

## L'art de l'illustration

Christian-Marie Pons

Volume 34, Number 138, March–Spring 1990

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/53773ac>

[See table of contents](#)

### Publisher(s)

La Société La Vie des Arts

### ISSN

0042-5435 (print)

1923-3183 (digital)

[Explore this journal](#)

### Cite this article

Pons, C.-M. (1990). L'art de l'illustration. *Vie des arts*, 34(138), 24–30.

# l'Art

DE

## L'ILLUSTRATION

Christian-Marie Pons



J.W. Stewart  
*Édifice*, 1987.  
Bois, papier végétal japonais, émail, transfert  
copie couleur; 67 x 34 x 34 cm.

**What is the use of a book without pictures?**

*(Lewis Carroll, Alice in Wonderland.)*

Intimement liée au domaine du livre, mais pas juste à lui, l'illustration est un vieux plaisir occidental toujours bien vivant. De l'enluminure aux techniques imprimables du bois gravé, de la maîtrise des transferts photographiques à l'invention des impressions laser, l'intention de faire image en parure de mots occupe de plus en plus, dit-on, une place prépondérante dans l'économie signifiante de notre société contemporaine. Des figures en quasi-mots des premiers ornements graphiques aux affiches d'aujourd'hui, les révolutions, finalement, qu'elles soient culturelles ou technologiques, servent l'imagerie plus qu'elles ne le perturbent.

Au Québec, notamment, le métier d'illustrateur est une pratique autonome aujourd'hui bien ancrée; l'illustration possède son salon annuel et son association<sup>1</sup>, dotée d'un registre professionnel d'environ trois cents membres parmi lesquels plusieurs s'imposent internationalement, tant pour avoir mérité prix et distinctions que parce que leurs services sont retenus par des entreprises étrangères, américaines, européennes, voire chinoises... Production d'une imagerie de qualité reconnue qui, croisée au hasard d'une revue, au détour d'un livre, au carrefour de nos rues, meuble quotidiennement notre panorama

visuel mais dont, curieusement, on ne parle guère hors des milieux qui la pratiquent.

Depuis quelques années, une certaine effervescence se produit dans le milieu de l'illustration d'ici; il se porte plutôt bien. La mise sur pied de l'association permet, entre autres, d'affronter avec force le dossier actuel concernant les droits d'auteurs et de favoriser les outils légaux nécessaires à la protection des œuvres et de leurs créateurs, ainsi que la publication annuelle d'un répertoire des illustrateurs québécois dont la fonction promotionnelle se révèle efficace. Constat d'une clientèle de mieux en mieux informée, et par

conséquent, plus réceptive aux propositions originales des graphistes et des illustrateurs. Bien que Montréal suffise à absorber un bon nombre des commandes, les illustrateurs sont amenés à prospecter outre-frontières, par le biais, principalement, de concours internationaux. Et, là encore, confrontée au reste du monde, l'illustration d'ici fait plutôt bonne figure. Forte du livre d'enfant, de l'éditorial, de l'affiche, on vit relativement bien de l'art d'illustration au Québec, peut-être beaucoup mieux qu'on ne peut vivre de l'Art tout court. Pour J.W. Stewart, cette opposition est claire: l'illustration est le gagne-pain qui lui permet une production personnelle (régulièrement exposée). Munis d'un D.E.C., Louise Marois et François Picard ont fondé leur PME (Lumbago), il y a huit ans; ils ont depuis deux employés à plein temps, et leur carnet de commandes ne faiblit pas, même l'été. A cheval entre la France et le Québec, en passant par Barcelone, Frédéric Eibner ne lésine pas non plus.

### Les contraintes d'une pratique

Il semblerait que le prix à payer pour cette relative aisance à vivre de son art soit justement le principe de la commande, de devoir ajuster son expression aux rigueurs d'un marché. En fait, cette réalité s'impose plus comme stimulant que comme contrainte: d'un côté, et de plus en plus, on laisse carte blanche à l'artiste pour exprimer le thème commandé (Lumbago a déjà plusieurs fois reçu le mandat laconique de «faire une affiche», sans autre charge); d'un autre côté, les illustrateurs conçoivent la requête du client comme une des contraintes matérielles inhérentes à la création, au même titre que le bois impose son fil au graveur. Il s'agit alors plutôt d'une fonction dy-

namisante, défi d'une solution originale à l'énoncé d'un problème, du même ordre que de peindre, pour Cézanne, une pomme *autrement*. Allégés, au moins en partie, du poids existentiel

d'un sujet à choisir, les illustrateurs concentreront le temps qu'on leur laisse à expérimenter formes et matériaux, à donner corps graphique aux idées: il est notable de constater leur gourmandise à concocter des cuisines visuelles à coup de recettes inventées, souvent peu orthodoxes mais généralement efficaces.

En revanche, et plus que l'exigence contractuelle de répondre à la demande d'un client, deux contraintes pèsent sur le travail des illustrateurs: le temps et le marbre. Du côté du temps, les délais de production d'une image sont toujours très brefs et l'échéance rigoureuse. C'est systématiquement sous la pression de l'urgence que l'artiste doit prévoir le concept visuel et le réaliser. L'inspiration doit répondre à l'appel: il n'est pas question, dans ce domaine, de l'attendre. Du côté du marbre, outre la standardisation des formats de travail liée à l'exigence de l'édition, la frustration régulière de voir sortir des rotatives une image affadie par sa reproduction d'abord



Frédéric Eibner  
Barcelona, 1989.  
Encres, acrylique, pastel et collage; 103 x 66 cm.  
(Photo Pierre Longtin)

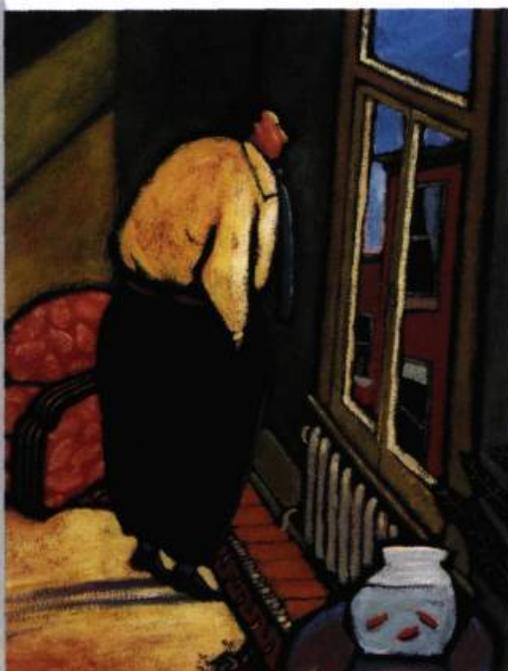
photographique, puis imprimée: textures et modelés sont laminés, les luminosités, rabattues, les couleurs ont tourné.

### Parler clair

Pour Frédéric Eibner, pour tant d'autres artistes aussi, l'illustration est avant tout dessin. Cette habileté à représenter (pas seulement le tracé d'une figure mondaine, mais tout processus de représentation des objets du monde, qu'il soit graphique, pictural...) a longtemps été une condition essentielle et géné-

rale à la reconnaissance du savoir-faire d'un artiste. Mais, hors du milieu des illustrateurs, il semble obsolète aujourd'hui d'évoquer la pratique du dessin (parce que concession aux formes de l'autre?). Contrairement aux syncrétismes de l'art contemporain, l'illustration a le devoir de « parler clair » (Lyotard). Objet de communication, elle doit se constituer en un espace de lecture transparent; il lui faut pour cela convoquer un vocabulaire partagé,

les dérives de l'art moderne et de sa désolidarisation de la figure -, celles aussi de l'illustration, particulièrement menacée dans sa fonction représentative. Certes, l'image mécanique s'est emparée directement d'une part non négligeable du marché de l'image. En revanche, elle apporte avec elle un ensemble d'outils dont les illustrateurs ont vite su tirer profit; en se libérant d'abord des seuls supports compatibles à la reproduction (des différentes



Pierre Pratt  
*Homme à la fenêtre*, 1989.  
Acrylique; 29 x 38 cm.



Jean-Marie Benoit  
*Le joueur*, 1989.  
Encre sur gesso; 20,5 x 20,5 cm.

consensuel; intégrer l'encyclopédie des icônes culturelles et bricoler avec elles des amalgames univoques.

«Le dessin a cessé d'être un commentaire de la parole; il est devenu par lui-même une évidence» (Francastel)<sup>2</sup>. Dans la mesure où l'image illustrative n'est plus cette soumission au mot, celle-ci se doit d'inventer, parfois de redécouvrir, une spécificité langagière: nombre d'illustrateurs nous en procurent l'exemple en détournant la convention d'un réalisme littéral par une vision (un imaginaire) éminemment figurale, se faisant, en fin de compte, gardiens et prospecteurs d'avenues autrement délaissées par les nouvelles esthétiques contemporaines.

La photographie, bien sûr, dès son apparition, est venue perturber les règles du jeu de la figuration: celles de la peinture en général - jusqu'à être un des arguments de son échappée vers

formes de gravure, de lithographie, à tous les supports possibles); en intégrant aussi l'élément photographique à leurs propres compositions graphiques (photomontage, collage, photo retouchée, trafiquée, rehaussée...). Le photocopieur est, aujourd'hui, un des instruments de base de bien des illustrateurs<sup>3</sup>. Enfin, la nécessité de produire un *prêt-à-photographier*, toujours sous couvert d'édition et lié au transfert obligé de l'original sur une plaque, va permettre aux artistes de convoquer un jeu de matières, de volumes, de textures et de techniques à partir des artefacts les plus disparates, qui se trouveront résorbés, homogénéisés, à l'étape du film (un exemple patent: les origami de Suzanne Duranseau pour le journal *La Presse*).

En cela seul, déjà, l'illustration trouve en la photo un partenaire complice des formes du monde et appréciable,

puisque l'illustration, faiseuse de langages visuels, est grande amatrice d'assemblages signifiants: d'où, par exemple, le pillage des figures classiques, sous la forme des nombreuses citations empruntées au patrimoine iconographique bien connu des lecteurs (les Michel-Ange, Vinci, Vermeer de Delf...), et réemployées sous couvert d'un joyeux iconoclasme, non sans une certaine subversion qui n'a pas toujours déplu à l'art de ce siècle. On pourrait ici rappeler l'emploi d'un dispositif semblable par Marcel Duchamp, dans la *Joconde moustachue* (LHOOQ), de 1919, quand il s'agit d'illustrer sa propre vision du regard esthétique.

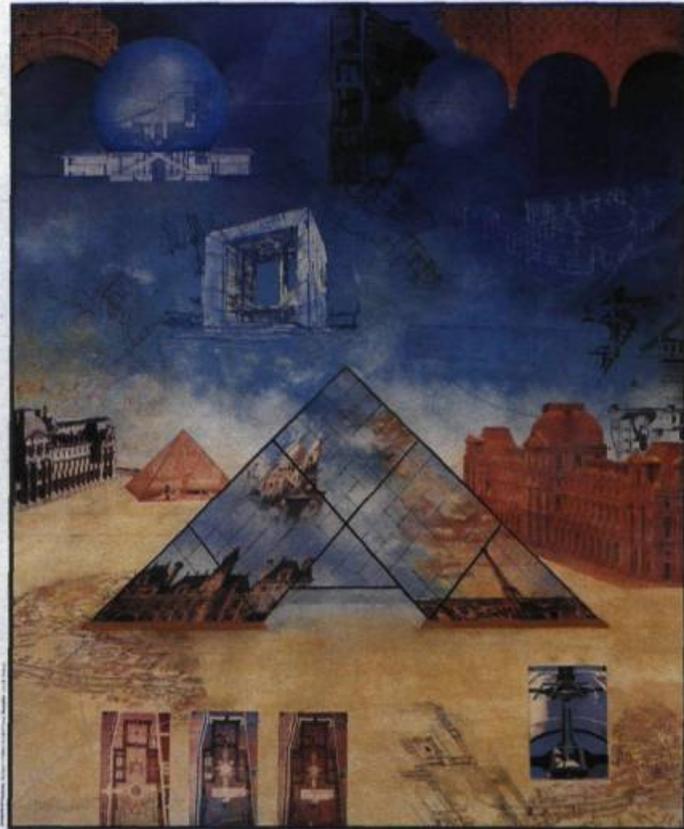
Et pourtant, convoquer Duchamp et sa Joconde comme renfort à «la classique cycliste» de Lumbago frise la profanation: le pastiche de Michel-Ange n'est pas du même ordre que le pastiche de Mona Lisa. Et pourquoi?

#### S'exposer à illustrer l'autre

Hormis une vigilante adaptation aux conditions culturelles et techniques, la fonction de l'illustration demeure dans le fond fidèle au principe des imagiers du 15<sup>e</sup> siècle: répondre, par un savoir-faire l'image, aux nécessités iconographiques d'une clientèle religieuse, princière ou commerçante. Rappelons simplement qu'à cette époque, l'art quel qu'il fut, reposait sur cette activité artisanale, et que toute pratique (indépendamment de ses qualités esthétiques) était celle d'un art de commande: aux scènes symboliques aux portraits, aux batailles, correspondait le mandat d'illustrer - rendre illustre - une idéologie dominante, un quelconque notable ou l'histoire édifiante. Ce n'est que beaucoup plus tard que les arts visuels - plus décisivement depuis la fin du siècle dernier - ont émancipé (au moins dans le principe) l'expression créatrice du lien contractuel initial («l'art pour l'art», comme définition d'une esthétique moderne) reportant tous les crédits sur la personne de l'artiste (sa signature) et sur l'objet de son expression<sup>4</sup>.

Clivage institutionnel (certains parlent de «schisme») des deux pratiques: l'une, l'illustration, reste liée aux contraintes du commerce et de la représentation du monde; l'autre, l'Art, revendique un droit d'exister par et pour elle-même. Et, bien que procédant de compétences analogues, l'illustration, comme activité artistique, reste indûment marquée d'un dédain certain au regard de l'art noble, dont la distribution passe dorénavant par l'espace réservé des galeries, des musées, des collections.

# P A R I S



# À MONTRÉAL

du 30 juillet au 30 octobre 1988



Palais de la Civilisation

Paris:  
Grands Projets  
1979-1989  
Architectures  
capitales

Organisé avec la collaboration de: GAZON - TITRE - VANPHEM - THALYON - 36 025 - RELAY PLUS 36 303 - Remerciements: ETJ 401

J.W. Stewart  
*Paris à Montréal*, 1988.  
Techniques mixtes; 93,5 x 69,5 cm.

De fait, du côté de l'art et de la galerie, l'illustration souffre souvent d'un manque étourdissant: celui de l'absence d'*original*, du monotype. Toujours destinée à être reproduite, multipliée, l'illustration initiale n'existe le plus souvent que sous la forme potentielle d'un bricolage technique adapté aux exigences de l'imprimerie (séparation de couleur, réduction, typographie en instance de photocomposition, voire maintenant l'immatérialité infographique d'un paquet de bits sur disquette). Objet de seconde génération sous la concurrence de ses propres multiples, il devient difficile de la réifier. De toute façon, son

et de la *Running Fence*. Quant au *copy-art*, d'emblée, il procède ainsi par définition.

Plus suspecte encore relativement à ses contenus, l'illustration, pour qu'elle soit bonne – c'est-à-dire fonctionnelle –, doit se faire la servante du propos qu'elle illustre (un paquet de lessive, le contenu d'un poème, la vulgarisation d'un système complexe, l'intérêt d'un spectacle, d'une exposition). C'est l'*autre* que l'illustration rend illustre, alors que l'œuvre d'art, elle, absorbe le regard et l'intention: opaque, l'œuvre est sa propre finalité; ce à quoi, occasionnellement, elle renvoie (une forme du monde, une idée) est relégué en



Frédéric Eibner  
Illustration tirée du calendrier  
d'Amnesty International 1989.  
Encres; 30 x 50 cm.  
(Photo Pierre Longtin)



Suzanne Duranceau  
Illustration d'une série de trois, produites par  
BCP Stratégie Créativité, pour la campagne  
du quotidien *La Presse*, en affichage extérieur.  
(Origami François Joly, Photo Luc Robitaille)

usage est temporaire; elle est objet de consommation. Dans sa prévalence sur l'*original*, la destination imprimée impose à l'œuvre d'illustration l'aplatissement des linotypes: textures, transparences ou modelés, nous le disions, sont rabattus aux seules dimensions du pointillage quadrichromique. Dans tous les sens, des valeurs se perdent. L'illustration a mauvaise presse. Dans le même temps, pourtant, c'est sur diapos qu'on décide de la qualité des productions pour attribuer des bourses aux artistes; c'est sur catalogue imprimé qu'on immortalise une exposition éphémère, ou, dans des revues comme celle-ci, elle aussi fruit des rotatives; c'est encore par le truchement du livre que s'érige le Musée imaginaire de Malraux; des impressions, c'est tout ce qu'il reste du *body-art* et de la performance, des *Anthropométries*

prétexte à faire l'œuvre. Il suffit (il est nécessaire) qu'un appareillage critique soutienne par un méta-discours le manque de transparence.

Reste la digression, sans doute la plus invoquée pour justifier le fossé: artiste-mercenaire, l'illustrateur, pour de l'argent, vend son art au service d'un autre. En tant que tel, déjà, cette adhésion avouée au mercantilisme semble impertinente...A tout cela, l'envie de replacer, point par point, une certaine définition valable aussi pour l'art contemporain: au circuit des agences, d'un client, d'un contrat, d'une publication et d'un cachet, évoquer celui des galeries, du conservateur, d'une exposition, d'un critique, d'une subvention...Et si l'artiste *de galerie*, se sent un temps, plus libre dans son expression, celle-ci n'en demeure pas moins soumise aux jeux d'un marché et de ses

modes, quoi qu'on veuille. Art et dollars (à moins de s'appeler Dali<sup>5</sup>) entretiennent aujourd'hui un rapport délictueux. Pour J.W. Stewart, une structure institutionnelle, incluant des organismes adjudicateurs, ou limitant le champ d'expression artistique au seul réseau des galeries et des musées, ne suffit plus, à elle seule, comme définition de «ce qui est valable» en matière d'art. Estimer les différentes pratiques possibles en fonction de leurs destinations (agence ou galerie, ...) en réservant à l'une d'entre elles la reconnaissance de l'Art entraîne une appréciation partielle, et restreinte, de l'art dans le champ des pratiques socio-culturelles. En raison de la disparité de ces pratiques actuelles, il serait nécessaire, selon lui, d'en redéfinir l'étendue par des critères autonomes au milieu lui-même et indépendamment des valeurs instituées. A la fois artiste de galerie chez Waddington & Gorce, rue Sherbrooke et illustrateur, Stewart, qui jouit par ailleurs d'une excellente réputation, fut d'abord plasticien. Ce dernier conçoit mal la distribution de son œuvre sous ces deux registres: la cimaise et le marbre. De nos jours, il est rare qu'un artiste, même subventionné, puisse vivre de son art. Un point de vue puriste voudrait que l'art soit un sacerdoce incompatible avec les intérêts promotionnels d'une chaîne de super-marchés.

Arts appliqués et arts plastiques, il fut une époque, déjà lointaine mais à laquelle on peut toujours se référer, où les deux mondes étaient confondus, conférant un statut socio-économique à l'artiste; il en fut une autre, plus récente, où les deux pratiques, alors distinctes, faisaient bon ménage: sans doute, parce que l'art, dans la dérive d'une modernité, échappait encore pour un temps aux carcans de l'officialisation (des *Chats* de Manet, aux avant-gardes russes). *Représenter* l'autre a toujours été une fonction de l'art; elle ne s'en est complètement dissociée que



Normand Cousineau  
Couverture de livre, Nelson Canada, 1989.



Lumbago  
*Blickpunkte*, 1989.  
 Collage. Affiche pour  
 l'exposition organisée  
 par le Musée d'art contemporain  
 et le Goethe-Institut de Montréal.

depuis que l'art a décidé de préférer le fait de s'illustrer lui-même. Juste retour des choses, peut-être, de rechercher alors, sur les murs du Musée d'art contemporain, le montage de Lumbago qui ne faisait qu'annoncer *Blickpunkte*. ■

1. L'Association des Illustrateurs et Illustratrices du Québec (AIIQ), depuis 1983.
2. Cette double fonction avancée par Pierre Francastel n'est pas que le fruit d'une évolution diachronique; à la première définition pourrait correspondre ce qui demeure aujourd'hui l'*illustration commerciale*, à la seconde, où l'image propose et non seulement supporte, nous rejoindrions l'*illustration éditoriale*. C'est cette dernière qui nous paraît digne d'être évoquée dans *Vie des Arts*.
3. Les gens de Lumbago ne se reconnaissent pas comme illustrateurs dans la seule mesure où ils ne fabriquent pas d'image ex nihilo; ils travaillent toujours à partir d'images empruntées (empreintées?) par le truchement photographique. Nous sommes conscients, en évoquant Lumbago, de toucher une limite de l'illustration en abordant le seuil du «design graphique» (cet autre aspect du langage visuel consistant à chorégraphier texte et image). Réalité d'un éventail-inventaire de l'illustration.
4. Par contre, bon nombre d'illustrations ne sont pas signées, mais plutôt authentifiées par le nom d'une agence; et il n'est pas rare qu'une illustration soit sanctionnée par un prix attribué au directeur artistique de la publication, et non à l'illustrateur.
5. ...et de vendre son image pour promouvoir quelque marque de chaussure, Bata, par exemple.