

ExpoDicos



– Le guide d'impression –

ExpoDicos

Typographie Hatton Semibold, par Pangram Pangram Studio
Pantone 7577 C












Combinaisons de couleurs acceptables







Logo

Le logo ne doit en aucun cas être modifié. La typographie, les couleurs et les agencements de couleurs doivent rester identiques à ceux du présent guide de normes graphiques.

– Normes graphiques –

								
Pantone 7577 C	Pantone 7485 C	Pantone 1797 C	Pantone 163 C	Pantone 876 C	Pantone 156 C	Pantone 5545 C	Pantone 489 C	Pantone 7499 C
C = 5,71 M = 60,52 J = 87,42 N = 0,41	C = 27,74 M = 0 J = 34,08 N = 0	C = 11,08 M = 92,32 J = 86,51 N = 2,16	C = 0 M = 47,03 J = 60,76 N = 0	C = 30,36 M = 53,48 J = 68,92 N = 27,47	C = 6 M = 24 J = 59 N = 0	C = 76,27 M = 35,4 J = 66,17 N = 24,98	C = 0 M = 30,9 J = 24,21 N = 0	C = 3,68 M = 7,8 J = 29,83 N = 0

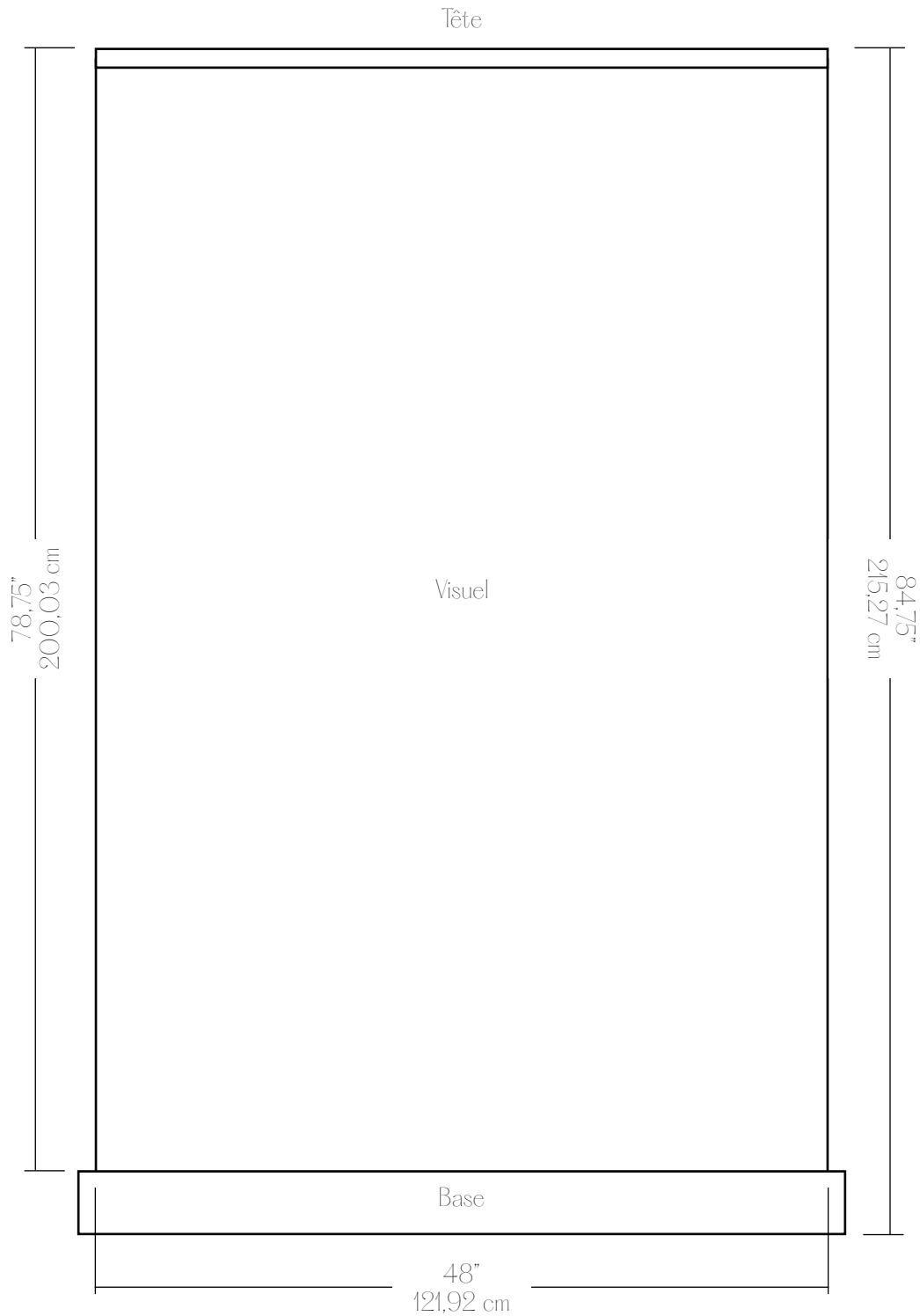
Couleurs principales

					
Pantone 578 C	Pantone 7499 C	Pantone 7751 C	Pantone Black 6 C	Pantone 7698 C	Pantone 479 C
C = 32,39 M = 6,81 J = 52,93 N = 0	C = 6,26 M = 5,63 J = 23,65 N = 0	C = 19,42 M = 24,52 J = 80,67 N = 4,77	C = 91,2 M = 78,7 J = 62 N = 97,4	C = 79,33 M = 56,32 J = 21,22 N = 5,16	C = 24,22 M = 47,86 J = 59,8 N = 14,83

Couleurs secondaires

Palette de couleurs

- Guide d'impression -



Visuel : 48" x 78,75" (121,92 cm x 200,03 cm)

Montage du visuel : 48" x 84,75" (121,92 cm x 215,27 cm)

(soit un ajout de 6" (15,24 cm) en bas de plus que le visuel final)

Impression sur film polyester opaque 8,5 mil

Dessin technique du montage d'une bannière

Égoportrait

Je francise, tu francises, il francise, nous francisons...

C'est bien connu, les Québécois et les Français n'entretiennent pas le même rapport avec la langue anglaise. En Amérique du Nord, le français est largement minoritaire et en concurrence constante avec l'anglais. Bien que les Québécois aillent une grande quantité d'anglicismes dans la langue familière, ils sont plus réfractaires à les employer dans la langue soignée.

À l'inverse, les Français considèrent l'anglais comme une langue de prestige et parlent volontiers d'anglicismes, alors qu'ils parlent relativement peu anglais dans leur quotidien.

Cette différence d'attitude explique que les anglicismes croissent beaucoup plus vite en France, comme attestent l'adjectif *francophone* ou l'adjectif *francophonie* introduits au Québec par les mots français *francophon* et *francophonie* d'ailleurs plutôt qu'en français.

Qui propose ces équivalents français?

En France comme au Québec, il existe des organismes officiels qui ont entre autres comme mission de lutter contre les anglicismes. En France, cet organisme est la Commission française de la langue française, alors qu'il s'agit au Québec de l'Office québécois de la langue française. Notons qu'à l'extérieur de France, seul le Québec s'est doté d'un tel organisme dans toute la francophonie.

Est-ce à dire que toutes les francisations proposées pour remplacer les anglicismes proviennent donc de ces deux organismes officiels? Non, car ce serait seigner au point important dans la défense de la langue, le public.

Voilà, certains mots français ont été introduits dans la langue par un individu ou une entreprise et adoptés par l'usage, et donc par la population. Prenons un mot qui nous servira de modèle, celui par lequel on désigne un anglicisme: *Motocycle*. Motocycle langoune au 19^e siècle, est un mot socialement très peu fréquent au Québec. Il est dit en 29^e siècle.

En 2013, le journaliste du Devoir, Fabien Deglise, utilise dans un de ses articles le mot égoportrait.

Deux ans plus tard, interrogé sur la question, il raconte pourquoi il ne pouvait se contenter ni de l'anglicisme ni d'une autre francisation déjà existante.

En 2013, le journaliste Fabien Deglise a utilisé le mot *égoportrait* dans un article du *Devoir*, mais seulement dans l'article qui est en français. Ce mot, en français, signifie un portrait que l'on fait de soi-même, et qui est souvent une œuvre d'art. En français, ce mot est très utilisé. En français, ce mot est très utilisé. En français, ce mot est très utilisé.

Le mot *égoportrait* a fait son entrée dans le *Petit Larousse* 2016 avec une description simple: *Portrait d'un personnage de traduction, qui indique seulement qu'il est utilisé au Québec et qui est son équivalent en France. Pour une description plus complète, il faut consulter le mot *selfie*.*

Le même mot, également utilisé dans le *Devoir*, a été utilisé dans l'article qui est en français. Ce mot, en français, signifie un portrait que l'on fait de soi-même, et qui est souvent une œuvre d'art. En français, ce mot est très utilisé. En français, ce mot est très utilisé.

Comparé aux descriptions présentes de *selfie* dans le *Devoir*, on constate que le mot *égoportrait* a été introduit au Québec par le mot *selfie* et à une époque où le mot *égoportrait* est très utilisé au Québec.

À partir de tels exemples, on peut conclure qu'au-delà du mandat de l'Office québécois de la langue française, la volonté des Québécois et des Québécoises de maintenir une langue française vivante s'exprime par leur créativité, depuis le 19^e siècle jusqu'à aujourd'hui.

Espodicos

Photo de référence

Égoportrait



Je francise, tu francises, il francise, nous francisons...

C'est bien connu, les Québécois et les Français s'entendent pas le mieux, surtout avec la langue anglaise. En Suisse du Nord, le français est largement majoritaire et en concurrence constante avec l'anglais. Bien que les Québécois aient une grande maîtrise d'anglais dans la langue familière, ils sont plus réticents à les employer dans la langue soignée.

À l'inverse, les Français considèrent l'anglais comme une langue de prestige et pensent volontiers une certaine langue administrative et publique d'anglaisness, alors qu'ils parlent relativement peu anglais dans leur quotidien.

Cette différence d'attitude explique que des anglicismes commencent à s'insérer en France, comme *affilié*. *Jeûte sévère* livre-t-on en anglais, mais plutôt remplacé au Québec par les mots français *jeûner*, *général* ou *généraliste* d'origine, ajoutés au *jeûner*.

Qui propose ces équivalents français?

En France comme au Québec, il existe des organismes officiels qui ont entre autres comme mission de contrôler les anglicismes, notamment en plus autres, qui proposent d'équivalents dans la langue française. En France, c'est l'organisme est la Commission internationale de la langue française, alors qu'il s'agit au Québec de l'Office québécois de la langue française. Notons qu'en France, seul le Québec s'est doté d'un organisme dans toute la francophonie.



Est-ce à dire que toutes les francisations proposées pour remplacer les anglicismes proviennent d'un de ces deux organismes officiels? Non, car ce serait négliger un facteur important dans la diffusion du français: le public.

Not certains mots français maintiennent leurs équivalents dans la langue soit été suggérés par un individu ou une entreprise et adoptés par usage, et donc par la population. Prenons en mot par exemple le mot *journaliste*, créé par le journaliste et avocat québécois Adolphe Langlois au 19^e siècle, ou au mot *sociobiologiquement*, créé par l'entreprise québécoise Harsco au 20^e siècle.

En 2013, le journaliste du *Devoir*, Fabien Deglise, utilise dans un de ses articles le mot *égoportrait*.

Deux ans plus tard, interrogé sur la question, il raconte pourquoi il ne pensait pas utiliser ni de l'anglais, ni de l'un ou l'autre des autres de l'équivalence.



Est-ce que le français avait remporté l'usage du mot, outre parce que l'anglais était proposé comme traduction française de ce mot qui ne semblait pas véritablement le mot qui avait le dimensionnement? L'usage français est plus récent, mais à priori le journaliste avait pour objectif de proposer des concepts culturels québécois - ce qui ne signifie pas, on entre personnel de concepts culturels québécois, qui ne sont véritablement que l'usage de l'usage. Mais j'ai pu me reconnaître quant à ce gros adjectif utilisé ce mot-là.

© Fabien Deglise 2013



Le mot *égoportrait* a fait son entrée dans le Petit Larousse illustré 2013, avec une description minimale digne d'un dictionnaire de l'anglais, qui indique seulement qu'il est utilisé au Québec et qu'il est son équivalent en France. Plus une description plus complète, il faut consulter le mot actif.

La même année, *égoportrait* apparaît aussi dans le Petit Robert, mais seulement dans le le mot qui est indiqué en français sous-entendu au Québec. En France, à l'usage comme à l'usage, en français familière comme en langue soignée, c'est l'anglais qui est utilisé.

Comparons ces descriptions provenant de dictionnaires français à celle d'un dictionnaire québécois, comme le dictionnaire *Le Petit*. On constate qu'on a droit ici à une présentation, à une étymologie, à une définition complète et à une citation prouvant que le mot *égoportrait* est bien employé au Québec.

ÉGOPORTRAIT au Québec, Suisse, ...

Le Petit Larousse illustré 2013 (2012) (2013)



© Petit Larousse de la langue française (2012) (2013)



Paris



À partir de tels exemples, on peut conclure qu'en-dehors du mandat de l'Office québécois de la langue française, la volonté des Québécois et des Québécoises de maintenir une langue française vivante s'exprime par leur créativité, depuis le 19^e siècle jusqu'à aujourd'hui.

ExpoDicos

Légende



Lignes de coupes



Fond perdu

Taille réelle: 48" x 78,75" (121,92 cm x 200,03 cm)
Taille incluant le fond perdu : 51" x 87,75" (129,54 cm x 222,89 cm)
Format: pdf
Résolution : 300 dpi (ppp)

– Guide d'impression –



Légende



Taille réelle: 12" x 18" (30,48 cm x 45,72 cm)

Taille incluant le fond perdu : 13" x 19" (33,03 cm x 48,26 cm)

Format: pdf

Résolution : 300 dpi (ppp)

Détails techniques du fichier d'impression de l'affiche

L'affiche ne doit en aucun cas être modifiée. La typographie, les couleurs, le format et le contenu (visuels et textes) doivent rester identiques à ceux du présent guide de normes graphiques ainsi qu'au fichier original soumis. Toutefois, à des fins de promotion et de localisation de l'exposition, il est possible d'ajouter un autocollant comprenant les informations nécessaires (date, lieu, etc.) dans le bas de l'affiche.

– Contact –

Nadine Vincent

nadine.vincent@usherbrooke.ca

Paméla Vachon

pamela.vachon@usherbrooke.ca



**Centre de recherche interuniversitaire sur le français en usage
au Québec**

crifuq@usherbrooke.ca