'image est qu'il active des significations implicites qui s'appuient sur un savoir commun, de même que sur la connaissance générale du lecteur qui est

nécessaire afin de le décoder (Amossy, 2000). Tout comme l'image, il comporte un second degré de connotation qui nécessite cette connaissance à priori. Le slogan se doit de détenir un caractère persuasif pour tenter, délibérément ou non, d'influencer la façon de voir et de penser du lecteur. « C'est là sa seule façon de modeler les attitudes et de déterminer des comportements » (Amossy, 2000).

### **2.2.2. L'interprétation de l'image**

Catherine Saouter nous rappelle que la notion importante à retenir lorsque nous faisons l'interprétation d'une affiche politique est qu'elle ne consiste pas à essayer de retrouver le message que l'auteur a voulu dire. La plupart des auteurs ne maîtrisent pas tout à fait la signification que leur message produit. « Le but de l'interprétation est de comprendre que ce message-là, dans ces circonstances-là, provoque comme significations, dans le présent ». Il reste que toute analyse se doit d'être opérée dans un contexte historique, fondement de la sémiotique peircienne (Saouter, 2000). Comprendre les circonstances entourant la création d'une image est impératif à son analyse (Joly, 2015), d'autant plus lorsqu'on s'intéresse aux images politiques. Il faut se rappeler que l'interprétation du message de l'image reste une hypothèse (Favre 2009).

Selon Martine Joly, l'interprétation des différents types de signes joue sur le contexte de la manifestation de l'image, mais aussi sur le savoir culturel et socioculturel du lecteur. « Il s'agit d'un travail d'associations mentales entre perception et savoir » (Joly, 2015). État d'esprit, connaissances, croyances, éducation et parcours de vie; tous sont des variables qui entrent en ligne de compte dans l'interprétation. « C'est pour cette raison que l'image est polysémique, c'est-à-dire qu'une interprétation d'une même image peut diverger d'une personne à l'autre » (Favre, 2009).

*« Il faut tout de même avoir un minimum de connaissances du monde afin de comprendre toute image. C'est aussi le rôle de l'image et de celui qui la donne à voir de contribuer à cette connaissance du monde. » (Saouter, 2000)*

Martine Joly (2015) nous propose un modèle de lecture de l'affiche qui se déroule en cinq temps : Identification du contexte, description générale de l'affiche, lecture du message visuel (identification des signes plastiques et iconiques), lecture du message linguistique (fonction, type de message, identification des signes plastiques, description du contenu), et lecture du message scriptovisuel (le rapport texte-image, l'interprétation).

De plus, Joly nous rappelle que l'image ne comporte pas d'autres pouvoirs que la possibilité d'être vue et/ou regardée. Pourtant, certains des attributs qu'elle possède exercent un pouvoir que ni le texte, ni la parole, ne peuvent produire. En effet, ceux-ci détiennent le pouvoir d'agir sur la pensée et sur les actes des lecteurs, peu importe leurs opinions, connaissances et choix personnels. L'image possède donc « un pouvoir de séduction par son esthétisme et un pouvoir de persuasion par le message qu'elle véhicule » (Joly, 2015).

*« Ce pouvoir est donné par le créateur, car l'image n'est qu'un outil. Aussi puissante qu'elle puisse être, elle reste un objet inanimé. C'est l'humain qui lui inculpe ce pouvoir. Le pouvoir réside dans l'œil de celui qui la regarde. » (Joly, 2015)*

Catherine Saouter compare l'analyse d'une image à l'écoute d'un film au ralenti, ou à l'observation d'une reconstitution, afin de donner à voir l'enchaînement interprétatif. « Il s'agit d'un travail de collaboration entre le faiseur d'image et le lecteur » (Saouter, 2000). Elle autorise un discours qui renseigne sur la culture, la mentalité et le point de vue sur le monde d'une époque (Saouter, 2000).

### 2.3. Le graphisme engagé

Il est important de noter que le graphisme engagé n'est pas une discipline en soi. En effet, le graphisme ne peut être engagé par ou pour lui-même. « Il ne s'agit pas d'un métier, mais d'un intérêt personnel », comme l'explique Gil Daniel, graphiste et militant français (2015). Néanmoins, lorsqu'un individu se sert du graphisme comme moyen d'expression et comme un choix d'engagement, on peut parler de graphisme engagé. « La politique, comme d'autres domaines, devient un champ d'action particulier » (Formes Vives, 2009). Toutefois, même si on ne parle pas d'une discipline en soi, les œuvres qui appartiennent à cette catégorie, que nous nommerons « engagées », comportent des similitudes et une histoire commune.

Lors d'une table ronde sur le graphisme engagé organisée à Paris, en 2015, par Valérie Yobé, professeure agrégée à l'École multidisciplinaire de l'image (ÉMI) de l'Université du Québec en Outaouais (UQO), une grande diversité de praticiens actifs sur la scène française étaient présents pour discuter de leurs pratiques. Cette rencontre a permis de relever :

- Qu'ils ne revendiquent pas le titre de graphistes engagés. Qu'ils préfèrent être des citoyens qui utilisent le graphisme comme moyen d'engagement;
- Qu'il n'existe pas de recettes pour faire du graphisme engagé. Tout le monde le fait différemment;
- Qu'il y a autant de profils qu'il y a de graphistes;
- Qu'il existe une grande disparité parmi les graphistes qui le pratiquent. Aux pratiques plus philosophiques ou personnelles, j'ajoute celles issues de militants de gauche.

Force est de reconnaître que le terme « graphisme engagé » ne fait pas l'unanimité parmi les graphistes réunis. Toutefois, dans le cadre de ce projet, je retiens cette terminologie dans un contexte politique qui pousse à l'action ou à l'expression de revendications.

Maude Bouchard représente cette diversité des pratiques engagées en cinq catégories : « le designer graphique mandaté, le collaborateur, l'impliqué, l'engagé et le militant » (Bouchard, 2013). Toutefois, il n'est pas nécessaire de faire partie d'une organisation politique ou d'un syndicat pour militer, mais bien d'être habité par une cause (Bouchard, 2013). « On peut s'engager de façon distancée, comme un moyen d'affirmation personnelle » (Irène, 2007). C'est une vision que je partage, car j'utilise le graphisme comme moyen d'affirmation politique dans le contexte de ce projet.

Roland Hollis explique que le graphisme engagé existe dans un rapport de dualité avec le graphisme commercial :

*« Le design graphique sert à identifier, informer et promouvoir. Le graphisme engagé assume ces trois fonctions, tout comme le graphisme commercial, mais dans les faits, tous les opposent. Le premier agit dans une recherche d'excellence déontologique et qualitative, le second dans une quête de serviabilité au marché. Cette dualité révèle, en arrière-plan, une situation actuelle marquée par une extrême diversité des pratiques du graphisme réunies malgré tout par un même dénominateur commun : la volonté de transmettre un message par des images, des signes et des systèmes de signe. »* (Hollis, 2004)

Plusieurs n'hésitent pas à faire la distinction entre le « bon graphisme », celui du domaine culturel et social et le « mauvais graphisme », celui du domaine du marketing et de la publicité. L'après *Mai 68* et les praticiens qu'ils ont influencés, tel que le collectif Grapus, sont des exemples de cette démarcation revendiquée par certains praticiens. Bien que cette distinction existe chez nous, certains propos élitistes de distanciation à l'égard du graphisme commercial semblent être propres à la France (Perrine, 2012).

Pourquoi utiliser le graphisme pour s'engager? C'est pour sa capacité à donner une voix à ceux qui le pratiquent et qui, à leur tour, en offre une à ceux qui ne la maîtrisent pas ou n'osent pas la prendre publiquement autrement. C'est une pratique qui m'interpelle :

« Je déteste la plupart des images; je n'aime pas les images de la publicité misérable; je n'aime pas la télé, et puis il y a des images qui ont une force musicale, philosophique. Là, je m'arrête. Parce que très souvent la consommation des images est hyper rapide, c'est bien de s'arrêter, de choisir une image et de réfléchir. » (Didi-Huberman, 2018)

Le graphisme engagé est donc l'application des méthodes du graphisme pour servir, appuyer, défendre ou promouvoir une cause politique ou sociale. « Il jouit d'un statut particulier dans le domaine du graphisme en vertu de sa singularité historique et de sa dimension humaniste » (Raynal, 2008). Comme Jean-Baptiste Raynal l'explique, le graphisme engagé se divise en deux grandes catégories : le « graphisme d'utilité publique » et le « graphisme d'utilité sociale ». Le graphisme d'utilité publique est au service de la société, mais fait abstraction des goûts de son créateur. Le graphisme d'utilité sociale est l'essence de l'engagement. Les formes soignées et la pensée du « *problem solving* » ne l'intéressent pas. Il vise à sensibiliser l'opinion des gens sur des causes d'intérêt social (Raynal, 2008).

Pereira Irène (2007) explique que les individus trouvent, dans la société dans laquelle ils vivent, différentes grammaires de l'engagement. La plupart du temps, on reconnaît principalement le « militant total », celui décrit par Jacques Ion (1998), comme étant le soldat dévoué à sa cause en risquant sa vie. Ion montre dans ses travaux que cette figure du militant est maintenant moins populaire que cette nouvelle forme d'un engagement distancié. Avec celui-ci, le sacrifice de la vie personnelle pour la cause n'est plus de mise. « Ça ne veut pas dire pour autant que toute implication dans la cause disparaît » (Ion, 1998). Dans ce type d'engagement, c'est la personne singulière qui se trouve impliquée. Toutefois, entre la figure plus connue du militant et l'apparition de cette nouvelle forme d'engagement distancié, il y a eu une période pendant laquelle l'engagement a perdu une partie de son attrait, principalement durant les années 1980 (Ion, 1998).

De plus, il faut noter que le graphisme engagé est en baisse depuis les années 90 dû à la pression d'importantes mutations économiques et sociales (Raynal, 2008). À la base, il était formé sur la collectivité et sur l'idée de partage propres aux années 60 à 80. Il semble se poursuivre de nos jours principalement dans les actes micropolitiques de certains collectifs et praticiens, comme *Formes Vives* et *Ne Rougissez Pas !*. Cette baisse pourrait expliquer pourquoi le graphisme engagé n'est pratiqué que par une poignée d'acteurs, comme c'est le cas en France.

Ericson et Mazé, dans l'ouvrage *Design Act – Socially and politically engaged design today* (2011), nous expliquent pourquoi le graphisme a un rôle à jouer dans la critique, domaine créatif qui est généralement dominé par l'art visuel :

*« Being proactive and challenging might seem like an obvious role for art, but art is far too removed from the world of mass consumption and electronic consumer products to be effective in this context, even though it is of course part of consumerist culture. There is a place for a form of design that pushes the cultural and aesthetic potential and role of electronic products and services to its limits. Questions must be asked about what we actually need, about the way poetic moments can be intertwined with the everyday and not separated from it. At the moment, this type of design is neglected and regarded as secondary. Today, design's main purpose is still to provide new products-smaller, faster, different, better. (...) Its purpose is to stimulate discussion and debate amongst designers, industry and the public about the aesthetic quality of our electronically mediated existence. »* (Ericson, M et Mazé, R, 2011)

Au Québec, Maude Bouchard fait le point sur le statut du graphisme engagé dans sa thèse *L'investissement créatif, social et professionnel du designer graphique* (2013) :

*« Contrairement aux États-Unis ou à l'Europe, les pratiques qui relèvent de l'investissement social du designer graphique sont peu répandues au Québec. En effet, les designers graphiques québécois ne jouissent d'aucun lieu, pour créer ou pour partager ; il n'existe pas de véritable communauté ou réseau québécois favorisant la pratique en ce sens. Aucune formation principalement axée sur cet aspect, contrairement aux États-Unis où le cursus du Maryland Institute College of Art propose aux étudiants en design graphique une expérience de travail dans le studio Center for Design Practice, où ils sont amenés à explorer de nouvelles façons de penser, de faire et de créer en changeant des comportements et en ayant un impact positif sur la société. »* (Bouchard, 2012)

Dans le même sens, on peut citer le programme Social Design proposé par la School of Visual Arts de New York.

Il est à noter que même du côté des organisations professionnelles provinciales et fédérales, on ne fait pas mention de cette pratique :

*« Un aperçu du côté de la Société des designers graphiques du Québec (2013b) permet le même constat : l'implication du designer graphique dans une problématique sociale n'est ni reconnue, ni valorisée, ni encouragée. Le manifeste de la SDGQ (2013b) publié sur le site Web ne fait aucune référence à l'implication du designer dans la société grâce à un investissement dans une problématique sociale. La SDGQ définit plutôt cette implication comme un design graphique responsable ; soit les principes du développement durable intégrés à la pratique. Même constat sur le site Internet de la Société des designers graphiques du Canada, où aucun énoncé ne concerne l'implication des designers graphiques dans des causes sociales. » (Bouchard, 2013)*

### **2.3.1. L'imagerie politique**

Le graphisme engagé puise ses sources dans l'univers de l'imagerie politique, constitué d'un système de communication spécifique. Une exposition marquante de 1977 intitulée *L'imagerie politique*, commissariée par le Centre de création industrielle (C.C.I.) et exposée au Centre national d'art et de culture Georges Pompidou à Paris, l'a exploré en élaborant un véritable guide de ce système. Dans la publication accompagnant l'exposition, J-P Gourévitch (1977) nous explique les fondements de ce système :

*« Pour qu'un système de communication fonctionne, il faut au minimum trois éléments : un émetteur, un message et un récepteur. Il faut que quelqu'un dise quelque chose à quelqu'un d'autre, même si ce dernier ne lui répond pas. C'est bien le cas de la communication politique ou la forme de réponse (vote, manifestation...) utilise une autre forme de langage que celui qui lui est adressé (affiche, discours télévisé...), en utilisant avec le maximum de pertinence les "ingrédients" qui entrent dans sa composition ou en établissant des liens privilégiés avec le récepteur. » (Gourévitch, 1977)*

Cette exposition de 1977 et sa publication présentent les principes de base de la communication politique. Ils fonctionnent encore de nos jours. Ils sont devenus une référence pour la conception de mes affiches. La publication de l'exposition nous informe également sur les constituants de l'imagerie politique. Ils en retiennent quatre principaux : *Qui parle?, À qui parle-t-on?, Contre qui parle-t-on?, De quoi parle-t-on?*

**Qui parle?** Fait référence au point de vue de la personne sur l'image. Cette personne est généralement le candidat, le leader de parti, le chef d'état, le parti ou la minorité. **À qui parle-t-on?** permet d'indiquer le public cible, soit l'enfant, la personne du troisième âge, les couples, la jeunesse, la femme, le travailleur ou le peuple tout entier. **Contre qui parle-t-on?** Renvoie à l'ennemi de la cause, soit une personne, comme un chef de parti, ou une chose, comme un pays ou une puissance. Finalement, **De quoi parle-t-on?** est la cause en soi (Gourévitch, 1977).

De plus, l'imagerie politique comporte un système d'identification et quatre grandes familles de codes formels. Ces quatre codes sont : le **code photographique** qui joue sur l'image, le **code chromatique** qui joue sur la couleur, le **code morphologique** qui joue sur la mise en page et le **code typographique** qui joue sur le choix des caractères.

Dans tous les cas, « l'efficacité de l'imagerie politique dépend de la méthode avec laquelle elle a été composée ». L'une des stratégies les plus utilisées est la métaphore. Celle-ci répond à l'impossibilité de montrer le visage réel de l'adversaire avec son caractère direct et immédiat. Elle immobilise le regard et accélère la prise de conscience.

Couvrant divers aspects plastiques et iconographiques, cette publication nous dévoile également les quatre grands types de rhétorique utilisés et nous renseigne sur le plan linguistique. La *rhétorique de l'implication* invite le spectateur à participer à l'action. La *rhétorique de la dénonciation* identifie quelqu'un ou quelque chose en invitant à le détruire. La *rhétorique de l'opposition*, quant à elle, met face à face deux situations, deux personnes ou deux idées pour forcer le spectateur à faire un choix, tout en lui montrant un choix préconçu. Finalement, La *rhétorique de l'exaltation* théâtralise la vie politique sous deux angles : la glorification des grandes figures et des événements marquants, ainsi que la commémoration des grands disparus.

Par ailleurs, il faut prendre en compte que l'imagerie politique a connu un tournant dans les années 1980. Ce tournant est notoire avec l'apparition de campagnes de communication abordant l'homme politique comme un objet marketing et publicitaire. C'est la prémisse dans les années 90 du mouvement « *Emotional Branding* ». À partir de cette époque, les stratégies publicitaires ne visent plus seulement la promotion des avantages d'un produit, mais favorise la mise en avant d'une philosophie d'entreprise ou l'endossement de certaines marques de causes sociétales telles que le racisme, la religion, l'écologie, etc. D'autres, comme les campagnes controversées développées par Oliviero Toscani pour Benetton, produites entre 1982 et 2000, ont provoqué une véritable réflexion sur le rôle de la publicité. Pavées dans le marbre, ces campagnes d'affichages ont transformé pour plusieurs, la façon de penser et de concevoir la publicité.



*United colors of Benetton, Oliviero Toscani, 1992.*

Même s'il s'agit d'un moyen d'engagement et de communication exceptionnel, il serait naïf de croire que les images politiques peuvent changer les choses à elles seules. Cependant, on peut affirmer comme Daniel (2015) « qu'elles participent au changement ». « Les images politiques ne fournissent pas d'armes de combats » comme le mentionne Rancière (2008), « mais elles contribuent à dessiner des configurations nouvelles du visible, du dicible et du

pensable, bref un paysage nouveau du possible ». Le collectif français *Formes Vives* le confirme :

*« Nous aimons également la modestie de notre métier presque-inutile. Faire du cinéma, du théâtre ou de la musique ce serait une autre histoire. Que vaut une bonne affiche face à un grand film, un morceau de rock jouissif ou un époustouflant spectacle de danse contemporaine ? Pas grand-chose émotionnellement parlant. Mais l'affiche, l'identité visuelle ou la maquette de journal, si elles n'ont pas la même force percutante que d'autres médiums, ont une belle capacité à se glisser dans les quotidiens, à avoir une présence légère, mais potentiellement durable (au moins dans les mémoires). Et nous croyons qu'elles peuvent aussi enrichir le regard de chacun, participer à une culture commune et donner un peu de plaisir. »* (Formes Vives, 2009)

Ce glissement dans le quotidien peut contribuer à créer des environnements propices au développement de la pensée critique :

*« Les images du graphisme engagé ne sont pas « figées », c'est-à-dire qu'elles interagissent avec leur environnement et appellent le spectateur à prendre part au message qu'on lui sert. Elles l'incitent à le diffuser, l'échanger, favoriser l'émergence d'une pensée critique. Le graphisme engagé est donc remarquable comme outil ayant réussi à faire de l'image un moyen d'action politique, pédagogique et civique. Ce constat est de taille, car il confère à l'image une fonction qui dépasse le décoratif, véritable carcan. »* (Raynal, 2008)

Par ailleurs, l'une des composantes les plus importantes du graphisme engagé n'est pas mise de l'avant dans les ouvrages consultés. Il s'agit de l'importance de la notion d'auteur.

### **2.3.2. L'importance de la notion d'auteur pour la pratique du graphisme engagé**

Le graphisme d'auteur, tout comme le graphisme engagé, est une revendication personnelle plutôt qu'une discipline en soi. C'est une pratique à laquelle les graphistes sont libres de prendre part ou pas.

Dans son mémoire intitulé *Tout le monde est graphiste* (2008), Yoann Bertrand subdivise la profession de graphiste en trois catégories : le *graphisme amateur*, le *graphisme d'exécutant* et le *graphisme d'auteur*. Le graphisme amateur est pratiqué par des non-graphistes. Ce sont des gens qui utilisent certains principes graphiques, souvent maladroitement par manque de formation, pour réaliser des productions par besoin, par envie ou par manque de moyens. Ils

sont toutefois des acteurs importants du militantisme graphique, réalisant des affiches ou autres dispositifs pour défendre leurs droits et leurs idées. Quant au graphisme d'exécutant, il comporte la majorité du graphisme visible. Ils sont les acteurs invisibles œuvrant dans les agences ou comme indépendants. Ils sont remplaçables, comparativement aux graphistes-auteurs qui sont souvent sollicités pour leur personnalité et leur style. Pour ce qui est du graphisme d'auteur, Bertrandy résume la notion de graphisme d'auteur de la façon suivante :

*« (...) Ils envisagent leur pratique de façon complète et théorique, interrogeant sans cesse sa définition, son rôle dans la société, ou ses systèmes internes. Ils constituent un corps de métier exigeant qui entend atteindre plusieurs niveaux de maturité (technique, optique, intellectuel et artistique). La notion même de graphisme auteur n'est connue que par quelques milieux culturels pointus. Pour cause, ou par conséquent, leur production ne s'adresse généralement qu'à ces lecteurs niés, et demeure pratiquement absente de notre champ de vision quotidien (particulièrement dans les pays de culture latine). Les graphistes auteurs sont le plus souvent sollicités par des clients prestigieux, eux-mêmes inclus dans les microcosmes culturellement denses (grandes marques, marques de luxe, institutions culturelles, maisons d'éditions intellectuelles, etc.) et la diffusion du résultat de leur collaboration est habituellement restreinte. »*  
(Bertrandy, 2008)

Il existe plusieurs terminologies : le *graphisme critique*, le *graphisme expérimental*, le *graphisme savant*, l'*illustrateur-auteur*, l'*auto publication* et l'*authorialité* (Garand, 2011). Tous sont synonymes du rôle central du graphiste dans la formulation, le contenu et la conception du projet.

À des fins comparatives, la figure du graphiste-auteur peut être comparée à celle de l'auteur de cinéma. Les deux disciplines, graphisme et cinéma, sont catégorisées d'art et d'industrie. Les deux présentent des contraintes de création et de production. Toutes deux peuvent avoir un commanditaire du projet externe et les deux peuvent avoir de l'influence sur la communauté (Bouchard, 2013).

Ian Holcroft (2005) a établi trois conditions afin d'accéder au statut de graphiste-auteur :

- 1) La collaboration sincère et équitable entre le client et le designer avec un accent mis sur le contenu et;
- 2) La paternité de l'œuvre, revendiquée par une signature. Elle s'apparente à celle

de l'artiste en art visuel. Enfin, 3) Le support et la diffusion choisis par l'auteur comme voies de communication personnelle.

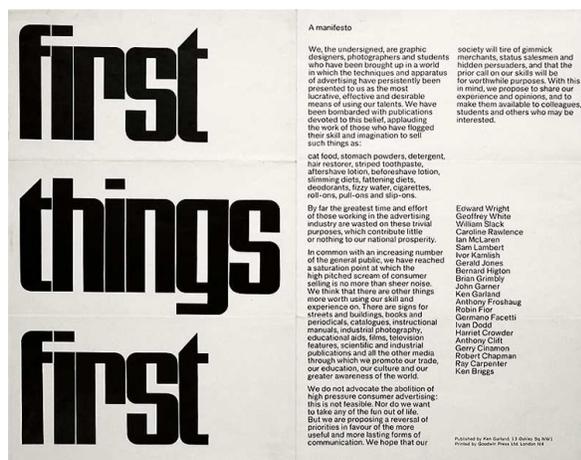
Ce qui différencie le graphisme d'auteur des autres formes de graphisme est l'investissement personnel du graphiste dans le projet. « Le graphiste peut à la fois être l'instigateur du projet ou y contribuer, à condition qu'il fasse partie intégrante de la formulation du contenu » (Bouchard, 2013). Le graphisme d'auteur est aussi porteur de création indépendante de tout commanditaire, personnelle, avec des idées et des contenus originaux. Il ouvre la réflexion grâce à la portée sociale du sujet. « C'est une façon beaucoup plus personnelle et engagée d'aborder les problématiques en cause. Il diverge du graphisme de commande sur ce point, dont la finalité est purement esthétique et fonctionnelle » (Bouchard, 2007).

Pourquoi se détacher des principes de la pratique commerciale et adopter une pratique dite d'auteur? Marie Garand explique dans son mémoire, *La pratique du graphisme d'auteur par le roman graphique* (2011), que le graphisme commercial comporte certaines lacunes vis-à-vis de l'engagement social et politique :

- Il promeut la vente de produits de consommation, parfois vides de sens, superflus et polluants. Il arrive parfois de devoir promouvoir un bien qui va à l'encontre de nos valeurs;
- Il permet rarement au graphiste de signer ses œuvres ; le designer reste anonyme, cantonné dans un rôle d'exécutant sans voix;
- Il privilégie souvent une schématisation, une uniformisation des œuvres, généralement motivée par la rapidité d'exécution à des fins de rentabilité;
- Il est assujéti aux besoins du client qui imposent le sujet de la communication et qui contrôle la diffusion du projet. Le designer choisit peu ses clients;
- Il arrive rarement que l'on prenne le temps de développer un projet à fond. Le cœur du graphisme commercial est la rentabilité.

Le manifeste *First Things First*, rédigé et publié en 1964 par Ken Garland et signé par vingt-deux autres artistes, photographes et designers, est l'une des premières remises en question de

la logique marketing et de la production de masse. L'objectif de ce manifeste n'était pas d'abolir les productions graphiques dédiées au marketing de masse, « mais plutôt de proposer un changement de paradigme en conscientisant le public sur la perte de temps sur des productions inutiles » (Garland, 1964). L'auteur du manifeste prône un changement de priorités et un retour à un design plus humain et plus utile, comme celui versé dans l'éducation et les services publics.



*First Things First, Ken Garland, 1964.*

C'est en quelque sorte une prémisse de la pensée dite du *Human Center Design* qui inspire plusieurs créateurs et producteurs de contenus et d'objets.

James Victore, graphiste américain, souligne dans son autobiographie, *Or Who Died and Made You Boss?* (2010), que les designers peuvent être de vrais créateurs de la culture et du changement :

*« Advertisers and designers are social and cultural contributors, if not culture creators. Thus their work and words and actions have social and cultural meaning. What about consciously creating a culture of excellence? (...) I want them to understand (the students), the potential they have as designers to bring about change and not just decorate someone else's package. (...) I want more designers to love what they do, to understand the importance of and the ability we have to do a positive influence on the world around us – to generate positive, creative change. (...) Through their commitment to an idea, the use of a press and the bravery to hang and distribute their work, designers can engender profound change. » (Victore, 2010)*

Le collectif français *Formes Vives* parle de sa pratique du graphisme en la qualifiant de plus « humaine ». Il affirme que « les mouvements sociaux et politiques ne peuvent pas faire usage des logiques marketing, froides et schématiques, pour communiquer » (*Formes Vives*, 2009). Pour sa part, Raynal (2008) souligne qu'elles résultent d'une formalisation et d'une pseudo-intellectualisation du graphisme commercial. *Formes Vives* propose au contraire des supports et des formes pour rompre avec les images du commerce et ainsi « encourager les résistances et les rêves » (*Formes Vives*, 2009).

*« Le graphisme, art de la composition et de la mise en partage des mots et des visibilitées, doit se défaire de son orgueil rationaliste, objectiviste, aveugle et glacial, il doit en découdre avec cet insupportable oxymore qu'est la communication efficace. Se détourner des idées d'efficacité et de justesse c'est enfin faire confiance à l'image pour ce qu'elle peut être et donc c'est faire confiance au spectateur, lui rendre sa liberté de traducteur. » (Formes Vives, 2009)*

C'est en se détachant des principes marketing et par une pratique plus humaine que le graphisme d'auteur est un outil d'engagement unique. « Cette humanité se retrouve dans un respect du récepteur, une durabilité du contenu et une grande maîtrise des processus de communication visuelle » nous dit Raynal (2008).

Le rapport à la matière est une autre caractéristique présente dans la pratique du graphisme d'auteur. « La sensibilité de l'humain y compte pour beaucoup » (Daniel, 2015). « Pour faire du graphisme sensible qui a du cœur, il faut que ce soit un travail personnel » (*Formes Vives*, 2015). « Si on veut toucher les gens, il faut parler à l'intime » (Marchale, 2015). L'implication du corps, du geste et la trace de l'erreur sont toutes des composantes des images

d'auteur. Elles ne sont jamais lisses ou parfaites, « tout comme les humains qui les dessinent et ceux qui les lisent » (Bouige et Moisy, Étape 277, 2015).

*« Nous utilisons le trait, l'écriture manuelle, la forme découpée comme moyens de dire l'humain plutôt que de le représenter schématiquement, mais aussi comme une manière de faire adéquate pour des travaux menés dans l'urgence. On prend le temps de faire vite les choses urgentes. L'ordi, par ses possibilités infinies, nous égare parfois. Nous aimons quand les images que nous produisons laissent apparaître leur cheminement de fabrication, intellectuel et technique. »* (Formes Vives, 2015)

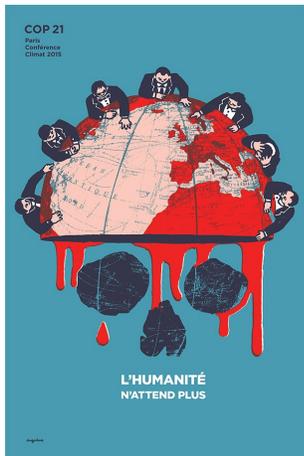
Cette approche plus humaine est également visible dans la volonté de traduire et faire passer un message plutôt que dans sa transmission (Formes Vives, 2015).

*« Il y a toujours une part d'autorité lorsque nous produisons des images. Lorsque nous décidons de traduire un message par des formes et des mots, ceux-ci renvoient toujours à la voix et à l'intelligence de son auteur. »* (Formes Vives, 2009)

*« Solliciter l'intelligence nécessite de faire appel à la sensibilité, de démonter les mécanismes d'interprétation, de laisser visibles les rouages d'une communication. Cela n'est donc peut-être pas un hasard, si l'on voit entre ces images, les traces de la main, du corps, du geste. Ces travaux récoltés ne sont pas lisses, ils parlent d'humanité et laissent aux regards nombre de prises auxquelles s'accrocher. »* (Étape, 277)

### **2.3.3. L'affiche comme médium de l'expression d'un engagement**

L'affiche est un médium de prédilection pour l'engagement graphique. Son esthétisme est souvent guidé par l'idée et non par l'envie de séduire. On y retrouve l'utilisation de différentes techniques : illustration, photographie, collage, sérigraphie, etc.



*L'humanité n'attend plus, Dugudus, 2015.*

L'une des forces de l'affiche est qu'elle se déploie à la vue de tous. Touchelle explique qu'elle est également accessible à tous : « dire à tous devient, dans ce cadre, le pouvoir aussi du dire des petites gens qui revendiquent le droit de s'exprimer et de s'afficher » (Touchelle, 2012). Elle peut vivre par elle-même et n'a pas besoin d'une étampe officielle du client. « Comme une preuve d'une certaine démocratie, elle s'affiche dans la rue n'ayant qu'une idée comme fondation » (Victore, 2010).

Marc H. Choko nous résume bien le contrat social de l'affiche :

*« L'affiche représente la vie quotidienne d'une société. Qu'il s'agisse d'affiches publicitaires ou civiques, elles révèlent les modes de pensées et les attitudes. Elles illustrent les activités quotidiennes, les questions d'actualité, les passions politiques... L'affiche étale son message au grand jour, sans honte, ouvertement et directement. Dans ce sens, elle rejoint les illustrations religieuses d'antan, par exemple les gravures sur bois largement diffusées d'un Holbein ou d'un Dürer. L'affiche a été associée à de grands événements. Elle est un moyen couramment utilisé pour l'exercice de la libre parole et pour les revendications politiques. » (Choko, 2001)*

Bien que l'usage traditionnel de l'affiche se soit transformé avec l'arrivée de l'ordinateur et du Web, le principe reste le même : « il s'agit d'un message transmis par des individus à d'autres individus » (Moles, 1969).

Dugudus, lors du mini reportage *L'affiche de A à Z* (2014), nous explique sa réflexion sur le cycle de vie de l'affiche :

*« Au final, une affiche qui va se retrouver sur un mur, qui va être arrachée au bout de deux jours ou nettoyée par les services municipaux, tend à être prise en photo, assez pour qu'elle continue à vivre sur le net et de circuler de cette façon. »* (Dugudus, 2015)

Sébastien Marchal, graphiste militant situé à Paris, nous propose de voir l'affiche comme un langage, tel le cinéma, la littérature, etc. :

*« Elle a une histoire, des codes et elle peut être réinterprétée, rénovée, réinventée. Certes à cela qu'il faut poser la logique d'un langage propre sans pour autant évacuer la question démocratique. En tant que concepteur d'affiches militantes, ce qui importe est de retranscrire les idées et ce que souhaitent porter les gens et leur donner la parole graphiquement. »* (Marchal, 2015)

Michal Warda, dans l'article *The Between of the Poster* (2016), nous explique que l'attrance pour l'affiche n'est plus strictement reliée au format ou à la production comme ce fut le cas par le passé.

*« Il y a quelque chose qui relève du culte, presque mythique, dans l'affiche, provenant de son héritage et du fait que, fondamentalement, l'affiche est une communication entre deux êtres humains. »* (Warda, 2016)

De plus, la force de la forme synthétisée, capable de contenir une multitude de sens, est une méthode efficace pour partager et transmettre un message (Warda, 2016).

*« L'affiche peut autant se faire machine à rêver que machine à figer la pensée, machine à attiser la haine que machine à enfanter l'espoir. Elle est dotée d'une formidable puissance et d'une redoutable efficacité des moyens qu'elle peut déployer. »* (Boyer 2007)

C'est l'art du graphisme que de communiquer dans un espace restreint. Les méthodes utilisées peuvent être, entre autres, la paraphrase, la citation et la déformation de formes reconnaissables. « Depuis le début, la force de l'expression condensée d'images réalistes ou abstraites est l'arme la plus importante de l'affiche pour engager le lecteur » (Warda, 2016).

*« L'affiche comporte à la fois une image et un commentaire généralement bref. Elle est un message et doit tenir en compte la variable temps, c'est-à-dire le temps de visionnement ou de lecture du récepteur. Tenant compte de ces contraintes, le message se doit d'être simplifié. Cette simplification du message engendre, par nécessité, des connotations stéréotypées un nouveau langage symbolique, afin de laisser une trace dans l'esprit du récepteur. (...) La fonction-choc de l'affiche s'épuise graduellement, et l'affiche même disparaît matériellement, mais son influence se perpétue dans la culture sous forme de slogans ou de réflexes conditionnés. » (Préli, 1971)*

L'affiche fait parler de notre vie, on la fréquente quotidiennement qu'on le veuille ou non. Il arrive un moment où elle perd toute sa force. Son sens a été entièrement exprimé, comme un citron qu'on a pressé. « Sa matérialité peut toutefois vivre éternellement déchirée, sale et délavée. Elle devient un artefact de la rue » (Moles, 1969).

Ellen Lupton, auteure de l'ouvrage *How Posters Work* (2015), décrit le lecteur de l'affiche comme un participant actif qui complète la chaîne en encodant une réponse. « La communication, en général, prend place entre deux communicateurs » (Lupton, 2015).

Elle décrit également l'affiche politique comme étant un moyen de façonner les opinions et de galvaniser les gens. Elle déclenche une réponse émotionnelle, qu'elle soit de la tristesse, de la sagesse ou de l'héroïsme.

*« De plus, le cerveau humain est connecté pour reconnaître d'autres visages, réels ou fabriqués. Le visage a une signification particulière dans les icônes reconnaissables par le cerveau. Pas étonnant qu'un si grand nombre d'affiches politiques en comportent. » (Lupton, 2015)*

Pour être compris, le texte doit obéir à une règle stricte : sa brièveté.

*« Une rhétorique particulière s'impose donc : une arborescence logique de la communication de la prémisse à la conclusion. Elle a pour but premier d'informer, puis de motiver et de convaincre. Toutefois, le degré de compréhension du récepteur est entièrement relié à sa culture. » (Préli, 1971)*

Ellen Lupton voit l'affiche politique comme une expression de la frustration des artistes, des designers et même des gens réguliers qui essaient de transformer un système politique qui semble être imperméable à l'action individuelle. « Les affiches qui apparaissent sur les murs des villes pourraient être la dernière forme de débat politique » (Lupton, 2015).

Le mandat d'origine de l'affiche politique, comme nous le décrit Boyer (2007), est précisément de s'afficher afin de mieux se donner au regard.

*« Stratégiquement positionnée, elle fait un pont entre l'espace public du politique et l'espace privé de la subjectivité. Et c'est précisément pour tenir ce pont que l'affiche s'offre au regard du passant. »* (Boyer, 2007)

Il explique cette connexion entre l'affiche et le récepteur :

*« Mais je rouvre bientôt les yeux pour regarder plus attentivement l'affiche. Il le faut parce que ce qu'elle veut dire - et parfois taire aussi - me regarde. Je pose donc un regard critique sur ce que je sais être la transcription codée d'une conviction, d'un point de vue, d'une préférence arbitraire - voire d'une semi-vérité ou d'un mensonge. Mais fort heureusement, il n'y a pas que leurs concepteurs qui font les affiches ; les regardeurs, les refont également. Et dans la très brève rencontre qui unit l'affiche à ses regards, l'affiche a perdu de son pouvoir pour autant que ces regardeurs se rappellent qu'elle est, inévitablement, une construction sélective et codée. »* (Boyer, 2007)

L'un des exemples les plus importants de l'utilisation des affiches politiques est sans aucun doute *Mai 68*.

*« À la base, l'imagerie de Mai 68 est d'abord une affaire de volatilité. Sa mission politique était de propager des messages haut et fort, en grosses lettres et gros croquis, de dresser les foules contre le pouvoir, de prendre la rue et ses murs en saturant l'espace. »* (Lavrador, 2018)

La plupart des inspirations pour les affiches venaient de la rhétorique politique et populaire :

*« Les militants arrivaient aux Beaux-Arts avec des sujets, demandaient des affiches pour une occasion particulière (...) Un artiste ou un étudiant des Beaux-Arts faisait une proposition, débattue ensuite par un comité. La réalisation de l'affiche avait lieu quand la proposition était adoptée. »* (Chassey, 2018)

Le choix de la sérigraphie comme méthode d'impression, fut d'abord un choix économique et permettant une production en plus grande quantité. « Le style des affiches est fortement influencé par les affiches cubaines et le Pop art d'Andy Warhol » (Gervereau, 1988). Plutôt que de prôner une quelconque révolution, les affiches cherchent plutôt à parler d'un autre langage

que celui des gens en place. Elles introduisent l'humour, la satire et frappent le passant. Pour ce qui est des visuels sur les affiches, Gervereau nous les décrit de la façon suivante :

*« L'image doit frapper par son évidence. Généralement couplée avec un texte court, elle rapproche les symboles découpés dans leurs contours essentiels. Jeux de formes, elle se distingue du dessin d'humour ou de la caricature politique par un emploi de traits plus larges et de masses encrées qui soulignent objets et personnages. Le texte intervient, en haut ou en bas, manuscrit comme une manière de dégager l'idée de l'image. Nullement en concurrence, le texte participe comme élément graphique, et l'image, plus que de l'illustrer, l'épaule en apportant un supplément d'expression. L'aspect brut, renforcé par l'écriture manuscrite et l'opacité de l'encre largement utilisée, donne une impression vigoureuse qui frappe. L'opposition des noirs et des blancs ou celle de couleurs franches (bleus, rouges, verts) avec des blancs, ajouté au côté mat de l'encrage arrête et surtout tranche par rapport à l'ensemble de l'affichage politique du moment. » (Gervereau, 1988)*

Par la suite, certains jeunes acteurs de Mai 68 vont se perfectionner en Pologne, centre de l'affiche culturelle devenu un moyen de détournement de la censure du gouvernement en place et plateforme pour dénoncer leurs travers. Hermine (2012), dans la section affiche polonaise du site *pologneimmortel*, nous résume les points forts du développement de ce style unique :

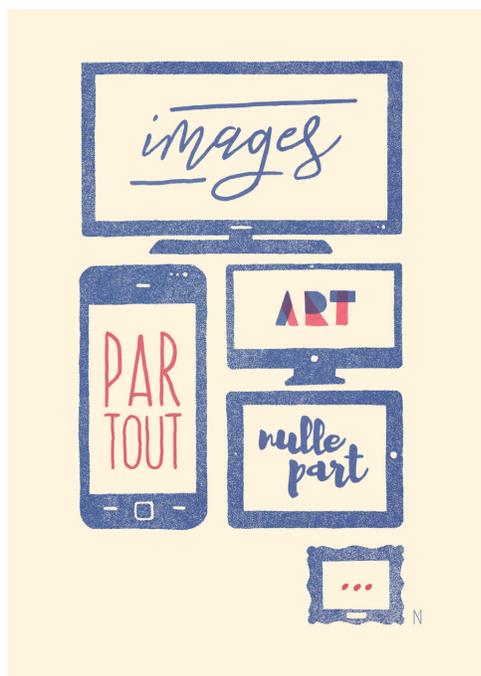
*« L'art de l'affiche ne s'est pas développé autour d'une publicité commerciale comme en Occident, mais plus souvent autour d'événements culturels, sociaux ou même politiques. L'importance des affiches a considérablement augmenté à l'époque où la Pologne, après cent vingt-trois années d'occupation étrangère, a recouvré, en 1918, son indépendance. Cependant, l'affiche polonaise a pris forme réellement dans les années 1950. Avec l'arrivée du communisme après la guerre, les affiches, bénéficiant du mécénat de l'État, furent souvent consacrées à une propagande sociale, encourageant au travail de reconstruction et de production, représentant les ouvriers et les paysans au labeur, la famille ... jusqu'à l'idéalisation de l'indéfectible amitié entre la Pologne et l'Union soviétique. Se riant de la censure, l'affiche joua un rôle dans la rébellion de l'opinion. En même temps, les affiches aidaient le peuple à reconstituer le passé. Cette réappropriation de la mémoire passa par des affiches qui rappelaient le massacre en 1941 de Katyn par les Soviétiques. » (Hermine, 2012)*

Si cette école polonaise de l'affiche a inspirée de jeunes graphistes en Europe, à l'époque et aujourd'hui, les thématiques et les visuels des affiches de *Mai 68* restent également d'actualité en 2018. Pour célébrer les 50 ans de l'événement historique et la trace qu'il laissa dans le milieu du graphisme, le graphiste Dugudus réalise en 2018 une exposition inspirée par le graphisme de *Mai 68*. Par une utilisation des traits graphiques et des messages produits à

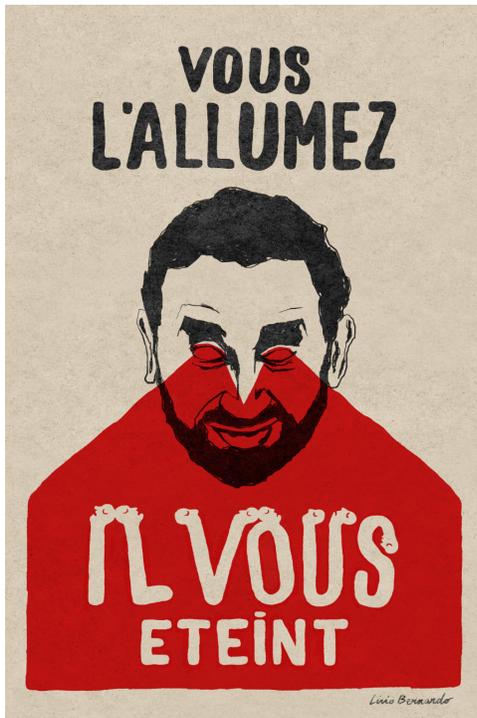
l'époque, il les actualise pour illustrer des problématiques actuelles propres à la France. Dans ce contexte, il invita d'autres jeunes graphistes à se joindre à lui pour enrichir cette exposition :



*Ordonnance, Dugudus, 2018.*



*Images partout, art nulle part, Marion Nail, 2018.*



*Vous l'allumez. Il vous éteint, Livio Bernardo, 2018.*

Le graphisme poursuit son histoire et les choses continuent de changer. Or, les formes du passé sont toujours utiles pour les batailles du présent : « Il faut penser les formes anciennes, les retravailler, connaître leur histoire, les remettre au goût du jour et ne pas le laisser se faire gober à tout-va » (Dugudus, 2018).

### 3. MÉTHODOLOGIE

Tel que l'énonce Sophia L. Burns, la recherche-crédation prend ses sources dans deux champs distincts de connaissance.

*« Elle est un mélange entre le milieu artistique et le milieu de la recherche en sciences sociales. L'un du domaine du verbe, qui nomme et rend visible ce qui est invisible. L'autre du domaine de l'image, qui capte et évoque ce que le verbe ne peut exprimer (Burns et coll., 2009). La recherche nourrit la création qui, à son tour, fait monter la recherche. »* (Poissant et coll., 2009)

Ce processus demeure en évolution, étant donné qu'on commence à prendre de plus en plus conscience que la pratique artistique représente un lieu de connaissance particulier, « un lieu de développement théorique » (Gosselin et coll., 2009). Comme Jean Lancry nous le démontre dans l'ouvrage *La recherche création* (2009), une thèse en arts plastiques ou en design a pour originalité de croiser une production plastique avec une production textuelle. Elle n'aboutit que dans la mesure où elle réussit à les croiser, c'est-à-dire que les deux doivent être d'une importance égale et doivent être articulées afin de constituer un tout indissociable. Diane Laurier (Laurier et coll., 2009) nous résume bien le résultat d'un tel processus :

*« Au sortir du processus de recherche-crédation, deux types de résultats émergent. L'un, le mémoire, de l'ordre du discours, bien que traitant de certains aspects reliés à la pratique, fait davantage écho à la partie réflexive développée lors du processus. L'autre, l'œuvre achevée, de l'ordre de l'investigation pratique, bien que traitant de certains aspects théoriques du processus, traduit le cheminement pratique de l'artiste chercheur ; il constitue à mon sens le point culminant du processus de recherche. »* (Gosselin, 2009)

Étant donné que la partie théorique et la partie dédiée à la création doivent se croiser, j'ai opté pour une méthodologie qui fera un chevauchement constant entre ces deux pôles. Tel que le décrit Éric Le Coquiec, il s'agit en quelque sorte d'un « échafaudage théorique qui regroupe

des fragments de théories » (Le Coguiéc et coll., 2009). Dans le cadre de ma recherche, ces fragments sont issus du nationalisme, du graphisme engagé et de la sémiotique. Quatre approches construisent la méthodologie employée afin de créer les affiches du projet de création. Ces quatre approches sont : l'approche qualitative, incluant un court profil des graphistes et des collectifs choisis, une grille d'analyse sémiotique d'affiches politiques engagées, l'historicité comme méthode de création et un récit de parcours personnel.

### **3.1. L'approche qualitative**

L'approche qualitative est la méthode choisie afin de sélectionner et d'analyser des exemples de pratiques issues de graphistes et de collectifs qui nourriront mon projet de création. Elle est décrite par Raymond Massé comme permettant de « comprendre un phénomène en profondeur en le situant dans son propre contexte plutôt que de se limiter à une dimension « mesurable » de l'objet de recherche comme l'approche quantitative ». La recherche qualitative s'applique à des sujets d'étude visant à explorer, décrire et comprendre les processus ainsi que les cheminements de phénomènes (Massée, Valée, 1992).

Le type de données que je recherche à recueillir et analyser comprend l'étude de la pratique de graphistes ou de collectifs qui utilisent principalement l'affiche comme moyen pour s'impliquer au niveau politique ou dans leur communauté. Je ne recherche pas nécessairement des militants ou des graphistes engagés, mais des graphistes dont le profil s'accompagne d'une pratique engagée. J'ai constitué un corpus sur la base de la force des productions visuelles exprimées, mais également pour les méthodes graphiques qui se donnent à voir. Je ne pose pas de restrictions quant aux origines ou aux âges des praticiens, mais je

me limite géographiquement au Québec, à la France et aux États-Unis et dans une perspective comparative.

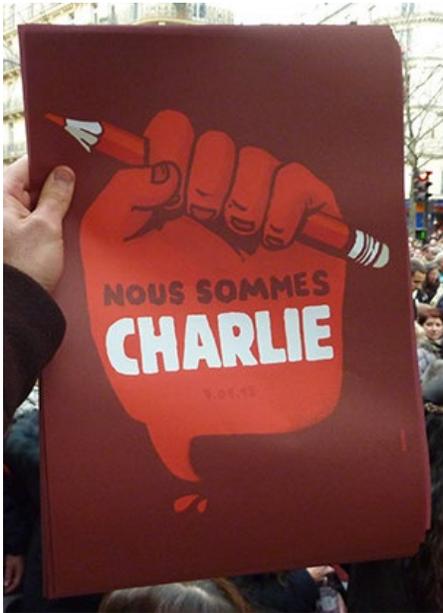
### **3.2. Profil des designers graphiques sélectionnés**

Mon corpus est composé de trois graphistes et de deux collectifs pour lesquels je présente brièvement les origines et les pratiques. Étant donné que mon médium de création est l'affiche, j'ai opté pour des praticiens qui en font l'usage. Il est important de comprendre les contextes dans lesquels ils créent leurs œuvres pour bien saisir leurs motivations à s'engager politiquement à l'aide du graphisme et de l'affiche. Deux affiches par graphiste et collectif seront analysées à partir d'une grille d'analyse sémiotique (voir Annexe B). Les graphistes et les collectifs choisis sont Dugudus (France), James Victore (États-Unis), Formes Vives (France), Grapus (France) et l'École de la Montagne Rouge (Québec). Voici un bref profil de chacun d'eux, tirés de sites web et de monographies, à l'exception de Grapus pour lequel le profil a été identifié à l'aide de sites Web externes. Des exemples de leurs réalisations emblématiques les accompagnent.

## Dugudus



Régis Léger alias Dugudus est un « graphiste-illustrateur » vivant à Paris. Il se passionne pour l'image sociale et politique. Fortement inspirées par le graphisme cubain et le travail du collectif Grapus, ses images explosives et colorées ont pour mission de nous faire réfléchir, pour ainsi agir sur les enjeux politiques et sociaux de la société. Il est reconnu non seulement pour ses ateliers de sérigraphie urbaine lors de manifestations militantes, mais également pour son ouvrage marquant retraçant l'histoire du graphisme cubain, *Cuba Grafica, Histoire de l'affiche cubaine* (2010). Son style illustratif est éclaté et authentique. Il provoque chez le passant et le lecteur, le rire et la satire sur des sujets et enjeux sociaux actuels.



*Nous sommes Charlie, Dugudus, 2015.*



*Cuba Grafica, Histoire de l'affiche cubaine, 2010.*

## James Victore



James Victore est un graphiste, auteur et éducateur américain de renom. Une exposition permanente lui est dédiée au *Museum of Modern Art* (MoMa) à New York. Il a œuvré pour la majeure partie de sa carrière à Brooklyn. James Victore propose des formes alternatives au design quotidien. Il déplore fortement la similarité des œuvres populaires, de même que le manque de courage des jeunes graphistes et des entreprises qui n'osent pas essayer de faire les choses autrement. Il est connu pour ses images rebelles et critiques de la société. Très jeune, il se lie d'amitié avec Henryk Tomaszewski, graphiste polonais de renom, influençant l'approche illustrative et satirique de ses réalisations. Il a enseigné de nombreuses années à la *School of Visual Art* de New York. Plus récemment, James Victore se concentre sur l'éducation de la relève, poussant les jeunes graphistes à développer leur propre voix au sein d'une « réalité laissant la place à un paysage majoritairement constitué de réalisations marketing vides de sens » (Victore, 2013).



*Coward in Chief, James Victore, 2017.*

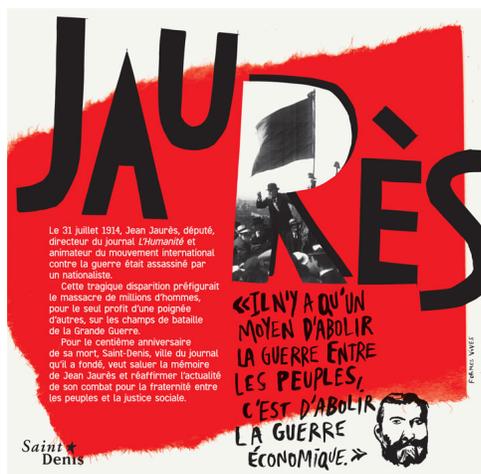


*The Death Penalty Mocks Justice, James Victore, 1995.*

## Formes Vives



Le collectif *Formes Vives* est composé des trois « graphistes-dessinateurs » : Nicolas Filloque, Adrien Zammit et Geoffroy Pithon. L'une des particularités du collectif, et qui le distingue des autres, est que les membres n'habitent pas dans la même ville. Ils se répartissent sur Brest, Nantes et Rennes en France. Leur pratique se focalise sur des enjeux sociaux et politiques, de même que sur la création de formes (affiches, dépliants, etc.) qui servent d'outils à d'autres groupes militants plus traditionnels. Ils ont une approche multidisciplinaire basée sur la théorisation artistico-politique, le non-conformisme et l'anti-marketing. Leurs réalisations laissent apparaître des formes éclatées, du photomontage et la trace de la main. Ainsi, « l'humanité de ceux qui les ont produits s'exprime ».

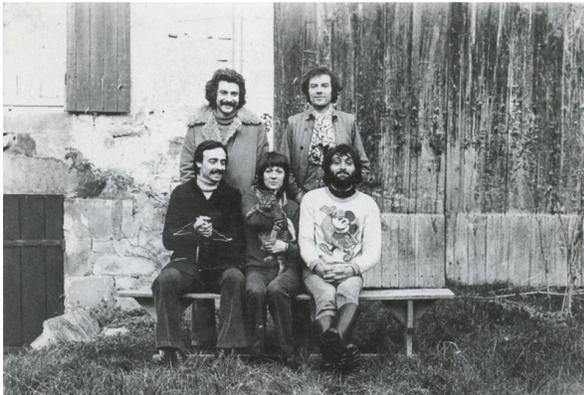


*Jaurès, Formes Vives, 2014.*



*Saint-Denis et la guerre de 1914-1918, Formes Vives, 2014.*

## Grapus



Fondé en 1970 en France par Pierre Bernard, François Miehe et Gérard Paris-Clavel, le collectif Grapus est considéré comme un pionnier du graphisme politique engagé. Influencé par le mouvement Dada et le situationnisme international, les réalisations du collectif sont artisanales et éclatées. Photomontages, traits à la main et détournements d'images sont les caractéristiques principales de sa pratique. Refusant de travailler dans le domaine commercial et gouvernemental, Grapus a, dans un premier temps, privilégié les organisations politiques progressives ou communistes et les centres culturels. Le collectif s'achève en 1991 pour cause de différences idéologiques au sein du groupe. De cette scission naissent de nouveaux collectifs tels que *L'atelier de création graphique* ou *Les graphistes associés*. Leurs réalisations et le groupe lui-même continuent d'influencer de nombreux graphistes actuels et générations à venir.



*Apartheid/Racisme, Grapus, 1986.*

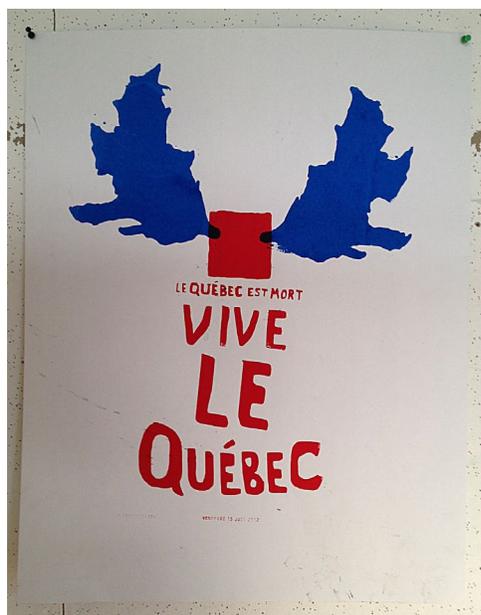


*La Paix! La Terre en a marre de la guerre, 1989.*

## École de la Montagne Rouge



Au Québec, l'École de la Montagne Rouge (EDLMR) est un collectif fondé en 2012 par Guillaume Lépine et quelques étudiants du programme de design graphique de l'UQAM. Sa durée de vie sera éphémère, plus précisément la durée de ce que l'on a nommé *Le Printemps érable*. Le collectif se dresse contre la hausse des frais de scolarité proposée par le gouvernement du Parti libéral du Québec en 2012. Influencés par le *Black Mountain College* et *Mai 68*, ils proposent une approche graphique différente, originale et alternative pour laisser une trace dans l'histoire de ce mouvement. Dissoute à la fin des événements de 2012, l'EDLMR a démontré que la solidarité entre praticiens du graphisme peut contribuer à donner une voix unique et forte à ceux qui prennent la rue ou qui revendiquent leurs droits, et ce, même au Québec.



*Le Québec est mort. Vive le Québec, EDLMR, 2012.*



*L'entente, EDLMR, 2012.*

### 3.3. Grille d'analyse sémiotique

Telle que décrite au chapitre 2.2, la sémiotique me sert de méthode pour analyser un corpus d'images choisi pour mon projet de création. Après avoir explicité les concepts théoriques sémiotiques qui sont pertinents pour mon projet, j'utilise une grille qui s'y adaptera. C'est en filtrant les œuvres choisies à travers cette grille que je pourrai mettre en lumière les méthodes de création utilisées par les graphistes, dans un contexte d'engagement politique et graphique. Après avoir recherché plusieurs modèles de grille d'analyse, j'ai choisi d'utiliser celui proposé par Martine Joly dans son ouvrage *Introduction à l'analyse de l'image* (2009). En voici un exemple, incluant de courtes descriptions des différentes catégories :

<b>Contexte de diffusion</b>
<i>Le contexte de diffusion met en lumière les motivations qui ont mené à la conception et à la diffusion de l'affiche (cause politique, injustice, etc.).</i>
<b>Description générale</b>
<i>La description générale de l'image sans débiter le processus d'analyse. Un simple regard au premier niveau.</i>

#### Message plastique

Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	
Cadrage	
Angle de prise de vue	
Choix de l'objectif	

Composition	
Formes	
Dimensions	
Couleurs	
Éclairage	
Texture	

### Message iconique

Signifiants iconiques	Signifiés
<i>Propre à l'œuvre</i>	

### Message linguistique

Connotation	Dénotation
<i>Propre à l'œuvre</i>	

Synthèse de l'analyse
<i>Une synthèse de l'analyse sémiotique qui décrit le message global de l'affiche.</i>
Méthodes de création extraites
<i>Énumération des méthodes de création qui ont été extraites de l'analyse sémiotique.</i>

### **3.4. L'historicité comme moyen de création**

L'historicité est le « caractère d'un fait ou d'une personne qui appartient à l'histoire, dont la réalité est attestée par elle » (Larousse, 2017). Cette méthode est importante, car ma série d'affiches est basée sur des faits réels de l'Histoire, et non pas sur de la fiction. L'Histoire constitue une trame centrale pour mon projet de création en prenant comme ancrage le nationalisme au Québec. Les combats livrés, les moments décisifs et les personnes qui ont construit le mouvement sont toutes sources d'inspiration pour identifier les sujets qui seront transposés en affiche. Ces figures sont également intéressantes pour en savoir davantage sur notre culture au Québec, distincte du reste du Canada et qui plus est, du reste du monde.

Contrairement à la sémiotique, l'historicité ne me servira pas à trouver des méthodes de création d'affiches. Elle me servira plutôt à trouver les thématiques pour chacune des affiches, en soulignant les moments importants de l'histoire du nationalisme au Québec. Mon objectif est de dresser un portrait complet des moments décisifs et constitutifs du mouvement, à travers la création d'une série d'affiches réalisée de nos jours et à partir de mon regard de graphiste contemporain.

### **3.5. Récit de parcours personnel**

Le récit de parcours personnel, dans mon cas, « est un processus auto-ethnographique qui permet de comprendre ma propre pratique » (Fortin et coll., 2009). Étant donné qu'il a pris plusieurs formes, plusieurs notions ont été acquises. Comme le décrit Sylvie Fortin, il est important d'accumuler des traces du travail de création et de réflexion, lesquelles, colligées et

analysées soigneusement, aideront à la théorisation et à la production de la thèse (Fortin et coll., 2009).

Comme Sylvie Fortin le démontre dans l'ouvrage *La recherche création* (2009), la saisie de divers documents sur le terrain prend une place plus ou moins grande dans l'étude selon la question de recherche énoncée en amont de la collecte de données. « Ces données seront traduites comme matériau, comme matière première, qui sera traitée et analysée pour capturer le l'art à l'état vif ». Cette matière devient donc matérielle pour travailler le mémoire, tout comme le crayon ou la typographie le sont pour les affiches (Fortin et coll., 2009).

Même si les enjeux n'étaient pas tout à fait les mêmes à chaque itération de mon projet, les diverses notions acquises sur l'affiche m'ont accompagné tout au long de mon parcours. Il est donc nécessaire pour moi de documenter cette évolution sous la forme d'un récit personnel. Je compte principalement utiliser ce récit comme une collection de concepts clés, qui m'aideront à enrichir mon sujet de recherche-crédation (voir le point 4.1 pour un récit complet).

## 4. PROJET DE CRÉATION

Dans ce chapitre, qui est le point culminant de cette recherche-crédation, je présente le résultat du croisement entre la théorie et la pratique. Tous les concepts prennent la forme d'une série de quinze affiches politiques engagées. Je débute en explicitant mon parcours de création avec un récit personnel depuis le début du projet, jusqu'à sa fin, tout en revoyant chacune de ses phases, celles qui ont été retenues et comment elles ont évolué. Je poursuis en mettant en lumière les différentes méthodes de création extraites de l'analyse sémiotique du corpus qui ont été des lignes directrices pour la création des affiches. Finalement, je présente cinq des quinze affiches en expliquant leurs thématiques, le choix des textes, le choix des images, les contextes de création et en quoi elles sont une voix pour la cause du nationalisme au Québec. Les autres affiches se retrouvent en Annexe A, dix au total.

### **4.1. Récit de parcours : création d'affiches**

Au début de mon parcours, plusieurs questions m'ont habité : Pourquoi toujours faire des affiches en papier à l'ère numérique? Qu'est-ce qui est si déterminant dans l'utilisation du papier qui fait en sorte que l'affiche ne peut pas être conçue sur un autre matériel? Si je crée une affiche sur un autre type de matériel, est-ce toujours une affiche? Ces questions m'ont poussé à explorer d'autres supports que le papier.

Après avoir fait plusieurs tests non concluants sur différents matériels, j'ai établi une définition claire de l'affiche qui propose la feuille comme support principal, sans pour autant qu'elle soit une feuille de papier. Mon objectif fut alors de trouver une forme alternative à l'affiche tout en mettant de côté le papier, mais en conservant sa minceur. La raison était que la minceur du support est avantageuse en ce qui concerne l'acte « d'afficher », donc le poids, la malléabilité, etc.

À la suite de plusieurs essais, j'ai construit mon projet autour de la feuille d'acétate. Avec sa transparence, elle me donnait l'opportunité de transformer le message à ma guise, offrant à la fois un jeu réfléchi et amusant, tout en invitant le public à intervenir. Bien que ce jeu fût intéressant à explorer, je sentais un certain écart entre cette version du projet et mes intentions de départ. J'avais l'impression de questionner quelque chose dont je connaissais déjà les réponses.

Après quelques recherches, je me suis rapidement rendu compte que l'affiche conserve sa caractéristique dans son rapport matériel au papier. Il est vrai qu'on peut faire une affiche strictement numérique, mais elle se base sur les mêmes méthodes de création. Malgré les évolutions technologiques diverses et variées, le papier a fait ses preuves comme support de création accessible et malléable pour s'adapter aux progrès technologiques. Il demeure le médium de la revendication et celui qui se brandit lors de la manifestation. Son coût abordable et sa capacité à se plier à diverses techniques d'impression en fait un matériel démocratique par excellence.

Le groupe *Occupy* en a fait son moyen d'action et d'expression dont l'impact fut remarqué notamment lors des manifestations *Occupy Wall Street*, en 2011. Ce rapport entre la création d'une affiche et une revendication était pour moi une question beaucoup plus fondamentale que la justification de l'existence du support physique.

Au début de l'année suivante, le projet est entré dans sa deuxième phase. À ce moment-là, les discours entourant les mesures d'austérité du gouvernement libéral québécois étaient très médiatisées. Je me suis donc inspiré de ce débat politique pour pouvoir utiliser l'affiche comme moyen d'expression politique. À plusieurs reprises, j'ai senti le besoin de m'engager dans les causes qui me touchent.

La question du numérique était aussi, à ce moment-là, présente dans mon esprit, et elle est devenue un élément central. Plutôt que d'utiliser le numérique pour questionner le support, il était utilisé comme moyen de diffusion. Le projet consistait à concevoir un site Web, dans le même style que celui d'*Occupy.com* ou *Affichepourtous.fr*. Ces deux plateformes sont des banques de données d'affiches préfabriquées, destinées à des publics variés qui veulent manifester et démontrer leurs opinions tout en leur donnant accès à un moyen d'expression graphique. On invite les gens à créer leur propre slogan, à choisir leur visuel, puis, d'un seul clic, à l'imprimer pour aller manifester en arborant leur affiche.

J'ai débuté la création d'un site Web afin qu'il serve de banque de données aux affiches créées pour mon projet, ainsi qu'aux affiches des manifestants qui voudraient bien les partager. Cette orientation de ma recherche m'a poussé à concevoir un projet qui donnerait la chance aux non-engagés et aux non-artistes de s'engager à travers la diffusion et l'impression de simples affiches revendicatrices. Le tout me permettrait d'analyser les trajectoires numériques de ces objets, à travers leur diffusion et leur médiatisation. Cette méthode me permettra de créer une stéganographie, une représentation visuelle de ces trajectoires. Ensuite, je pourrai calculer les valeurs et les usages que les affiches prennent une fois diffusées sur le Web.

Tout semblait bien aller jusque-là, qu'il s'agisse de l'aspect théorique ou du projet de création. Toutefois, lors de quelques présentations devant public ou de discussions avec mes collègues, plusieurs m'ont reproché de ne pas m'engager directement dans la cause ou de ne

pas prendre un angle assez subjectif. Toutes ces critiques, aussi valables les unes que les autres, m'ont fait réfléchir à la notion d'engagement et m'ont amené à me questionner sur mon propre engagement comme citoyen.

Comment pouvais-je réaliser un projet pour inciter les néophytes à s'engager avec l'affiche, alors que je ne suis même pas moi-même engagé dans les causes qui me tiennent à cœur? Je ne suis pas quelqu'un qui a le désir d'aller militer physiquement, mais est-ce que l'engagement se limite à cette définition? Je ne crois pas. Je n'ai jamais eu le désir profond de militer sur le pavé, de « prendre la rue ». Cependant, créer des images pour une cause qui nous tient à cœur n'est-il pas un acte d'engagement personnel aussi valable? Faire des objets de conscientisation qui resteront dans la mémoire pour les futures générations par leur vie en exposition et sur le web n'est-il pas de l'engagement? Si ces images peuvent faire réfléchir une seule personne sur le sujet choisi, n'est-ce pas du militantisme (graphique)? L'acte de créer des affiches pour une cause politique qui me tient à cœur est devenu la nouvelle ligne directrice de mon projet.

Depuis le début de mon parcours, j'ai consulté des ouvrages et des banques de données sur des productions d'affiches engagées d'ici et d'ailleurs afin de m'en inspirer. Ce qui a piqué ma curiosité, en ce qui concerne le Québec, c'est qu'il n'y a pas beaucoup d'affiches politiques sur le nationalisme qui ont été créées par des graphistes professionnels. Du moins, elles n'ont pas été répertoriées, ce qui est d'autant plus curieux en tenant compte de l'intensité du mouvement entre 1960 et 1995. Si nous regardons sur la scène internationale, particulièrement en France, beaucoup de graphistes créent des affiches pour toutes sortes de causes sociales et politiques. Alors pourquoi les graphistes d'ici ne se sont-ils pas levés pour appuyer la cause?

Le nationalisme au Québec est une cause qui m'a toujours fasciné par la passion de ses supporteurs et pour les opportunités qu'elle offre, tant sur le plan social qu'économique. C'est donc pour moi une mission de faire des affiches pour soutenir cette cause dans laquelle je crois encore. Toutefois, l'angle de création est légèrement différent de la production d'images engagées traditionnelles. Habituellement, les affiches politiques engagées sont créées dans le feu de l'action, quand le sujet est actuel et fort. En ce qui concerne mon sujet, son intensité, au moment de l'écriture de ce mémoire, est loin d'être ce qu'elle a déjà été. C'est donc avec une revue historique des moments les plus forts, durant lesquels des affiches auraient pu être faites et avoir un impact, que je crée cette série d'affiches. Je précise que pour ce faire, je n'ai pas adopté, pastiché les méthodes de design de l'époque, mais fait usage de mes inspirations contemporaines.

Cette production d'affiches est pour moi une façon de m'engager dans cette cause. Dans ce contexte, je choisis d'organiser une exposition de quinze affiches politiques engagées inspirées par l'histoire du nationalisme au Québec. Pour la sélection des thématiques des affiches, je me suis replongé dans les moments forts du mouvement, en retournant aussi loin que la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle. De grands personnages et de grands événements politiques québécois reprendront forme sous l'aspect d'affiches politiques originales, jamais présentées auparavant. Leur objectif : démontrer leur force, comme une voix qui s'exprime sur les temps forts d'un mouvement.

## **4.2. Méthodes de création extraites de l'analyse sémiotique du corpus**

Bien que les praticiens soient issus de parcours et d'endroits différents dans le monde, on peut reconnaître une similitude dans les méthodes de création de leurs œuvres. Voici un résumé des méthodes ou caractéristiques qui sont ressorties de l'analyse sémiotique et comment je compte les appliquer à mon projet de création.

### **Les illustrations**

L'utilisation de l'illustration comme moyen d'expression dans les affiches traduit une implication personnelle et directe du graphiste. Elle agit également en tant que signature visuelle du créateur. Elle peut être utilisée principalement pour représenter des humains ou une iconographie particulière. Le style est très variable, passant de l'illustration plus léchée à celle plus grossière.

### **La trace des gestes**

La visibilité de la trace des gestes du créateur démontre une implication de celui qui a fait l'image. On y voit un engagement exprimé par l'implication physique du corps. Le créateur croit en son image, et désire que le lecteur sache que c'est lui, l'humain, le graphiste, qui l'a faite, et non une machine. On peut voir la trace des outils utilisés : pinceaux, crayons, éponges, etc.

### **Le collage photographique**

L'utilisation d'un collage photographique est souvent exploitée pour montrer une capture de la réalité objective, chose que l'illustration n'arrive pas tout à fait à faire par sa subjectivité. Elle atteste d'un fait qui est arrivé, déclenchant des émotions particulières chez le lecteur en fonction de l'événement. Il peut s'agir de personnages, de lieux ou d'événements historiques.

### **La typographie manuelle**

Tout comme l'illustration, la typographie manuelle transpose l'idée de l'implication de celui qui a créé l'image. Son caractère unique attire l'œil du lecteur et, avec une bonne utilisation, garde son attention et agit comme fil conducteur pour la lecture.

### **La simplicité**

Les thèmes politiques étant complexes, la création d'une affiche est un exercice de synthétisation de l'information. Réduite à sa plus simple expression, l'information devient rapide à comprendre et peut traduire efficacement le message désiré. Qu'il s'agisse de simplicité, de compositions, de couleurs ou de textes, tous ont un impact profond sur la capacité à transmettre le message. Il est d'autant plus important qu'une affiche politique soit simple pour être comprise par tous.

### **L'imperfection**

Tout comme la trace des gestes, les imperfections démontrent une implication personnelle du créateur. De plus, elles démontrent que fondamentalement, il s'agit d'une communication d'humain à humain. Elles sont un miroir de celui ou de celle qui a conçu le projet et du lecteur. Elles sont la preuve d'une humanité profonde, chose qui ne peut pas être montrée par une machine.

**Les couleurs vives**

Les couleurs vives ont comme fonctions d'accrocher notre regard, de le retenir et de dire tout haut le message contenu dans l'affiche. Elles aident les affiches à ressortir du paysage de la ville monotone et grise. L'accent d'une couleur sur une affiche en bichromie, comme le noir et le rouge, par exemple, joue le même rôle.

### 4.3. Présentation des affiches

Voici le résultat du croisement entre la théorie et la pratique de cette recherche-crédation. Ici, nous nous attardons à cinq affiches issues de mon processus de création. Elles combinent les thématiques du nationalisme au Québec documentées avec le survol historique du mouvement, les méthodes de création apportées par l'analyse sémiotique et mon style personnel en tant que praticien du graphisme. Elles sont réalisées d'un point de vue contemporain et d'auteur, comme si chaque thématique se réactualisait. Chaque affiche est accompagnée d'un court texte explicatif qui résume les principes de sa composition.

Certains symboles sont récurrents, comme la fleur de lys, la couleur bleue du drapeau québécois et les personnages historiques. La signature graphique est personnelle et se base sur les méthodes de création extraites de l'analyse sémiotique présentées au point 4.2 : trace de la main, erreur, montage photographique, etc.



Affiches, Michel Thérien. 2019.

## Affiche 1 – Pouvoir au Québec!



*Pouvoir au Québec!, Michel Thérien. 2019.*

Dans la partie gauche, nous pouvons voir une statue de Thémis, la déesse grecque de la justice, recouverte de la couleur bleue avec une fleur de lys sur son armure et un trait de pinceau lui barrant les yeux. Elle tient dans sa main gauche la tête de Pierre Elliott Trudeau, couverte de rouge, qui semble avoir été décapitée. Cette dernière remplace la balance symbolique traditionnelle. Au centre de l'affiche, on peut voir la mention « Pouvoir au Québec! » Le trait de pinceaux sur les yeux de la statue symbolise son impartialité, signifiant que la justice remporte toujours sur l'injustice. Cette injustice est ici représentée par Pierre Elliott Trudeau, qui a longtemps été un obstacle à l'émancipation du Québec. La fleur de lys sur l'armure de la statue connote la justice québécoise. De cette composition émerge l'idée que peu importe son adversaire, le Québec aura les pouvoirs qu'il mérite.

**Affiche 2 – Rallumons la flamme souverainiste!**

*Rallumons la flamme souverainiste!, Michel Thérien. 2019.*

L'affiche comporte deux éléments distincts. Au bas, on y retrouve un homme, torche à la main, étant vraisemblablement un cracheur de feu, teinté de bleu et portant une fleur de lys peinte sur son torse. La partie supérieure de l'affiche est couverte des flammes rouges crachées par l'homme, avec la mention « Rallumons la flamme souverainiste! » L'homme représente un militant nationaliste québécois qui veut rallumer la flamme souverainiste de jadis. Cette flamme symbolise une époque où des leaders comme René Lévesque et Lucien Bouchard conduisaient le Québec vers un avenir prometteur. Le message nous rappelle que le mouvement nationaliste, de nos jours, n'est que l'ombre de ce qu'il a déjà été. La flamme d'autrefois, celle qui attisait le mouvement était grande, ardente et bien présente. C'est ce que ce cracheur de feu tente de reproduire en symbolisant la force encore vivace d'un nombre plus restreint mais toujours convaincu de la valeur de ce mouvement, qu'il s'efforce d'entretenir.

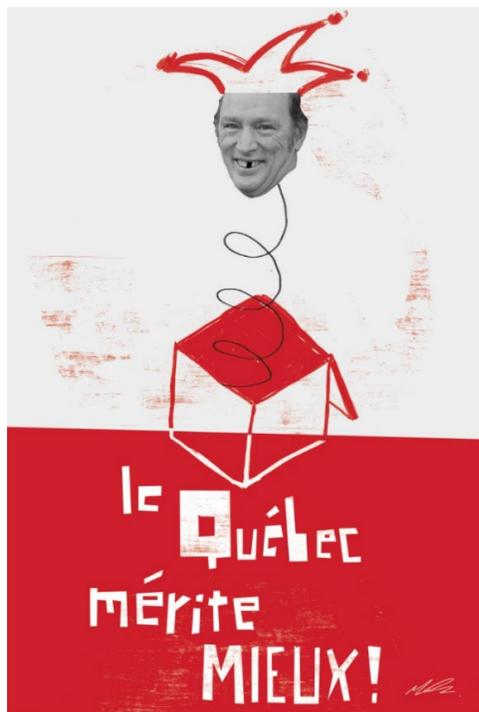
### Affiche 3 – Préservons notre langue et notre culture.



*Préservons notre langue et notre culture., Michel Thérien. 2019.*

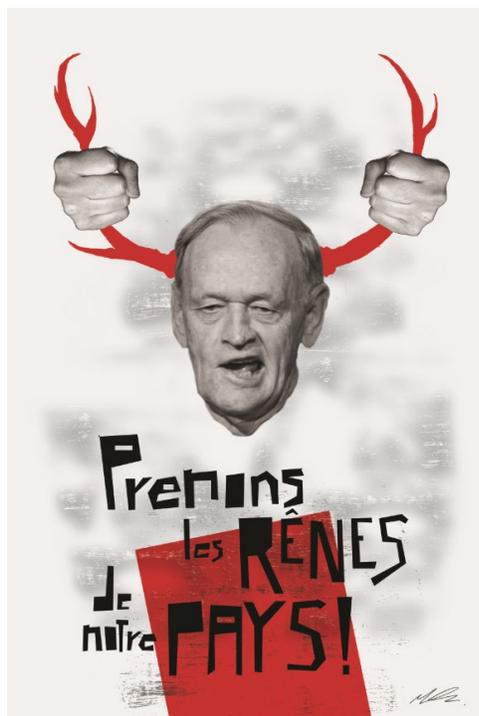
Au haut de l'affiche, on peut voir la tête d'un homme qui tire une langue bleue, révélant sa marque, celle de la fleur de lys. Le bas de la composition est dominé par une masse bleue, celle du corps de l'homme. On peut y lire, « Préservons notre langue et notre culture ». La fleur de lys, le symbole français, tatouée ou marquée au fer directement sur sa langue, connote la douleur infligée par ce combat incessant pour la reconnaissance de la langue française au Canada. Le simple fait d'exprimer notre langue et notre culture est souvent douloureux, une bataille que nous livrons toujours de nos jours, tous les jours. La langue fait partie intrinsèque de notre culture et c'est notre devoir de le montrer avec force, tout comme cet homme. Nous la parlons, nous en sommes fiers, elle fait partie de nous.

#### Affiche 4 – Le Québec mérite mieux!



*Le Québec mérite mieux!, Michel Thérien. 2019.*

Au centre de la composition se trouve une représentation d'un jouet, un bouffon dans un boîte à surprise. La boîte est ouverte et laisse sortir, à l'aide d'un ressort, le bouffon en question qui porte un chapeau iconique. Le bas de l'affiche est dominé par une masse rouge, sur laquelle se lit la phrase « Le Québec mérite mieux! » Le rouge symbolise la couleur du Parti libéral, ennemie de la souveraineté québécoise. Le bouffon, représenté par Pierre Elliot Trudeau, est une référence à la période où il était le premier ministre du pays. Le texte relaie l'information à savoir que notre province mérite mieux que ce dirigeant qui ne respectait pas les valeurs québécoises, alors qu'il était ironiquement lui-même québécois. L'analogie du bouffon, avec le chapeau satirique et la dent manquante, représente la perception du peuple québécois à son égard pendant son règne.

**Affiche 5 – Prenons les rênes de notre pays!**

*Prenons les rênes de notre pays!, Michel Thérien. 2019.*

Au centre de la composition, on aperçoit la tête de Jean Chrétien, portant des bois rouges, associables à ceux d'un cervidé. Deux mains les tiennent très fermement. Au bas de l'affiche, un rectangle rouge est superposé de la phrase « Prenons les rênes de notre pays ». Cette affiche représente le pouvoir québécois qui prend les rênes, ici placés sur la tête de l'ancien premier ministre du Canada. Ce geste s'impose pour diriger la province vers un avenir meilleur. Le rouge du Parti libéral domine l'affiche et met l'emphase sur les rênes qui sont à prendre. Elles expriment une double connotation, celle qui prétend que Jean Chrétien était manipulable et l'autre qui souligne la nécessité de prendre le contrôle de notre destinée en tant que pays souverain.

La particularité de ces affiches, c'est qu'elles ne s'inscrivent pas dans un contexte favorable à une production d'envergure pour appuyer ce mouvement, comme Dugudus a pu le faire pour le mariage gai à Paris (2015) ou comme Clément de Gaulejac pour *le Printemps érable* à Montréal (2012). Où sont les militants, manifestations ou rassemblements qui leur permettraient d'utiliser ces visuels pour afficher la cause indépendantiste? Si c'était le cas, la dernière étape du projet aurait été la distribution de ces affiches. Toutefois, l'objectif principal de cette production d'affiches était de vivre un engagement personnel dans la cause du nationalisme au Québec et d'imaginer ce que ces affiches auraient pu être si un graphiste professionnel les avait créées.

Même si je ne compte pas aller dans la rue avec ces affiches, elles restent tout de même des objets de conscientisation, destinées à faire réfléchir les gens sur notre langue et notre culture. Je compte éventuellement les placer sur une plateforme web, afin qu'elles puissent avoir une deuxième vie après leur diffusion au sein d'une exposition. Sur la Toile, elles pourront être disséminées, se propager et potentiellement faire réfléchir de nouveaux publics. Tout comme Dugudus l'a fait pour célébrer les 50 ans de *Mai 68*, j'ai repris les combats du passé pour démontrer que les codes du graphisme engagé permettent de remettre en lumière des thématiques non résolues. En les plaçant sur le web, elles composeront un autre corpus, autant d'éléments exprimant une mémoire collective pour les générations à venir.

Ellen Lupton (2015) nous rappelle que le rôle traditionnel de l'affiche est de vendre un produit, de promouvoir un événement ou de débattre d'un point à ce moment précis dans l'Histoire. Au fil du temps, la plupart perdent leurs buts et disparaissent.

*« Toutefois, si une affiche est ajoutée dans une collection muséale, elle cesse d'être un objet éphémère alors qu'elle fait son entrée dans une longue et lente période de préservation et d'étude. Les expositions de graphisme sont souvent critiquées pour ignorer le contexte des objets. Toutefois, retirer les objets de leur contexte d'origine peut être le but de plusieurs expositions. Une galerie dans un musée est un mode de représentation. Une peinture exposée dans un musée cesse d'être un objet de dévotion lorsqu'elle est accrochée dans un salon comme un élément de décoration; elle devient une tout autre chose. Il en va de même pour un livre duquel on ne peut tourner les pages lorsqu'il est sous verre, mais qu'on le voit sous un autre angle, comme celui de la typographie, de l'édition et de la construction. Ce concept est applicable pour l'affiche qui n'a plus l'intention de vendre quelque chose, mais qui frappe l'œil et l'esprit par ses formes, ses structures et sa façon unique d'exprimer l'expérience humaine. » (Lupton, 2015)*

L'exposition que je propose, comme premier temps, crée un univers, une poche temporelle dans un espace choisi, où la seule et unique thématique est la cause elle-même. De ce fait, les visiteurs peuvent se plonger ou se replonger dans les thèmes portés par les affiches et vivre ou revivre les batailles du passé qui ont jalonné notre histoire et demeure partie de notre présent.

## CONCLUSION

Cette recherche-création démontre que l'affiche politique engagée peut être une voix pour la cause du nationalisme au Québec. Elle est efficace tant qu'elle comporte les caractéristiques de l'imagerie politique et du graphisme d'auteur. Cette combinaison permet d'évoquer des idées, provoquer des débats, et faire réfléchir les gens. Tout est dans le principe de poser des questions plutôt que de donner des réponses déjà toutes faites, pour faire germer une petite graine dans la tête des gens et ainsi leur permettre de développer une pensée critique. L'affiche est un porte-voix efficace pour contribuer à l'histoire visuelle du nationalisme au Québec. Les codes de synthétisation de l'information et de lecture efficace que les graphistes lui confèrent exigent un savoir-faire. L'une des critiques du mouvement nationaliste a été le manque de clarté des questions référendaires que ses défenseurs ont formulées. Une bonne application du graphisme engagé peut pallier ce problème. « La puissance de l'image et la force du verbe sont devenues des outils aussi indispensables à l'action politique que la publicité l'est à l'action commerciale » (Novak, 2011).

Lors de cette recherche, j'ai remarqué que le graphisme engagé est majoritairement utilisé pour promouvoir les idéologies de gauche. Tous les graphistes et collectifs étudiés lors du projet sont effectivement des partisans d'idéologies gauchistes. Pourtant, Zvonimir Novak, dans son ouvrage *Tricolores une histoire visuelle de la droite et de l'extrême droite* (2011), fait état d'une production de droite tout en expliquant que les « gauches décomplexés dominant aujourd'hui le graphisme politique, et qu'elles produisent une multitude d'images, alors que la droite est

muette ». Toutefois, ces images existent. Il est alors possible que l'accès au pouvoir ou sa conquête nécessaire soient déterminants pour la production d'images d'un genre spécifique :

*« L'action graphique signifie le combat, et la contestation stimule toujours l'image. C'est dans ces moments de l'histoire où ces droites se trouvent en situation d'opposition qu'elles se montrent débordantes d'imagination. À l'opposé, vouloir conserver une position acquise implique de ne pas agir par l'image. » (Novak, 2011)*

Ce fait peut partiellement expliquer le manque de documentation sur le sujet et le manque d'engagement des graphistes pour la droite comme c'est le cas pour le nationalisme. Je crois cependant que le graphisme engagé et l'affiche peuvent être utilisés pour toute idéologie politique quelles que soient ses orientations.

L'affiche politique est un moyen d'engagement, que ce soit pour les militants dans la rue ou les praticiens les plus silencieux. Même si je ne compte pas sortir dans les rues avec ces affiches, j'inclus ce projet dans une forme de pratique du militantisme graphique. L'objectif de ce projet est de concevoir à nouveau des formes et des messages, pour pallier les lacunes et sortir d'un amateurisme historique documenté. Les préoccupations de réception et de perception impliquent de se pencher sur les aspects conceptuels des affiches comme la composition, la lisibilité, etc. Par exemple, la publicité cherche à ce que le consommateur achète des produits ou des services. La politique ou la propagande a pour objectif d'influencer la pensée. Ceci est la véritable mesure de l'efficacité de toute pièce graphique. La preuve est que le graphisme ne peut pas être compris comme un seul objet esthétique simple, mais en tant que système de communication. « La pratique du graphisme transcende le monde de l'esthétisme » (Frascara, 1988).

« Longtemps les historiens ont prédit la mort de l'affiche. Pourtant, les graphistes continuent d'en faire » (Lupton, 2015). Dans les années 80, le développement accru des agences de publicité et le règne de la communication marketing ont relégué la pratique de

l'affiche à un rôle de valorisation de la culture. Comme l'explique Michel Wlassikoff, « l'extension du domaine du graphisme a provoqué chez certains une mutation quasi idéologique au métier du designer graphique » (Wlassikoff, 2013). En effet, la place, le rôle et le fonctionnement du graphisme sont aujourd'hui redéfinis. Aucun support n'est roi, cette notion de support est même relative (Wlassikoff, 2013). « Bien que de nos jours l'affiche n'est plus le médium d'engagement qu'elle a déjà été, c'est quand même elle qui démarre le processus créatif et qui dicte toutes les déclinaisons qui la suivent » (Dugudus, 2015). De nos jours, les affiches acquièrent une nouvelle vie que le Web leur confère. Objet éphémère dans la rue, elle peut aujourd'hui être photographiée et se rematérialiser à nouveau sur la Toile. Son message est transmis, partagé, voire même décliné sur une plateforme destinée à l'usage public ou privé. Ce processus augmente considérablement la répercussion de son contenu avec pour danger parfois, sa décontextualisation et des interprétations détournées. « Il faut innover sinon on reste en Mai 68, et c'est par la dualité entre l'utilisation du numérique et de l'espace public qu'on voit ce renouvellement » (Martin, 2015).

Dans une entrevue de 2016, la philosophe Nathalie Heinich partageait sa vision sur l'engagement artistique. Elle prétend ne pas comprendre pourquoi certaines personnes valorisent ce type d'engagement marginal plutôt que l'action politique proprement dite. Elle poursuit en se demandant si l'engagement en art ne serait pas une façon élégante de ne pas choisir de s'engager politiquement et si les propositions des artistes changent réellement les choses au-delà des déclarations d'intention. Pour ma part, je crois que l'engagement est multiple. Tout le monde n'a pas la capacité ou l'envie de s'engager dans l'action politique proprement dite. De plus, comme j'ai tenté de le démontrer dans le cadre de cette recherche-création, le graphisme engagé peut représenter, traduire en images des positions politiques fortes. L'affiche, par son impact visuel unique, peut influencer le public et le pousser à poser un geste politique concret. En effet, comme le mentionne Gourévitch, « chaque technique vient se

superposer à l'autre et pour ainsi dire télescoper l'engagement, provoquant ainsi des chocs et des ondes de retour qui modifient l'impact et le champ d'application des autres techniques » (Gourévitch, 1977).

Je crois que de s'engager en faisant usage de l'affiche ou de tout autre médium artistique apporte des changements, des révolutions, petites ou grandes. Contrairement à Nathalie Heinich, qui prétend qu'il serait difficile de mobiliser des foules pour manifester sur la base d'une image (Heinich, 2016), je considère cette déclaration comme un point de vue réductif et d'une méconnaissance de ce que le graphisme peut être. Comme l'ont fait à maintes reprises Dugudus à Paris et l'École de la Montage Rouge à Montréal lors du *Printemps érable*, l'engagement par la création d'affiches peut revêtir toutes les couleurs. Imaginez toutes les représentations et tous les slogans qui résonneront sur le support qui leur donne forme! N'est-il pas intéressant pour ces gens engagés d'avoir des images qui représentent leurs motivations et leurs ambitions? La sociologue termine en conseillant aux militants qui veulent s'engager avec l'art de s'engager dans un parti ou dans une association, car dit-elle, s'engager en faisant de l'art est en fait une double erreur : « on aboutit à faire de l'art médiocre et de l'action militante inefficace parce qu'il est limité au monde de l'art, sans aucune prise sur la réalité » (Heinich, 2016). Encore une fois, de mon point de vue, je crois qu'il s'agit plutôt de créer des visuels qui accompagnent, et ne génèrent pas, les mouvements politiques. L'important n'est pas de changer les choses du jour au lendemain, mais d'y participer en faisant sa part, et ce, peu importe le moyen.

Je souhaite que d'autres graphistes s'intéressent à la force du graphisme engagé par une pratique de l'affiche pour agir, appuyer les sans-voix et les opprimés. Participer à faire changer les choses et à créer une société du débat et des idées, c'est aussi une fonction du graphisme. Les graphistes ont un savoir-faire que peu de gens possèdent. Le changement passe aussi par nous, faiseurs d'images et penseurs de notre temps.

# BIBLIOGRAPHIE

## Ouvrages

- Allaire, B., Barrette, P., Birch, L., Boily, F., Bourque, G., Brady, J-P., ...Zorn, N. (2016) *L'État du Québec 2016*. Montréal : Del Busso.
- Amossy, R. (2000). *L'argumentation dans le discours; discours politique, littérature d'idées, fiction*. Paris : Nathan.
- Anderson, B. (1996). *L'imaginaire national : Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*. Paris : La Découverte.
- Austoni, A. (2010). *The Legacy of Polish Poster Design*. Consulté à l'adresse : <https://www.smashingmagazine.com/2010/01/the-legacy-of-polish-poster-design/>
- Balthazar, L. (2013). *Nouveau bilan du nationalisme québécois*. Montréal : VLB éditeur.
- Barthes, R. (1964). *Rhétorique de l'image*. Paris : Communications 4. Consulté à l'adresse : [https://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1964\\_num\\_4\\_1\\_1027](https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1964_num_4_1_1027)
- Bertrand, Y. (2008). *Tout le monde est graphiste*. Consulté à l'adresse : <https://issuu.com/yoannbertrand/docs/y-bertrand-memoire-08>
- Bouchard, M. (2007). *L'affiche comme mode d'expression d'un graphisme d'auteur à portée sociale*. (Mémoire de maîtrise). Université Laval, Québec. Consulté à l'adresse [www.theses.ulaval.ca/2007/24581/24581.pdf](http://www.theses.ulaval.ca/2007/24581/24581.pdf)
- Bouchard, M. (2013). *L'investissement créatif, social et professionnel du designer graphique*. (Thèse de doctorat). Université Laval, Québec. Consulté à l'adresse : <https://corpus.ulaval.ca/jspui/handle/20.500.11794/24641>
- Bouge, C. (2015). *Conscience citoyenne*. Paris : Étapes 227.
- Boyer, J., Desjardins, J. et Widginton, D. (2007). *Affiches des mouvements sociaux au Québec 1966 – 2007*. Montréal : Lux.
- Caron, J-C. et Vernus, M. (2008). *L'Europe au XIX<sup>e</sup> siècle : des nations aux nationalismes 1815-1914*. Paris : Armand Colin.

- Chassey, É. (2018). *Mai 68 : L'exposition « images en lutte » donne le coup d'envoi du cinquantième aux Beaux-Arts de Paris*. Consulté à l'adresse : [https://www.francetvinfo.fr/culture/mai-68-lexposition-images-en-lutte-donne-le-coup-denvoi-du-cinquantieme-aux-beaux-arts-a-paris\\_2621496.html](https://www.francetvinfo.fr/culture/mai-68-lexposition-images-en-lutte-donne-le-coup-denvoi-du-cinquantieme-aux-beaux-arts-a-paris_2621496.html)
- Choko, M. (2001). *L'affiche au Québec : des origines à nos jours*. Montréal : Les Éditions de l'Homme.
- Desjardins, A. (2008). *Participation politique et mobilisation nationale chez les artistes*. Consulté à l'adresse : <https://www.erudit.org/en/journals/ps/2008-v27-n3-ps2956/029847ar/>
- Didi-Huberman, G. (2018). *L'art de se soulever*. Entretien avec Marie-Louise Arsenault à l'adresse : <https://ici.radio-canada.ca/premiere/emissions/plus-on-est-de-fous-plus-on-lit/segments/entrevue/85163/georges-didi-huberman-soulevements>
- Gourévitch, J.-P. (1977). *L'imagerie politique*. [ Catalogue d'exposition ]. Paris : Centre George Pompidou.
- Ericson, M. et Mazé, R. (2011). *DESIGN ACT - Socially and Politically Engaged Design Today - Critical Roles and Emerging Tactics*. Allemagne : Sternberg Press.
- Favre, J. (2009). *Les affiches engagées à l'école primaire*. Consulté à l'adresse : <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:3822>
- Filloque, N. et Zammit, A. (2008). *Citoyen-graphiste*. Consulté à l'adresse : <http://www.formes-vives.org/atelier/?category/Citoyen-graphiste>
- Filloque, N. et Zammit, A. (2009). *Chantier*. Consulté à l'adresse : <http://www.formes-vives.org/atelier/?category/Chantier>
- Fournier, M. (2015). *Nous, c'est qui?* Montréal : Édito.
- Frascara, J. (1988). *Graphic Design : Fine Art or Social Science?* Consulté à l'adresse : <https://korneliaresearch.wordpress.com/2016/11/10/j-frascara-1988-graphic-design-a-fine-art-or-social-science-design-issues-5/>
- Garand, M. (2011). *La pratique du graphisme d'auteur par le roman graphique - Exploration de l'identité féminine*. Université Laval, Québec. Consulté à l'adresse : <http://theses.ulaval.ca/archimede/meta/27980>
- Gellner, E. (1989). *Nations et nationalisme*. Paris : Payot.
- Gervereau, L. (1988). *Les affiches de « Mai 68 »*. Consulté à l'adresse : [https://www.persee.fr/doc/mat\\_0769-3206\\_1988\\_num\\_11\\_1\\_403849](https://www.persee.fr/doc/mat_0769-3206_1988_num_11_1_403849)
- Gosselin, P. et Le Coguiec, E. (2009). *La recherche création*. Montréal : Presse de l'Université du Québec.
- Heinich, N. et Chalifour, S. (2016). Un nouveau paradigme : entrevue avec Nathalie Heinich, 2016. Consulté à l'adresse : <https://www.erudit.org/fr/revues/ncs/2016-n15-ncs02387/80870ac.pdf>

- Hermine. (2012). *L'affiche polonaise*. Consulté à l'adresse : <https://pologneimmortelle.wordpress.com/2012/05/08/laffiche-polonaise/>
- Hobsbawm, E. (1992). *Nations et nationalisme depuis 1780 : programme, mythe, réalité*. Consulté à l'adresse : [https://www.persee.fr/doc/rhmc\\_0048-8003\\_1994\\_num\\_41\\_1\\_1711\\_t1\\_0189\\_0000\\_2](https://www.persee.fr/doc/rhmc_0048-8003_1994_num_41_1_1711_t1_0189_0000_2)
- Holcroft, I. (2005). *Design Authorship Through Public Matter*. Norvège : Roast Press.
- Hollis, R. (2004) *Histoire du graphisme de 1890 à nos jours*. , Londres : Thames & Hudson.
- Ion, J. ( 1998). *La fin des militants ?* Consulté à l'adresse : [https://www.persee.fr/doc/agora\\_1268-5666\\_1998\\_num\\_11\\_1\\_1595\\_t16\\_0155\\_0000\\_2](https://www.persee.fr/doc/agora_1268-5666_1998_num_11_1_1595_t16_0155_0000_2)
- Irène, P. (2007). *Individualité et rapports à l'engagement militant*. Consulté à l'adresse : <http://www.revue-interrogations.org/Individualite-et-rapports-a-l>
- Jedwab, J. (2017). *L'élasticité de la nation*. Consulté à l'adresse : <https://www.ledevoir.com/opinion/idees/489408/l-elasticite-de-la-nation>
- Joly, M. (2015). *Introduction à l'analyse de l'image*. Paris : Armand Colin.
- Lamoureux, È. (2007). *Art et Politique ; L'engagement chez les artistes actuels en arts visuels au Québec*. Consulté à l'adresse : <https://www.erudit.org/fr/revues/globe/2011-v14-n1-globe1819725/1005987ar.pdf>
- Lamoureux, È. (2011). *Art et politique – l'engagement chez les artistes actuels en arts visuels au Québec*. (Thèse de doctorat, Université Laval). Consulté à l'adresse [archimede.bibl.ulaval.ca/archimede/fichiers/24861/24861.pdf](http://archimede.bibl.ulaval.ca/archimede/fichiers/24861/24861.pdf).
- Lamoureux, È. (2011). *Évolution de l'art engagé au Québec. Structuration et spécificités*. Consulté à l'adresse : <https://www.erudit.org/en/journals/globe/2011-v14-n1-globe1819725/1005987ar/>
- Lavrador, J. (2018). *Beaux-Arts : La lutte s'affiche*. Libération du 30 mars 2018. Consulté à l'adresse : [https://next.liberation.fr/theatre/2018/03/30/beaux-arts-la-lutte-s-affiche\\_1640108](https://next.liberation.fr/theatre/2018/03/30/beaux-arts-la-lutte-s-affiche_1640108)
- Lupton, E. (2015). *How Posters Work*. New York : Cooper Hewitt.
- Massé, P. et Vallée, B. (1992). *Méthodes de collecte et d'analyse de données en communication*. Sillery. Presses de l'Université du Québec.
- Moles, Abraham A. (1969). *La situation sociale de l'affiche*. Consulté à l'adresse : [https://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_1969\\_num\\_4\\_1\\_3770](https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1969_num_4_1_3770)
- Novak, Z. (2011). *Tricolores – Une histoire visuelle de la droite et de l'extrême droite*. Éditions L'échappée. Montreuil.
- Pereira, I. (2007). « *Individualité et rapports à l'engagement militant* ». Consulté à l'adresse <http://www.revue-interrogations.org/Individualite-et-rapports-a-l>

- Perrine, D. (2012). *Existe-t-il une éthique du graphisme?* Consulté à l'adresse : [https://issuu.com/perrine.de/docs/memoire\\_perrinedetrie](https://issuu.com/perrine.de/docs/memoire_perrinedetrie)
- Piette, J. (2018). *Impressions Durables*. Consulté à l'adresse : [https://www.liberation.fr/france/2018/03/30/impressions-durables\\_1640103](https://www.liberation.fr/france/2018/03/30/impressions-durables_1640103)
- Préli, G. (1971). *L'affiche dans la société urbaine*. Consulté à l'adresse : [https://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1971\\_num\\_17\\_1\\_2179](https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1971_num_17_1_2179)
- Rancière, J. (2008). *Le spectateur émancipé*. Paris: Éditions de la Fabrique.
- Raynal, J. (2008). *Le graphisme engagé est-il encore d'actualité?* École supérieure des arts décoratifs, Paris. Consulté à l'adresse <http://docplayer.fr/383594-Le-graphisme-engage-est-il-encore-d-actualite.html>
- Sauter, C. (1998). *Le langage visuel*. Montréal : XYZ Éditeur.
- Seymour, M. (1999). *La nation en question*. Montréal : l'Hécagone.
- Touchelle, F. (2012). *Les murs murent!* Mont-Royal : M Éditeur.
- Victore, J. (2010). *Victore or, Who Dies and Made You the Boss?* New York : Harry N. Abrams.
- Warda, M. (2016). The Between of the Poster. (article en ligne, lien manquant).

### **Table ronde et entretien**

- Daniel, G. (2015). Participation à un entretien dans un café à Paris entre Valérie Yobé et Gil Daniel.
- \_\_\_\_\_. (2015, septembre). *Le graphisme engagé* [ table ronde ]. Conférence présentée au lieu-dit durant la table ronde sur le graphisme engagé, Paris.

### **Vidéos**

- LPCAM, (2014). L'affiche de A à Z. Consulté à l'adresse : <https://vimeo.com/65551376>.
- Victore, J. (2013). *Bold and Fearless poster design*. Consulté à l'adresse <https://www.creativelive.com/courses/bold-fearless-poster-design-james-victore>

### **Web**

- Biographie Dugudus : <http://dugudus.fr/presentation/>.
- Biographie École de la Montagne Rouge : <http://ecolemontagnerouge.com/about/>.
- Biographie Formes Vives : <http://www.formes-vives.org/atelier/?pages/Presentation>.
- Biographie Grapus : <http://www.historygraphicdesign.com/index.php/the-industrial-revolution/typography-for-an-industrial-age/751-linotype-machine>.

Biographie James Victore : <http://www.famousgraphicdesigners.org/james-victore>.

Programme *Design for Social Innovation* : <https://dsi.sva.edu>.

## ANNEXE A – DES AFFICHES COMME PORTE-VOIX

### Affiche 6 – Maître chez nous!



*Maître chez nous!, Michel Thérien. 2016.*

Au centre de la composition, on remarque un phylactère bleu, rappelant la couleur officielle du Québec, portant la mention « Maître chez nous! » Ce phylactère se déploie à partir de la petite fleur de lys bleue, située en dessous. Cette affiche, la première réalisée, m'a permis d'établir la signature graphique de la série. Le Québec, représenté par la petite fleur de lys, s'exclame tout haut au son du fameux slogan de la campagne du Parti libéral de

Jean Lesage en 1960. L'affiche exprime un slogan fort, une affirmation identitaire et politique. Le Québec crie haut et fort ses convictions et affirme ses intentions nationalistes.

### Affiche 7 - Traître.



*Traître, Michel Thérien. 2016.*

La composition de cette affiche est la plus complexe de la série. L'arrière-plan est d'un rouge rappelant celui du Parti libéral. Il est traversé au milieu par une série de couteaux sauvagement alignés. Au milieu de l'affiche, on reconnaît Pierre Elliott Trudeau, ancien premier ministre du Canada. La partie supérieure de sa tête est coupée et laisse échapper la province du Québec, elle-même déchirée en deux morceaux par le référendum de 1980, en forme d'éclair. Sur son corps s'affiche une représentation de la constitution du Canada, avec la mention « *Screw Quebec* », au bas. Au centre de son corps se trouve un cœur portant le drapeau britannique. La composition est une référence à la Nuit des Longs Couteaux de

1981, celle où Pierre Elliott Trudeau a signé le rapatriement de la constitution canadienne sans l'accord du Québec. Le rouge dominant du Parti libéral symbolise une certaine violence exercée lors de cet événement. Plusieurs symboles représentant la trahison sont présents dans la composition : la province brisée en deux par l'éclair, la mention au bas de la constitution canadienne qui forme le corps du personnage, le mot traître au-dessus de sa tête ainsi que les nombreux couteaux en arrière-plan qui symbolisent la tyrannie et la rigidité exercées par le Parti libéral de l'époque.

### **Affiche 8 – Vive la révolution québécoise!**



*Vive la révolution québécoise!, Michel Thérien. 2017.*

Au centre de cette affiche, le lecteur se surprend de reconnaître la représentation iconique du Che Guevara transfigurée par le visage de René Lévesque. En dessous, on lit la mention « Vive la révolution québécoise! » Les deux éléments sont d'un bleu qui rappelle le

bleu du Parti québécois remplaçant la couleur rouge traditionnellement associée à la couleur révolutionnaire qui colle habituellement à l'icône cubain. L'association du politicien québécois à celle du Che, en fait un personnage quasi mythique de notre histoire politique. De plus, le bleu devient un symbole révolutionnaire au sein de la culture québécoise. Une idée du nationalisme idéale et aujourd'hui idéalisée, comme le révolutionnaire cubain peut l'être. Appuyée par le texte, cette affiche est une invitation directe à la population pour non seulement continuer le combat, mais également pour le mener haut et fort.

### **Affiche 9 – Nos lois, notre langue, notre pays!**

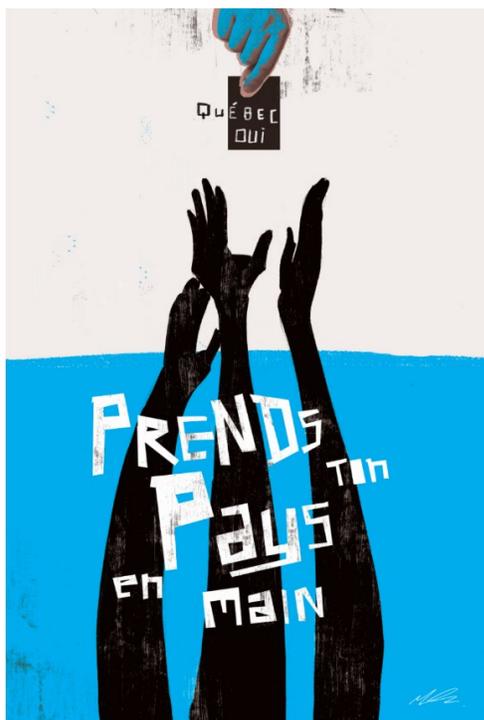


*Nos lois, notre langue, notre pays!, Michel Thérien. 2018.*

L'affiche comporte deux éléments dominants. En haut de la composition, on voit une forme ressemblant à une fleur de lys légèrement contorsionnée en phylactère. La forme porte la mention « Nos lois, notre langue, notre pays! » Au bas de l'affiche se situe le Château

Frontenac de la ville de Québec, teinté de bleu. Cette composition symbolise ce que le Québec doit s'efforcer d'exprimer. La phrase à l'intérieur du phylactère est un détournement de la fameuse phrase de Duplessi : « Nos lois, notre langue, notre religion », cette fois adaptée à un Québec moderne et laïque.

### Affiche 10 – Prends ton pays en main.



*Prends ton pays en main, Michel Thérien. 2017.*

Dans la partie supérieure de l'affiche, il y a une main bleue tenant un carton avec la mention « Québec oui ». La partie inférieure de la composition est dominée par une masse bleue, rappelant le bleu québécois. Surimposés, des bras allongés tentent de saisir le carton situé au-dessus d'eux. Par-dessus les bras on lit « Prends ton pays en main ». Référence à l'un des deux référendums sur la souveraineté de 1980 et 1995, cette affiche est un rappel destiné à la population qui a ce pouvoir de décider si le Québec peut être un pays ou non.

Les bras unis et tendus du peuple s'élèvent pour attraper le vote du « Oui » qui, en assez grand nombre, pourrait changer l'histoire de la province et permettre la création d'un pays reflétant les valeurs de la culture québécoise et celle de son peuple, unique.

**Affiche 11 – Vivons à haute voix, plutôt que murmurer notre existence!**



*Vivons à haute voix, plutôt que murmurer notre existence!, Michel Thérien. 2017.*

La phrase « Vivons à haute voix, plutôt que murmurer notre existence! » est inscrite en haut. Cette mention est créée par un personnage en forme de fleur de lys, portant un œil et une bouche, armé d'un mégaphone. Au bas de l'affiche, on peut voir une foule rassemblée pour un ralliement ou une manifestation. L'affiche est dominée par un bleu rappelant celui du Québec. Cette composition est une représentation de la population québécoise, sous la forme de la fleur de lys, qui s'adresse à la foule et lui rappelle de vivre pleinement son

existence, différente du reste du Canada. D'être fiers de notre culture et d'éviter de nous plier aux demandes d'un pays qui ne comprend pas le caractère unique de notre société ».

### **Affiche 12 – Égalité ou indépendance!**

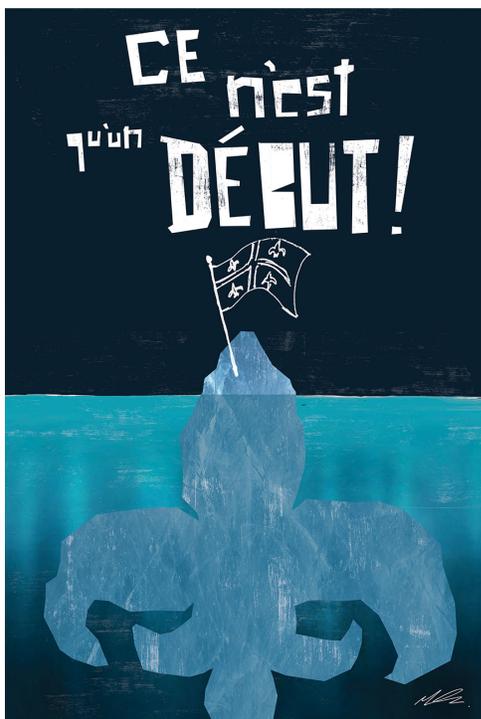


*Égalité ou indépendance!, Michel Thérien. 2018.*

Au centre de l'affiche se trouve un poing fermé apposé sur deux bandes noires parallèles, faits au trait de pinceau. Au-dessus de ces deux éléments se trouve la mention « Égalité ou indépendance! » L'arrière-plan est une image d'une foule, teintée de bleu, brandissant des drapeaux du Québec. L'image fait référence aux festivités de la Saint-Jean-Baptiste, la fête nationale du Québec. Cette composition reprend l'un des symboles contestataire et propagandiste le plus répandu, celui du poing fermé superposé sur deux bandes formant le signe d'égalité. La mention au bas de l'affiche renforce le but que revêt la

contestation. C'est un appel au peuple québécois, présent en arrière-plan, de se lever pour atteindre l'égalité qu'il mérite.

### Affiche 13 – Ce n'est qu'un début!



*Ce n'est qu'un début!, Michel Thérien. 2018.*

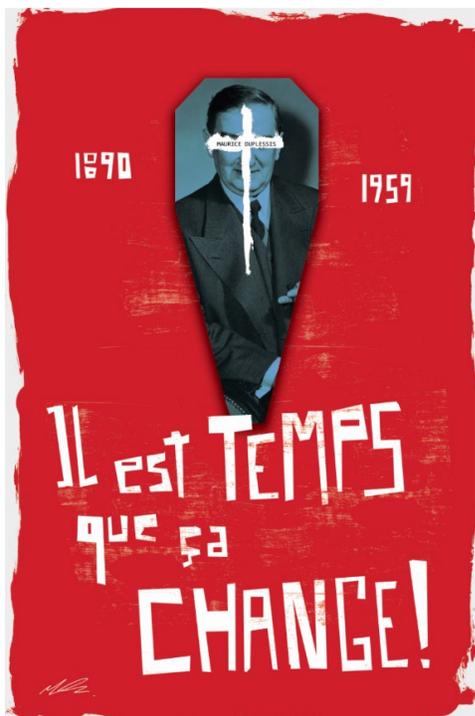
Au sommet de la composition, on lit la phrase « Ce n'est qu'un début! » En dessous, un iceberg en forme de fleur de lys est à la dérive dans l'eau. Sur la partie immergée, un drapeau du Québec est planté. L'affiche est dominée par la teinte bleue. L'analogie avec l'iceberg représente le Québec entre deux eaux. En relation avec le drapeau du Québec et la mention, cette image se veut un commentaire sur le mouvement nationaliste et souverainiste au Québec. Je souligne ici que la face perceptible n'est qu'une infime partie et que la plus grande est invisible, exprimant ainsi la majorité silencieuse qu'il faut découvrir.

**Affiche 14 – Un pays à bâtir!.**

*Un pays à bâtir!, Michel Thérien. 2018.*

Au centre de l'affiche se trouve une forme qui semble être un bloc de pierre qui se fait tailler et qui commence à révéler une fleur de lys. Le bas de l'affiche est dominé par la couleur bleu. On peut voir des échelles et des personnages sortant de cette masse. En dessous de la masse, on peut y lire « Un pays à bâtir! » Cette composition représente le tailleur de pierre, le sculpteur qui découvre à coup de maillet, la forme précieuse à l'intérieur de la pierre, petit à petit, inlassablement. Les sculpteurs présents sur l'image représentent les porteurs du mouvement souverainiste et nationaliste. Ils bâtissent leur pays à la sueur de leur front et des combats contre les fédéralistes.

### Affiche 15 – Il est temps que ça change!

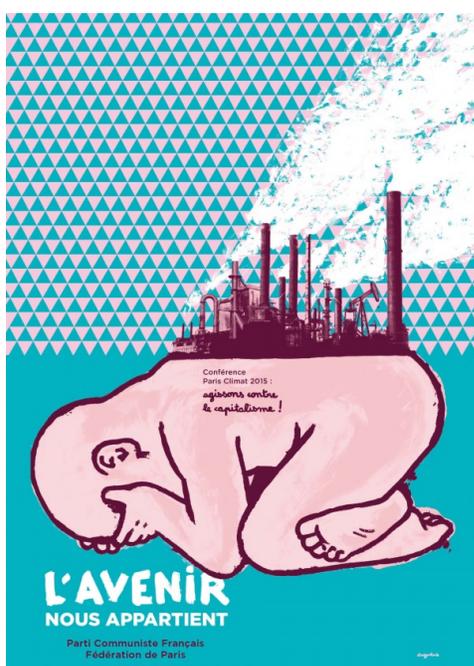


*Il est temps que ça change!, Michel Thérien. 2019.*

L'arrière-plan de cette dernière affiche de la série est le rouge. Dans sa partie supérieure, on peut voir un cercueil, portant la photo de Maurice Duplessis, premier ministre du Québec durant la Grande Noirceur. Sur son visage est placé une croix avec son nom. De chaque côté du cercueil se retrouvent les dates de naissance et de mort de l'homme politique. En dessous du cercueil, on peut lire la phrase « Il est temps que ça change! » Cette composition représente le changement qui s'est effectué entre la mort de Maurice Duplessis et l'élection du Parti libéral de Jean Lesage. C'est Jean Lesage lui-même qui a dit cette phrase iconique, et mènera ensuite le Québec vers la Révolution tranquille, hors de la noirceur de l'Union nationale de Duplessis, qui gardait le Québec dans l'ignorance et dans le refus de l'épanouissement provincial. Le rouge ici représente la transition vers le Parti Libéral, ainsi que la mort de Duplessis lui-même en 1959.

## ANNEXE B – GRILLES D'ANALYSE SÉMIOTIQUE

Dugudus, *L'avenir nous appartient*, 2015.



*Dugudus, L'avenir nous appartient, 2015.*

Contexte de diffusion
Affiche réalisée par Dugudus et éditée par la fédération de Paris du Parti Communiste Français pour les vœux de 2015 en vue de la Conférence internationale sur le climat. Elle a été envoyée par la poste aux membres du parti. Son public cible était les partisans politiques de gauche.
Description générale
Au centre de l'affiche, nous retrouvons l'illustration d'un bébé couleur peau replié sur lui-même, de façon similaire à la position du « fœtus », se cachant les yeux. L'illustration est faite à la main. Au niveau de l'épaule gauche du bébé, nous pouvons y lire « Conférence Paris

Climat 2015 : » (en typographie numérique) et « Agissons contre le capitalisme! » (en typographie à la main).

Sur son dos, il y a une photo d'une industrie, en noir et blanc, dégageant beaucoup de fumée. Dans les détails de celle-ci, nous pouvons y distinguer un édifice, des tuyaux, des cheminées ainsi qu'une pompe à pétrole.

L'arrière-plan de l'affiche est séparé en deux. Le bas de l'affiche, où se situe le bébé, est d'une couleur pleine bleue. Le haut, où se situe l'usine, est composé de motifs triangulaires, dont certains ont le même bleu que le bas de l'affiche, alors que d'autres sont de la même couleur que le bébé.

Dans le coin inférieur gauche, nous pouvons y lire « L'avenir nous appartient » (en typographie à la main) et « Parti Communiste Français Fédération de Paris » (en typographie numérique).

Dans le coin inférieur droit, nous pouvons voir la signature du graphiste faite en typographie à la main.

### Message plastique

Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	Absent, hors champ imaginaire
Cadrage	Moyen, éléments : équilibrés
Angle de prise de vue	Centré : équilibre
Choix de l'objectif	Moyen plan : centré
Composition	Verticale ascendante vers la droite
Formes	Rondes : douceur Triangle : rigidité
Dimensions	Généralement moyennes avec de petits détails
Couleurs	Dominante : froide
Éclairage	Dominant : clair
Texture	Tactile : traces de la main de l'artiste Lisse : numérique

### Message iconique

Signifiants iconiques	Signifiés
Bébé – Position fœtus	Défense : peur et tension Nudité : pureté
Bébé – Mains sur les yeux	Peur, honte, aveuglement
L'usine	Progrès, évolution
L'usine sur le dos du bébé	Fardeau, écrasement, lourdeur
La fumée	Pollution
Portion pleine de l'arrière-plan	Pureté, perfection, douceur
Portion à motif de l'arrière-plan	Impureté, rigidité, cassure

### Message linguistique

Texte	Fonction
Conférence Paris Climat 2015 :	Relais : le sujet de l'affiche
Agissons contre le capitalisme!	Ancrage : une philosophie déjà portée par les destinataires qui sont membres du Parti communiste français
L'avenir nous appartient	Relais : le titre de la conférence
Parti communiste français Fédération de Paris	Ancrage : l'affiche est dédiée, à la base, aux membres

### **Synthèse de l'analyse**

Cette affiche créée pour une conférence sur le climat met en opposition l'enfant pur avec l'industrie impure qui pollue. La fissure causée par les deux arrière-plans coïncide avec le positionnement du bébé et de l'usine. Elle aide à créer une tension et une opposition visible.

La position du bébé avec ses mains suggère qu'il a peur, qu'il a honte ou qu'il se cache pour ne pas voir le fardeau qu'il porte sur son dos : la pollution de l'environnement par les industries. C'est également une représentation du fardeau que lui ont laissé les générations précédentes, dont il doit vivre avec et dont il a honte.

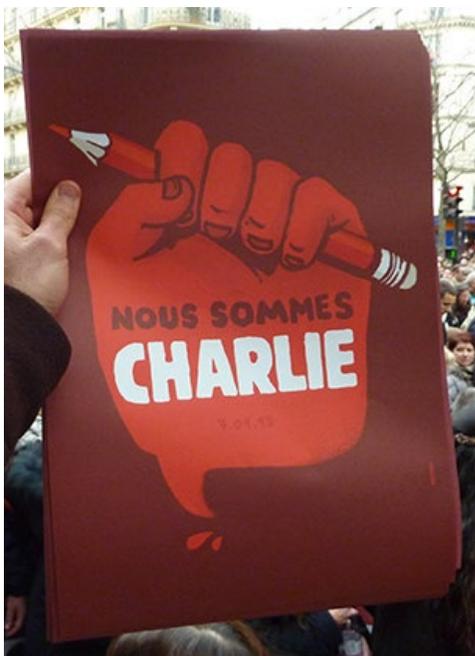
Cette dualité nous fait réfléchir sur la thématique de la pollution environnementale qui est en fait causée par notre activité humaine.

Le mélange entre illustration à la main et objet numérique renforce cette tension entre l'humain et la machine, tout en laissant transparaître l'humanité de celui qui l'a fait.

### **Méthodes de création extraites**

Illustration, traits à la main, collage photographique, mélange de typographies numériques et à la main, dualité, opposition.

### Dugudus, Nous sommes Charlie, 2015.



*Dugudus, Nous sommes Charlie, 2015.*

#### Contexte de diffusion

Cette affiche a été diffusée lors d'un rassemblement pour les victimes des attentats terroristes de Charlie Hebdo à Paris en France, en 2015. Dugudus les offrait gratuitement dans un kiosque situé dans une rue près du rassemblement.

#### Description générale

La composition de l'affiche est assez simple. Au centre, nous voyons un poing rouge fermé de face qui tient un crayon rouge. Dans la paume de la main, nous retrouvons les inscriptions « Nous sommes » en rouge foncé et « Charlie » en blanc. En dessous de ce mot se retrouve la date « 7.01.15 ». La paume de la main se termine en petit crochet. L'arrière-plan de l'affiche est du même rouge foncé que les mots « Nous sommes ».

### Message plastique

Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	Absent, hors champ imaginaire
Cadrage	Moyen, éléments : équilibrés
Angle de prise de vue	Centré : équilibre
Choix de l'objectif	Moyen plan : centré
Composition	Verticale ascendante centrée
Formes	Rondes : douceur
Dimensions	Moyennes
Couleurs	Rouge, chaudes
Éclairage	Sombre
Texture	Tactile : traces de la main de l'artiste

### Message iconique

Signifiants iconiques	Signifiés
Poing fermé	Colère, soulèvement
Poing fermé en phylactère	Parole, indignation
Crayon	Lien et solidarité aux victimes de Charlie Hebdo
Couleur rouge	Sang, tragédie

## Message linguistique

Texte	Fonction
Nous sommes Charlie	Relais : message de solidarité
7.01.15	Encrage : date de l'événement

### Synthèse de l'analyse

Cette affiche est un signe, un emblème pour défendre les victimes de l'attentat terroriste de Charlie Hebdo. Non seulement le poing en phylactère qui tient le crayon désigne la colère de celui qui tient l'affiche, mais il porte aussi un message clair : « Nous sommes Charlie ». Cette phrase démontre que nous sommes tous des citoyens comme étaient les victimes et qu'avec eux et leur travail nous supportons la liberté d'expression.

La couleur rouge dominante contient une connotation double, celle du sang en lien avec l'attentat commis contre les journalistes et celle de la colère face à cet acte barbare.

L'illustration à la main démontre un engagement personnel et physique de la part du graphiste.

### Méthodes de création extraites

Illustration, traits à la main, couleur frappante.

**James Victore, Disney Go Home, 1998.**



*James Victore, Disney Go Home, 1998.*

### Contexte de diffusion

Cette affiche fut réalisée en 1998 en réponse à la « Disney-fication » de Times Square. À la fin des années 1990, un projet de renouvellement du quartier était en vigueur et plusieurs commanditaires, dont Disney, donnaient beaucoup d'argent. Le résultat : Times Square devient une destination touristique semblable à plusieurs autres dans le monde, une foire humaine. L'affiche est donc un message et une critique directe contre Disney, mais aussi pour prévenir la population de New York que le quartier allait perdre de son authenticité avec l'implication de la multinationale.

### Description générale

La composition de l'affiche est relativement simple. Au centre, nous y retrouvons une forme noire qui symbolise la tête du personnage de Mickey. Au bas de la forme, on voit la langue rose du personnage qui est sortie. À la base du cou, il y a des éclaboussures d'encre noire.

Sur la tête, nous y retrouvons les mots « Disney Go Home » écrits à la main.

Dans le coin supérieur gauche de l'affiche, nous pouvons y voir la signature du graphiste faite à la main.

L'arrière-plan de l'affiche est un fond uni neutre d'un gris pâle.

### Message plastique

Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	Absent, hors champ imaginaire
Cadrage	Moyen, éléments : équilibrés
Angle de prise de vue	Centré : équilibre
Choix de l'objectif	Moyen plan : centré
Composition	Verticale descendante avec courbe passant du centre vers la droite, pour y revenir au centre
Formes	Droites : rigides
Dimensions	Grandes
Couleurs	Dominante : noir avec un accent rose
Éclairage	Dominant : clair
Texture	Tactile : traces de la main de l'artiste

### Message iconique

Signifiants iconiques	Signifiés
Tête de Mickey	Mascotte de Disney, représentant la compagnie
Langue de Mickey	Moquerie ou mort
Cou de Mickey	Coupé : mort
Éclaboussures d'encre	Le sang, la mort.

## Message linguistique

Texte	Fonction
Disney Go Home	Relais : message direct à Disney

### Synthèse de l'analyse

L'affiche est un message direct à Disney lui disant de « retourner chez lui ». Une certaine violence émane de ce visuel avec un cou coupé qui laisse échapper de l'encre. Or, mise en relation avec la langue sortie du personnage, le graphiste crée un précédent. Il massacre un icône habituellement destiné à un jeune public et par le fait même prend position sans compromis en dévoilant l'envers du décor : le pouvoir d'une compagnie dont la force monétaire peut influencer politiciens et hommes d'affaires.

Toutes les formes semblent être faites à la main par du découpage et du collage, impliquant un engagement corporel de la part du graphiste à faire passer son message.

### Méthodes de création extraites

Grosse typographie à la main, formes découpées, éclaboussures d'encre, formes des gestes du graphiste.

James Victore, Coward in Chief, 2017.



James Victore, Coward in Chief, 2017.

#### Contexte de diffusion

Affiche réalisée en 2017, en opposition à la présidence de Donald Trump.

#### Description générale

Affiche à la composition assez simple. Elle comporte l'illustration d'un personnage. Sur sa tête, les mots « Racist, Bigot, Sexist » sont lisibles, alors que le mot « President » est barré.

Dans le coin inférieur droit de l'affiche, nous pouvons y voir la signature du graphiste faite à la main.

L'arrière-plan de l'affiche est un fond uni neutre d'un gris pâle.

### Message plastique

Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	Absent, hors champ imaginaire
Cadrage	Moyen, éléments : équilibrés
Angle de prise de vue	Centré : équilibre
Choix de l'objectif	Moyen plan : centré
Composition	Verticale descendante gauche
Formes	Droites : rigides
Dimensions	Grandes
Couleurs	Noir
Éclairage	Dominant : clair
Texture	Tactile : traces de la main de l'artiste

### Message iconique

Signifiants iconiques	Signifiés
Personnage avec traits de Donald Trump	Personne visée

## Message linguistique

Texte	Fonction
« Racist, Bigot, Sexist »	Relais : Ce que l'artiste pense de la personne
« President » barré	Relais : Ce que l'artiste pense que la personne n'est pas

### Synthèse de l'analyse

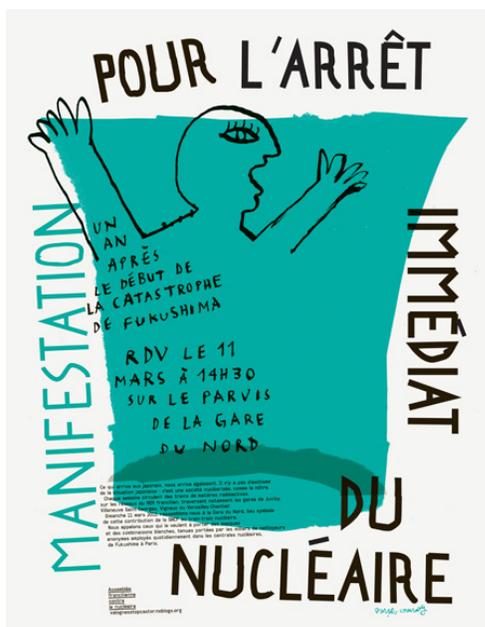
Cette affiche est une critique du président des États-Unis, Donald Trump, reconnaissable par sa chevelure, son nez et ses lèvres, même si le tout n'est qu'une illustration de profil en noir.

Les mots « Racist, Bigot, Sexist » sont des accusations directes contre Donald Trump. Le mot « President » barré démontre que le président est tout sauf un président aux yeux du graphiste. Cette affiche démontre par le choix des mots qui sont apposés, presque gravés sur le visage du personnage, une violente critique de la part du graphiste qui s'engage personnellement par l'action de critiquer ouvertement un président en poste. L'écriture manuelle est comme une signature, une trace des opinions de James Victore. Il crie haut et fort qu'être graphiste c'est aussi avoir et exprimer des opinions politiques.

### Méthodes de création extraites

Grosse typographie à la main, formes des gestes du graphiste

## Formes Vives, Manifestation pour l'arrêt immédiat du nucléaire, 2012.



Formes Vives, Manifestation pour l'arrêt immédiat du nucléaire, 2012.

### Contexte de diffusion

Affiche réalisée dans le cadre d'une manifestation de solidarité avec les victimes du nucléaire (un an après la catastrophe de Fukushima), ainsi qu'en opposition à cette industrie. Elle fut diffusée dans les rues aux yeux de tous, n'ayant pas un public cible en tête, simplement invitant les passants à y participer.

### Description générale

Au centre de l'affiche, nous retrouvons une masse turquoise, presque rectangulaire, qui occupe environ 75% de la masse de l'affiche. Dans le coin supérieur gauche se trouve une illustration d'un homme avec les bras dans les airs et ayant une expression d'exclamation.

En ce qui concerne la typographie, tout autour de l'affiche, nous voyons le titre et l'information principale : « Manifestation pour l'arrêt immédiat du nucléaire ». En dessous, à la gauche de l'illustration de l'homme, il y a les détails de la manifestation, soit « Un an après le début de la catastrophe de Fukushima. RDV le 11 mars à 14h30 sur le parvis de la gare du Nord ». Finalement, sous ces détails, nous retrouvons un texte informatif sur la situation au Japon.

Au bas de l'affiche, nous voyons dans le coin gauche le logo d'un commanditaire. Dans le coin droit, nous pouvons lire la signature du graphiste qui a réalisé l'affiche.

L'arrière-plan de l'affiche est d'un blanc pur.

### Message plastique

Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	Absent, hors champ imaginaire
Cadrage	Moyen, éléments : équilibrés
Angle de prise de vue	Centré : équilibre
Choix de l'objectif	Moyen plan : centré
Composition	Verticale descendante centrée
Formes	Droites : rigides
Dimensions	Moyennes
Couleurs	Dominante: turquoise
Éclairage	Dominant : clair
Texture	Tactile : traces de la main de l'artiste

### Message iconique

Signifiants iconiques	Signifiés
Masse turquoise en forme de silo	Usine nucléaire
Silo nucléaire renversé	Renversement de cette industrie
Homme	Expression : exclamation (importance, urgence)

## Message linguistique

Texte	Fonction
Pour l'arrêt immédiat du nucléaire	Relais : sujet
Un an après le début de la catastrophe de Fukushima	Relais : point temporel en relation à la manifestation
RDV le 11 mars à 14h30 sur le parvis de la gare du Nord	Relais : information sur la manifestation
Texte sur la situation au Japon	Relais : information supplémentaire sur la situation

### Synthèse de l'analyse

Cette affiche est un appel à la population pour le soutien d'une manifestation contre le nucléaire. Elle attire le regard des lecteurs par sa couleur vibrante et par sa composition équilibrée qui aide à la compréhension du message, même si la typographie est disposée de façon éclatée.

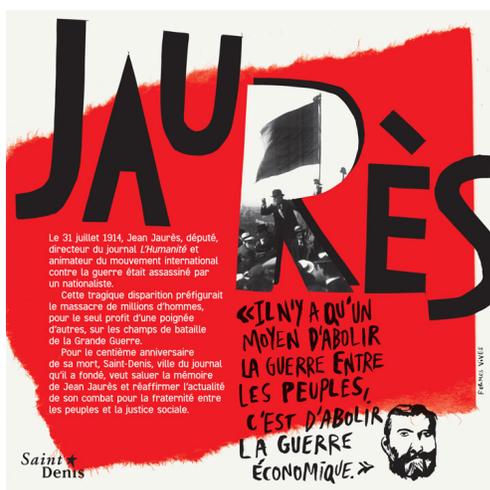
L'homme, les bras ouverts, symbolise l'humanité qui renverse le nucléaire qui est représentée par le silo de l'usine renversée. Son expression montre l'urgence d'agir, l'indignation, etc., mais appelle aussi au rassemblement de tous par la position de ces bras.

Toutes les formes semblent faites à la main par du découpage et du collage, impliquant un engagement corporel de la part du graphiste à faire passer son message.

### Méthodes de création extraites

Illustration, traces de pinceau, traits à la main, collage typographique, mélange de typographies numériques et à la main.

## Formes Vives, Jaurès, 2014.



Formes Vives, Jaurès, 2014.

### Contexte de diffusion

Affiche réalisée pour commémorer le 100<sup>e</sup> anniversaire de l'assassinat de Jean Jaurès, une figure importante de la gauche socialiste française. La mairie de Saint-Denis a commandé cette affiche au collectif.

### Description générale

Affiche assez complexe, elle comporte beaucoup de texte. Au haut de l'affiche, nous pouvons voir le dominant « Jaurès » qui contient une photo historique du personnage, drapeau révolutionnaire en main, à l'intérieur du R.

À la gauche, il y a un texte descriptif de l'événement de 1917 en blanc et numérique.

Dans le coin inférieur gauche se trouve le logo de la ville de Saint-Denis.

Dans le coin inférieur droit apparaît une illustration du personnage en question, ainsi qu'une citation écrite à la main.

L'arrière-plan comporte une bande rouge traversant du coin supérieur droit au coin inférieur gauche.

### Message plastique

Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	Absent, hors champ imaginaire
Cadrage	Petit, éléments : équilibrés
Angle de prise de vue	Centré : équilibre
Choix de l'objectif	Petit plan : centré
Composition	Verticale descendante gauche
Formes	Droites : rigides
Dimensions	Moyennes et petites
Couleurs	Rouge, chaudes
Éclairage	Dominant : clair
Texture	Tactile : traces de la main de l'artiste

### Message iconique

Signifiants iconiques	Signifiés
Photo historique de Jean Jaurès	Précision sur le personnage
Illustration de Jean Jaurès	Précise la citation
Bande rouge	Sang, drapeau déchiré

## Message linguistique

Texte	Fonction
Jaurès	Encrage : commémoration
Texte descriptif blanc	Encrage : description de l'événement
Citation à la main	Relais : citation du personnage

### Synthèse de l'analyse

Cette affiche est un appel à la commémoration du 100<sup>e</sup> anniversaire de l'assassinat de Jean Jaurès. Elle est placée sur la mairie de Saint-Denis. Elle attire le regard des passants par sa couleur rouge vibrante, en arrière-plan.

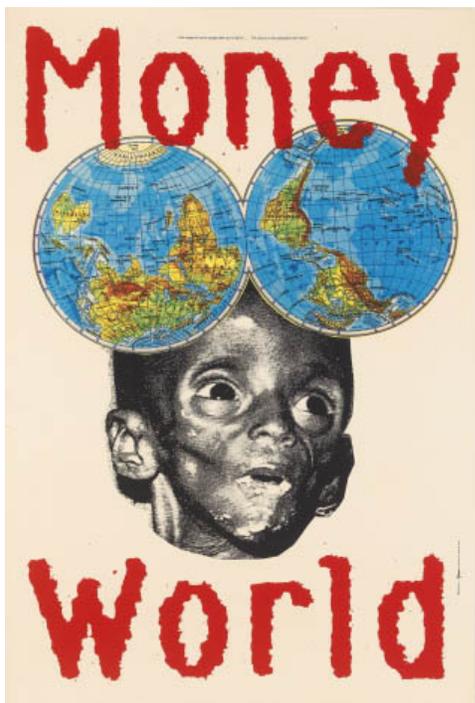
Les trois éléments représentant Jean Jaurès : « Jaurès », la photo où il tient un drapeau révolutionnaire dans le R et l'illustration de sa tête, démontrent qu'il s'agit d'un personnage important. Le tout est représenté par un collage photographique et illustratif.

Le texte descriptif et la citation précisent les circonstances de l'événement, ainsi que l'existence même de l'affiche. Ils servent également à faire réfléchir les passants sur les événements, qui ont influencé la politique française à travers son histoire.

### Méthodes de création extraites

Illustration, trace de pinceau, traits à la main, collage typographique, mélange de typographies numériques et à la main.

**Grapus (Gérard Paris-Clavel), Money World, 1989.**



*Grapus (Gérard Paris-Clavel), Money World, 1989.*

### Contexte de diffusion

Affiche créée en 1989 par Gérard Paris-Clavel (à l'époque toujours membre du collectif Grapus) pour dénoncer une vision du monde corporative, colonialiste et destructrice. Elle ne s'adresse pas à un public en particulier, mais elle est destinée à faire réagir et réfléchir le lecteur.

### Description générale

Au centre de l'affiche, nous pouvons voir le visage d'un jeune enfant africain émacié, regardant vers le coin supérieur droit de l'affiche ayant l'air hébété. Sur sa tête, nous y retrouvons deux globes terrestres inversés.

En haut de l'affiche, nous pouvons voir le mot « Money » et, au bas de l'affiche, le mot « World », qui semblent être faits à la main.

L'arrière-plan de l'affiche est uni, coloré d'un jaune très pâle.

### Message plastique

Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	Absent, hors champ imaginaire.
Cadrage	Moyen, éléments : équilibrés
Angle de prise de vue	Centré : équilibre
Choix de l'objectif	Moyen plan : centré
Composition	Verticale descendante centrée
Formes	Droites : rigides Rondes : douceur
Dimensions	Grandes
Couleurs	Dominante: chaudes
Éclairage	Dominant : clair
Texture	Tactile : traces de la main de l'artiste, collage photographique

### Message iconique

Signifiants iconiques	Signifiés
Visage de l'enfant africain émacié	Pauvreté, malnutrition, injustice
Regard de l'enfant	Innocence, joie
Deux globes terrestres sur la tête de l'enfant	Poids du monde sur cet enfant
Deux globes terrestres – Formes d'oreilles de Mickey	Infantile, immature
Deux globes terrestres - Inversés	Instabilité, désordre

## Message linguistique

Texte	Fonction
Money World	Encrage : motivation malsaine du monde

### Synthèse de l'analyse

Cette affiche est brutalement efficace pour passer son message.

Le visage de l'enfant africain au centre de l'affiche représente la victime des injustices de ce monde dont la seule motivation semble être l'argent. On y fait cette association par les mots « Money » et « World » qui l'écrasent comme un sandwich.

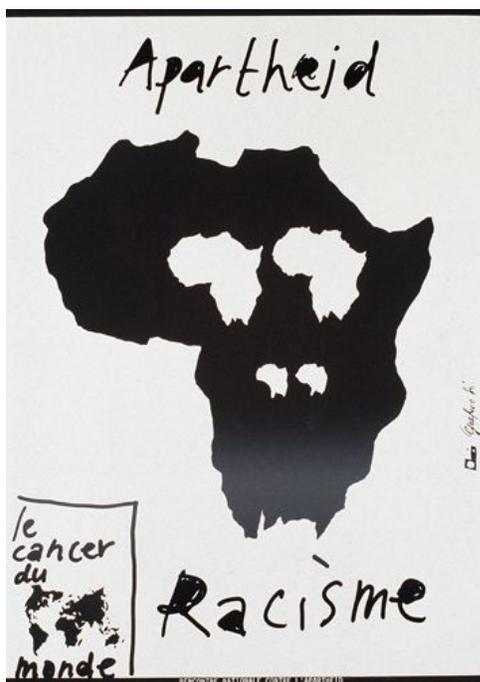
Les deux globes terrestres comportent une iconicité plus élevée. En premier lieu, ils sont regroupés et déposés sur la tête de l'enfant de façon à lui créer des oreilles de Mickey, la mascotte de Disney. Cet effet donne un aspect de produit à l'enfant. Ensuite, les globes sont inversés, démontrant une certaine instabilité dans ce monde qui ne tourne pas rond et où tout semble être à l'envers : les riches s'enrichissent et les pauvres s'appauvrissent.

Le montage est un mélange de collage photographique et de typographie à la main.

### Méthodes de création extraites

Collage photographique, couleurs frappantes, simplicité, brutalité, typographie à la main

**Grapus, Apartheid / Racisme, 1986.**



*Grapus, Apartheid / Racisme, 1986.*

### Contexte de diffusion

Affiche réalisée en 1986 pour dénoncer l'apartheid, un système de ségrégation en Afrique du Sud qui donnait plus de pouvoir à la minorité blanche et dont le leader, Nelson Mandela, était encore en prison à l'époque.

### Description générale

Affiche à la composition simple dont le centre est occupé par une figure ressemblant à une tête de mort noire. Les mots « Apartheid » et « Racisme », écrits à la main, sont situés en haut et en bas de l'illustration.

Dans le coin inférieur gauche, on trouve un encadré avec la phrase « le cancer du monde ». Entre le mot « du » et « monde », il y a une carte du monde illustrée grossièrement.

À la droite de l'affiche, nous pouvons y voir la signature du collectif.

### Message plastique

Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	Absent, hors champ imaginaire
Cadrage	Moyen, éléments : équilibrés
Angle de prise de vue	Centré : équilibre
Choix de l'objectif	Moyen plan : centré
Composition	Verticale descendante gauche
Formes	Droites : rigides
Dimensions	Grandes
Couleurs	Noir
Éclairage	Dominant : clair
Texture	Tactile : traces de la main de l'artiste

### Message iconique

Signifiants iconiques	Signifiés
Tête de mort en forme du continent africain	L'effet de l'apartheid sur l'Afrique
Carte du monde	Précision de la phrase

## Message linguistique

Texte	Fonction
Apartheid	Encrage : sujet de l'affiche
Racisme	Relais : ce qu'est l'apartheid
Le cancer du monde	Relais : critique de l'apartheid

### Synthèse de l'analyse

L'affiche est brutalement efficace dans sa simplicité. Elle critique sauvagement le système de l'apartheid en Afrique du Sud. On peut voir l'émotion à travers l'illustration et la typographie manuelle.

L'Afrique est symbolisée par une tête de mort. C'est la vision que le collectif exprime quant à l'effet de l'apartheid sur le continent et sa population. Une vision sombre, mais qui démontre qu'il y a un besoin urgent de changement. La phrase dans le coin inférieur gauche précise cette vision.

### Méthodes de création extraites

Grosse typographie à la main, formes des gestes du graphiste

**École de la Montagne Rouge, L'état sauvage, 2012.**



*École de la Montagne Rouge, L'état sauvage, 2012.*

**Contexte de diffusion**

Affiche réalisée en 2012 dans le cadre de manifestations du mouvement étudiant *Printemps érable*. Cette affiche a été produite en sérigraphie et était destinée à être donnée aux manifestants. Elle s'adresse au peuple québécois.

**Description générale**

Au centre de l'affiche, prenant presque toute la place, nous y voyons une autruche, dont les pattes et la tête sont blanches et le corps rouge. Elle entre sa tête dans le sol, qui compose le bas de l'affiche, ascendant vers la droite.

Sur le corps de l'autruche, les mots « L'état sauvage » y sont inscrits.

L'affiche n'a pas d'arrière-plan. Elle utilise la texture et la couleur du carton brut sur laquelle elle a été sérigraphiée.

### Message plastique

Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	Absent, hors champ imaginaire
Cadrage	Moyen, éléments : équilibrés
Angle de prise de vue	Centré : équilibre
Choix de l'objectif	Moyen plan : centré
Composition	Verticale, descendant du coin supérieur gauche au coin inférieur droit
Formes	Droites : rigides
Dimensions	Grandes
Couleurs	Dominante: rouge
Éclairage	Dominant : clair
Texture	Tactile : sérigraphie, imperfection

### Message iconique

Signifiants iconiques	Signifiés
Autruche	Animal sauvage
Corps de l'autruche en forme du Québec	Association de la province du Québec à l'animal
Tête de l'autruche dans le sol	Peur, idiotie

## Message linguistique

Texte	Fonction
L'état sauvage	Encrage : critique du Québec

### Synthèse de l'analyse

La composition de l'affiche est relativement simple et passe son message efficacement. Les auteurs traduisent littéralement un vieil adage qui dit que l'autruche met la tête dans le sable dès qu'elle se sent menacée. Basée sur un fond de vérité, l'idée est pourtant fausse. « Faire l'autruche » est une expression de la langue française qui traduit le fait qu'une personne refuse de faire face à la réalité.

L'autruche est un animal sauvage qui est souvent associé à la peur et à l'idiotie par l'action d'entrer sa tête dans le sol. Son corps est construit de façon à représenter la forme de la province du Québec et le gouvernement en place.

L'autruche est donc le Québec, le gouvernement libéral de 2012, qui refuse de dialoguer avec les étudiants en se cachant la tête pour ne rien voir ou entendre. Cette image reflète l'attitude générale du gouvernement à l'époque, ce qui mena à plusieurs jours de manifestation générale. Plutôt que de discuter avec l'opposition, le gouvernement décida de ne rien faire et d'éventuellement implanter des mesures d'austérité pour mettre fin aux manifestations.

### Méthodes de création extraites

Sérigraphie, couleurs vives, imperfections, traces de l'humain, découpage.

**École de la Montagne Rouge, Le combat est avenir, 2012.**

*École de la Montagne Rouge, Le combat est avenir, 2012.*

**Contexte de diffusion**

Affiche réalisée en 2012 dans le cadre des manifestations du mouvement étudiant « Printemps érable ». Cette affiche a été produite en sérigraphie et était destinée à être donnée aux manifestants. Elle s'adresse au peuple québécois.

**Description générale**

Au centre de l'affiche, il y a plusieurs vagues de différentes tailles. Les vagues sont blanches et leurs contours rouges.

Dans le bas de l'affiche, nous pouvons voir la phrase « le combat est avenir » en rouge.

L'affiche n'a pas d'arrière-plan. Elle utilise la texture et la couleur du matériel sur laquelle elle a été sérigraphiée.

### Message plastique

Signifiants plastiques	Signifiés
Cadre	Absent, hors champ imaginaire
Cadrage	Moyen, éléments : équilibrés
Angle de prise de vue	Centré : équilibre
Choix de l'objectif	Moyen plan : centré
Composition	Verticale, descendant du coin supérieur gauche au coin inférieur droit
Formes	Droites : rigides
Dimensions	Grandes
Couleurs	Dominante: rouge
Éclairage	Dominant : clair
Texture	Tactile : sérigraphie, imperfection

### Message iconique

Signifiants iconiques	Signifiés
Vagues de différentes tailles	Changement, effet grandissant ne pouvant être arrêté

## Message linguistique

Texte	Fonction
Le combat est avenir	Encrage : Message au gouvernement et jeu de mots double

### Synthèse de l'analyse

L'affiche symbolise le changement de courant dans la population québécoise, ainsi que les motivations des combats de 2012. C'est un effet qu'on ne peut arrêter, toujours grandissant comme un tsunami revendicatif.

« Le combat est avenir » a une signification double. Premièrement, c'est un message pour dire que le vrai combat n'est pas commencé et tout comme la vague, il croit et sera redoutable plus tard pour ceux en place qui n'auront pas su la prendre, à la manière d'un surfeur. Deuxièmement, il s'agit d'un jeu de mot pour dire que le combat est entre les mains de la jeunesse qui revendique une implication dans les choix de société, seule garante d'un avenir souhaité.

### Méthodes de création extraites

Sérigraphie, couleurs vives, imperfections, traces de l'humain, pinceau