

Quand l'image fait marque

Théâtres au programme, de Gilbert David et Sylvain Schryburt, CÉTUQ et Bibliothèque nationale du Québec, 64 p.

Jean-François Morissette

Number 186, September–October 2002

Théâtre sans mur, de Moncton à Vancouver

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/17996ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Spirale magazine culturel inc.

ISSN

0225-9044 (print)

1923-3213 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Morissette, J.-F. (2002). Quand l'image fait marque / *Théâtres au programme*, de Gilbert David et Sylvain Schryburt, CÉTUQ et Bibliothèque nationale du Québec, 64 p. *Spirale*, (186), 16–17.



QUAND L'IMAGE FAIT MARQUE

THÉÂTRES AU PROGRAMME de Gilbert David et Sylvain Schryburt
CÉTUQ et Bibliothèque nationale du Québec, 64 p.

DANS le cadre et le prolongement du colloque de la Société québécoise d'études théâtrales, *Théâtre québécois et franco-canadien au xx^e siècle*, se tenait à la Bibliothèque nationale du Québec l'exposition *Théâtres au programme*, la première du genre au Québec. Le catalogue de cette exposition est d'une qualité visuelle remarquable. Fruit d'une collaboration entre la Bibliothèque nationale du Québec et la Théâtrothèque du Centre d'études québécoises (CÉTUQ) de l'Université de Montréal, ce catalogue, rédigé par les commissaires de l'exposition, Gilbert David et Sylvain Schryburt, reproduit près de cent trente pages frontispices de programmes de représentations théâtrales (pour adultes et en français) ayant eu lieu à Montréal au cours du siècle dernier. Le programme que le spectateur reçoit avant une représentation, nous apprend-on dans l'avant-propos, fait son apparition dès le xvi^e siècle en France et s'apparente à une simple affiche. Cependant, ce n'est qu'au xix^e siècle, « avec l'avènement de la grande presse », qu'il prend l'allure que nous lui connaissons. En ce sens, la généralisation de l'usage du programme au théâtre s'effectue en même temps qu'apparaissent les métiers de metteur en scène et de critique dramatique, période au cours de laquelle l'espace public se « démocratise ». Dans ce contexte, l'homme de la foule qui cherche, l'instant d'une pièce, à se divertir silencieusement, reste anonyme et n'engage plus la discussion avec des étrangers, dans les cafés par exemple, comme cela était le cas dans l'espace public bourgeois. Document imprimé indiquant des informations relatives au spectacle, tels le titre de la pièce, les noms de l'auteur et du metteur en scène, la distribution, le lieu, la date, les commanditaires et les publicités, le programme contient parfois un résumé, des notices biographiques et même des entrevues. Il peut constituer un livret ou n'être qu'une feuille volante. Les auteurs l'envisagent ici en tant que lieu de la mémoire, ou encore comme l'empreinte d'une action passée.

Un discours d'escorte

Afin de faire « vivre » ou « parler » cette mémoire, l'ouvrage présente d'abord le programme en trois moments — définition, typologie, anatomie — pour ensuite nous transporter en deux temps dans l'histoire montréalaise du théâtre au xx^e siècle, avant et après 1948. « Véritable année charnière », 1948 symbolise en quelque sorte la

naissance d'une dramaturgie et d'un théâtre québécois (création de *Ti-coq*, fondation du Théâtre du Rideau Vert).

D'entrée de jeu, le programme est compris par les auteurs en tant que paratexte. Ce concept, que David et Schryburt empruntent à l'analyse littéraire, désigne « l'appareil éditorial qui accompagne la publication d'un texte littéraire : nom de l'auteur, titre(s), dédicace(s), notes, présentation de l'éditeur ». Le paratexte s'insinue donc entre l'œuvre et le récepteur ou, dans ce cas-ci, entre la scène et la salle, et constitue un lieu de transaction, c'est-à-dire un espace où l'on agit sur le public ou le lecteur en orientant la lecture, le regard ou l'écoute. Bref, les auteurs font un rapprochement entre le programme de théâtre et la préface d'une œuvre publiée car tous deux constituent des « discours d'escorte » se situant en périphérie du texte principal.

Dans l'ensemble, *Théâtres au programme* fait un examen descriptif de la réalité théâtrale montréalaise du xx^e siècle et souffre peut-être de ne pas émettre une interprétation générale de son objet. Ceci dit, force est de reconnaître que cet ouvrage, qui est d'abord un catalogue, aborde un champ peu exploré et, ce faisant, occupe une position de défricheur. Ainsi, malgré la minceur de l'ouvrage (seulement 64 pages), le lecteur y retrouve plusieurs pistes d'analyse et d'utiles informations. Par exemple, les auteurs précisent que le programme vient avant la représentation, qu'il est donné ou vendu, et qu'il façonne, ou tente de façonner (puisque ce ne sont pas tous les spectateurs qui le lisent) « l'horizon d'attente » du public. Le programme révèle non seulement ce qui détermine le travail des créateurs, leur vision, leurs préoccupations artistiques et sociales ou leurs motivations, mais il révèle également, à la manière du prologue, le lien qu'un théâtre entretient ou entend entretenir avec le public, voire même avec la société. Si on indique en quoi le contenu du programme rappelle la fonction jouée par le prologue et comment le programme porte « la marque d'époques successives et de divers modes de fonctionnement du théâtre », on passe cependant sous silence ce que marque justement l'avènement de la généralisation de l'usage du programme de théâtre, à savoir l'émergence d'une société dans laquelle les médias, qui prétendent rendre compte de la réalité telle qu'elle est, s'apprennent à jouer un rôle structurant. Au théâtre, malgré l'opposition d'un Lugné-Poe, le naturalisme fait régner la vraisemblance sur la scène. Le prologue, selon Patrice Pavis, étant « ressenti comme un encadrement

déréalisant la fiction théâtrale » tend à disparaître et cède son rôle au programme.

Théâtres au programme constitue une abondante source d'informations primaires pertinentes et précises. À cet égard, on doit souligner l'insertion dans le catalogue de huit planches en couleurs sur lesquelles près de cinquante pages couvertures de programmes sont reproduites, et dont le but est de mettre « en relief l'évolution du graphisme ». Par exemple, on retrouve le programme d'un spectacle de Sarah Bernhardt ayant eu lieu en 1916 au His Majesty Theatre et dans lequel La Divine interprétait des extraits de quelques pièces de répertoire, dont *La mort de Cléopâtre*, *Hécube* et *Le marchand de Venise*. Pots-pourris de textes tragiques et mélodramatiques, ce spectacle européen en tournée américaine est typique du théâtre « sérieux » d'avant 1930 à Montréal et peut être associé à la « Grande Culture » bourgeoise et classique. De plus, la photo en médaillon de la vedette au centre de la page couverture du programme évoque la conception moderne et bourgeoise du talent individuel.

Le règne de l'image

Dès les années 1930-1940, l'émergence d'un théâtre national populaire québécois, on le sait, se manifeste avec Gratin Gélinas et son personnage de Fridolin. Parallèlement, l'usage du dessin et du graphisme dans l'illustration des programmes « se manifeste avec éclat » et tend à se généraliser. À cet égard, *Fridolinons 39*, revue annuelle au « style mi-naïf mi-gouaillieur », est représentatif du théâtre populaire et comique de l'époque. Le dessin aux couleurs flamboyantes de Jacques Gagnier rappelle, quant à lui, les publicités américaines de produits de masse des années 1940-1950.

Les auteurs soulignent qu'à partir des années 1970, les différents théâtres usent d'un graphisme qui met en valeur le logotype de la compagnie. De même, l'utilisation généralisée de la photographie et du photomontage, précisent-ils, risque de confondre le programme avec un dépliant publicitaire dans lequel le nom de la compagnie fait figure d'un nom de marque. Enfin, David et Schryburt font remarquer que, depuis vingt ans, la plupart des théâtres produisent de la documentation promotionnelle « en série » (les affiches, les cartons d'invitation, les programmations saisonnières avec carte d'abonnement) qui vise à attirer ou à fidéliser le public. La rencontre entre des

intérêts artistiques et des intérêts commerciaux n'est cependant pas une réalité nouvelle et n'est pas nécessairement conflictuelle. Elle remonte au début du xx^e siècle (fin xix^e) et participe à la problématique plus large du rôle, voire du règne, de l'image et de la publicité dans l'espace public. En ce sens, les auteurs signalent

que le travail conjugué du Théâtre de Quat'sous (sous la direction de Wajdi Mouawad) et de l'agence de graphisme Orangetango marque un souci artistique quant à la conception visuelle des programmes; souci qui va de pair avec la qualité des textes des « programmes-livrets » du Quat'sous. D'un simple

coup d'œil, en effet, on reconnaît l'empreinte du Quat'sous lorsqu'on voit une de ses affiches; cela donne une image de marque, c'est-à-dire qu'on reconnaît la marque du Quat'sous dans l'espace public.

JEAN-FRANÇOIS MORISSETTE



L'heure éblouissante d'Anna Bonacci et Henri Jeanson, 1961

DR