

Lurelu

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



De l'importance d'être vu

Francine Sarrasin

Volume 34, Number 2, Fall 2011

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/64727ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association Lurelu

ISSN

0705-6567 (print)

1923-2330 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Sarrasin, F. (2011). De l'importance d'être vu. *Lurelu*, 34(2), 17–19.

LIRE
C'EST
GRANDIR

COMMUNICATION-JEUNESSE

De l'importance d'être vu

Francine Sarrasin

Exceptionnellement, ma chronique ne porte pas sur des illustrations de livres ou d'albums, mais bien sur des affiches conçues par des artistes qui font aussi de l'illustration du livre pour enfants. Ainsi, au grand jour, s'étaient sous nos yeux, traits, couleurs et formes qui font penser à autant d'albums illustrés. Ce relai est intéressant à plus d'un titre. L'affiche est peut-être de grand format, mais elle est encore plus éphémère que le livre : on l'expose aux grands vents, on la placarde sans ménagement, directement sur les murs. Elle voudrait rejoindre un public large et venu de partout. Créée la plupart du temps sur commande, elle a une orientation publicitaire : un peu comme une page couverture, elle doit attirer l'œil et produire un questionnement, un émerveillement... L'affiche dont il sera question ici a véritablement mission de passeur puisqu'elle oriente la perception vers un objet qui lui ressemble. Mais une affiche n'est pas qu'image. Le slogan qui lui est accolé est aussi porteur de sens. Il double son dynamisme. Comme pour le livre, le rapport entre le texte et l'image s'impose donc aussi dans l'affiche. Et il est d'autant plus fort que celles que j'ai choisi d'analyser font la promotion d'un organisme qui prône la lecture. Un hommage à Communication-Jeunesse pour ses quarante ans!

Lire c'est grandir

D'abord, il y a l'objet, la raison de l'affiche qui se décline chaque fois en termes actifs de «lire». Pour commencer, *Lire c'est grandir* de Darcia Labrosse. Le format vertical très marqué de cette affiche confirme l'effort qu'il faut faire pour la lire dans son entier. Notre œil doit balayer sa surface de bas en haut, en effectuant un geste qui ressemble à celui de grandir. Étrangement, l'accent n'est pas

mis sur la taille physique des animaux qui s'y trouvent confinés. Et plutôt que d'affirmer dans la hauteur sa grandeur de girafe, celle-ci se penche, souriante, vers le livre. Ce faisant, elle permet à toute une faune de petites bêtes installées sur son cou d'accéder aussi à la lecture. L'enfant jeune sera sensible à cette formulation doucement colorée où l'animal est doux, rond, chaud, agréable à regarder et, pourrait-on dire, à toucher. L'enfant jeune sera invité à grandir. La girafe y est donnée en exemple non par une stature imposante et dominante, mais par son geste de lire en dépit de tout ce qu'elle supporte et parce qu'elle favorise aussi la lecture des petits. La dimension pédagogique à peine camouflée se conjugue avec le plaisir de détailler les formes et les couleurs. De faire passer le message par la présence animale est aussi une bonne façon de rejoindre l'enfant jeune. Il est reconnu qu'il a souvent plus tendance à s'identifier à l'animal des images qu'à une représentation humaine. Le titre de l'affiche, noir sur blanc, prend place dans le quart supérieur de l'affiche. Il confirme le chemin que l'œil a parcouru en traversant l'image pour monter jusqu'à lui.



Lire c'est voyager

Dans l'affiche de Mireille Levert, *Lire c'est voyager*, il y a présence animale et présence humaine. Encore une fois, l'animal y est exploité comme adjuvant au thème suggéré. Il supporte deux jeunes lecteurs, habillés en vacanciers de croisière : le plaisir de la lecture se confondrait à celui du voyage. L'animal devient ici un véhicule très efficace! Il faut voir le mouvement des pattes, sous l'eau, et le fait que cette tortue arrive presque à toucher le bord droit de l'illustration. Un mouvement doux marqué aussi par l'ondulation des vagues au bas et par l'oblitération postale du haut. Il y a mouvement dans cette affiche, mais aussi tranquillité. En nageant, la tortue va bientôt atteindre son but et toucher la limite du cadre, mais l'image arrête l'histoire au centre de son univers, avec les deux petits personnages, assis, tout en rondeur et en teintes lumineuses. Un tel univers a quelque chose de sécurisant, même si la position des enfants sur le dos de la tortue peut laisser flotter quelque doute. Il y a lieu de se demander où l'image conduit ces petits lecteurs : sur la rive de l'image ou dans l'aventure de leur livre? Cette tortue ressemblerait à un socle de monument érigé au plaisir de la lecture. C'est aussi un peu le sens à donner à ce voyage...

Lire c'est pas sorcier!

Dans son affiche *Lire c'est pas sorcier!*, Doris Barrette s'inspire d'un événement que les enfants apprécient plus que tout : l'Halloween. Moment magique de dédoublement d'identité, de déguisement, de jeu de rôles. Dans une grande célébration, la rue appartient alors aux enfants et à leurs personnages. Mais l'affiche semble parler de l'Halloween avant la fête. Dans un registre de fébriles préparatifs. Le moment montré est celui où une petite sorcière cherche quelque chose dans son grand livre, une recette de potion magique peut-être. Les pages blanches



ainsi déployées occupent une bonne part de l'image, au bas, et semblent s'amuser des lettres un peu tordues du mot «Lire», dans le titre. Le fond de la scène est complètement bouché par ce décor de livres, par ce foyer. Il se comble aussi de toute la ménagerie qui entoure la sorcière. Comme spectateurs de la scène, on ne peut aller ailleurs que dans la proximité de ce personnage et de son immense livre. Mais il nous faut rester de ce côté-ci de la bande-titre qui fait barrière même si les couleurs chaudes de l'ensemble (brun roux et orangé) confirment, dans notre perception, l'effet de rapprochement. C'est comme si une invitation nous était lancée de participer aussi à sa recherche, et, à notre manière, de confirmer que Lire, après tout, ce n'est pas sorcier...

Lire c'est fou

Pas sorcier, mais un peu fou, surtout si l'on pense à l'affiche de Philippe Béha. L'artiste y compose, entre le mot et l'image, un subtil croisement de plaisirs. Il nous fait passer de l'expression «c'est fou» à l'image du fou du roi et permet que le spectateur s'amuse à poursuivre l'analogie. Le personnage qui s'agit au centre de l'affiche regarde en direction du mot «fou» qui est aussi son nom, écrit dans le titre. En plus, il pointe sa marotte vers le haut, dans la zone des mots. Il est rouge, d'un rouge tournoyant sur lui-même, comme une girouette. Il a mission de faire rire. Son costume trahit l'appartenance de ce fou du roi à l'histoire de royaumes d'autrefois, comme on en trouve dans les contes de fées. Mais ici, de quel roi s'agit-il? À qui ce fou est-il dévoué? Son sourire n'a rien de narquois, il semble tout simplement heureux d'être ainsi entouré de tous ces livres transformés pour l'occasion en miroir, en grelots-pendentifs, en patin, en instrument de musique. Le roi de ce fou serait justement papier, mots et image. On aura compris qu'il est le lien de tout cela, l'histoire dans le livre.

Je délire

Pour son affiche *Je délire*, Daniel Sylvestre utilise des techniques mixtes qui ont l'avantage d'offrir beaucoup de gratuité à la représentation. On y reconnaît des passages collés, d'autres peints, dessinés, superposés. Sur le fond vert, le personnage debout tient-il du loup, du diable ou simplement du geste de lire? Ce profil humain, placé en médaille, au centre de l'affiche, donne, par son traitement graphique, l'effet d'un imprimé. Une belle cohérence quand il s'agit de faire la promotion de la lecture! À regarder ce profil cerclé, on ne peut manquer de penser aussi à une pièce de monnaie. Seuls les grands de ce monde ont leur effigie frappée sur de telles pièces. Par cette présentation, le modèle serait donc glorifié et il le serait doublement si on reconnaît qu'il est coiffé d'une couronne de possibles lauriers. Le cercle ferait aussi effet d'auréole, mais sans le caractère sacré qu'on lui attribue d'habitude, car l'auréole se laisse ironiquement traverser de plumes et de cornes... Le geste de tenir le livre si haut dans l'espace, avec autant d'ostentation, agit en continu avec le tracé de la queue : c'est comme si, de la gauche vers la droite, la lecture rendait un peu fou! La présentation festive des serpentins disposés un peu partout dans l'affiche laisse assez de liberté pour que ce geste de lire se transforme en véritable délire!

Emporte un livre avec toi

Ce qui caractérise l'affiche de Stéphane Poulin, *Emporte un livre avec toi*, c'est son extrême dynamisme. Le cadre, le point de vue, la perspective, le choix chromatique : tout y est élan. On pourrait croire qu'on nous place, comme spectateurs de la scène, en sous-sol, devant une fenêtre. Par un curieux effet de synecdoque, le fait de couper le personnage et de montrer seulement ses jambes nous permet de l'imaginer très grand et aussi très près. Cette proximité

au spectateur se trouve aussi activée par la sortie du cadre au bas à droite, bien proche du slogan : *Emporte un livre avec toi*. Dans un tel mouvement, l'importance est donnée au tracé du chemin : l'escalier visible en bonne partie, le trottoir, la rue, mais aussi à l'action d'avancer avec énergie et rapidité : les chaussures en marche et le pas du pied droit qui semble être à l'origine du trait jaune menant au logo de Communication-Jeunesse. La structure de l'œuvre fait descendre le regard du haut à gauche vers le bas à droite : au chapitre de la perception, une telle oblique est une descente facile et parce qu'elle est plutôt aigüe, elle a de la vitesse. Il s'agit d'une affiche destinée à promouvoir la lecture chez les adolescents. Leur rendre les choses faciles, entrer dans leurs univers par l'identité vestimentaire, le quotidien du décor, les livres de la bibliothèque...

Êtes-vous livre ce soir?

Entre le mot «libre» (qu'on devrait lire) et le mot «livre» du slogan de l'affiche de Yayo *Êtes-vous livre ce soir?*, on peut entendre une allusion à l'origine colombienne de l'artiste. L'affiche, d'une grande sobriété, révèle une sorte de complicité entre le visuel et le sémantique. Faut-il destiner l'œuvre à un adolescent plutôt qu'à un jeune lecteur? On y décèle des références amusantes à des œuvres classiques comme *Roméo et Juliette*, l'opéra *Carmen*, un air célèbre... «La fleur que tu m'avais jetée...», très visible dans sa trajectoire entre les deux protagonistes, accentue le geste de la dame, à la fenêtre du livre, et celui de l'ardent chanteur. Le spectateur ne peut cependant ignorer que la guitare est électrique et laisse trainer un long fil, dans le vide... Si l'affiche a du romantisme, elle n'est pas dénuée d'humour! Le rire est familier chez cet illustrateur qui est aussi caricaturiste.

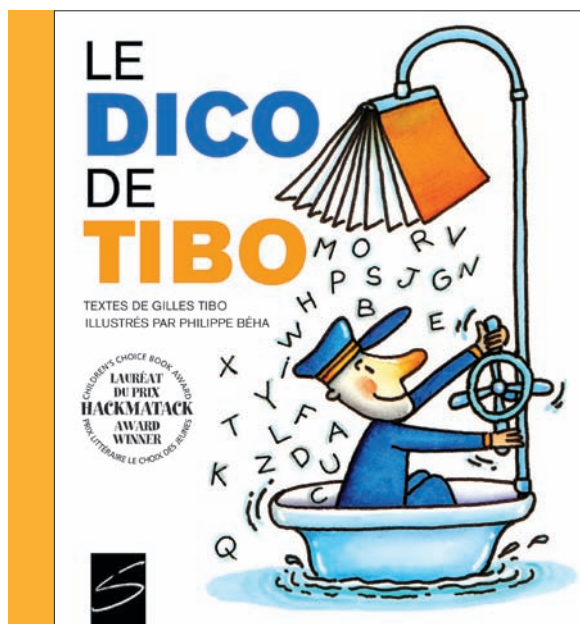


Une exposition : un hommage

Après le grand livre fermé de Yayo, et sa petite fenêtre habitée, voici un autre grand livre, ouvert celui-là et tout aussi habité. Ce n'est pas une affiche, mais bien la page couverture d'un ouvrage qui a célébré, il y a vingt ans, le travail des artistes de l'illustration et, d'une certaine manière, celui de Communication-Jeunesse. Plutôt qu'un slogan, un mandat avait été donné à l'illustrateur Pierre Pratt. Un mandat ouvert qui disait simplement que la littérature enfantine du Québec était à l'image de l'enfant : fantaisiste, fougueux, ardent, drôle, tendre, imaginaire... L'enfant imposait sa présence de plus en plus grande dans la littérature jeunesse de l'époque.

Devant la page couverture de *La griffe québécoise dans l'illustration du livre pour enfants*, nous sommes conviés à regarder quelqu'un qui regarde, ou mieux, qui se regarde. Dans un impressionnant effet de miroir, le dédoublement du regard annonce aussi un plaisir souriant, quelque chose de proche, une taquinerie... En tant que spectateur de cette page, nous n'avons pas vraiment accès au contenu du grand livre : nous ne pouvons qu'imaginer ce qui s'y trouve comme jeux de couleurs, de lumière, de mots... Et notre plaisir, parce qu'il n'est pas tout à fait précisé, s'en trouve du même coup augmenté. Le fond du décor se laisse facilement oublier au profit du petit garçon et de son livre qui occupent toute la place.

L'exposition et le catalogue *La griffe québécoise dans l'illustration du livre pour enfants* avaient un caractère officiel : les illustrations y étaient présentées comme les tableaux d'un musée et elles ont été analysées en tant qu'œuvres d'art. *La griffe québécoise* a été en 1991 un des premiers événements et documents d'importance à propos de l'illustration. J'ai eu le bonheur d'être l'auteur de cette fabuleuse expérience. À mon avis, les artistes de l'illustration d'ici qui continuent d'enrichir notre paysage culturel méritent cet hommage.



LE DICO DE TIBO Prix Hackmatack 2011

449 mots, 449 définitions loufoques, drôles et absurdes pour s'amuser et rigoler.

« Librairie : Endroit où l'on retrouve facilement *Le dico de Tibo.* »

112 pages / 16,95 \$ / tout en couleurs

S SOULIÈRES
ÉDITEUR
soulieresediteur.com

