

# Phénoménal! Le « kodakisme »

Michel Lessard

Number 48, Winter 1997

La Belle Époque : les espoirs d'un siècle nouveau

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/8216ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Éditions Cap-aux-Diamants inc.

ISSN

0829-7983 (print)

1923-0923 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lessard, M. (1997). Phénoménal! Le « kodakisme ». *Cap-aux-Diamants*, (48), 26–29.

Phénoménal!

# Le «kodakisme»

par Michel Lessard

Le kodak est une invention de la Belle Époque. Dès le début du XX<sup>e</sup> siècle, la compagnie Kodak utilise savamment les pouvoirs magiques de la publicité pour mousser ses produits. La femme, telle une véritable prêtresse de l'art de la lumière, est sacrée gardienne de la mémoire domestique. (Archives de l'auteur).



a Belle Époque demeure une période de révolution technologique au Québec et dans tout le monde occidental. De grandes innovations telles que l'électricité, le téléphone, la voiture automobile et le tramway changent complètement les habitudes de vie des années 1900 et suscitent de nouveaux comportements socio-culturels. Ces années sont marquées entre autres, par la capacité maintenant donnée à chacun, de «mettre en boîte» le réel, de croquer tous les ins-

tants de la vie pour en faire des souvenirs émouvants.

«Vous pressez le bouton, nous faisons le reste!» avait lancé, en 1888, un Américain de Rochester, George Eastman (1854-1932). L'industriel homme d'affaires a en effet compris que la photographie, qui en moins de cinquante ans a conquis la planète, doit maintenant devenir un moyen populaire de création et d'expression. Depuis son origine, les courants en photographie convergent d'ailleurs vers cette accessibilité. Alors, faire de chacun l'auteur de ses propres œuvres appartient aux défis d'une industrie bien organisée. Le «Numéro un» de Kodak - nom original donné à l'entreprise la même année - apparaît sur le marché à peu près en même temps que des chercheurs annoncent la mise au point de moyens efficaces d'imprimer les clichés. À la fin du XIX<sup>e</sup> et au début du XX<sup>e</sup> siècle, à la Belle Époque donc, l'ère de l'image prend son élan. Aussitôt annoncés au Québec, les appareils Kodak et le «kodakisme» inscrivent la vallée du Saint-Laurent dans des temps nouveaux de création populaire.

## «Kodakisme»

«Kodaker» et «kodakisme» sont des mots employés à l'époque pour décrire l'action de photographier à l'aide d'un appareil facile à manier ou pour identifier un mouvement collectif de création photographique faisant de plus en plus d'adeptes. Dans son catalogue de 1892 intitulé *Illustrated Catalogue of Photographic Equipments, Chemicals, etc. for Amateurs and Professionals*, la maison J. E. Livernois - le grand studio implanté dans la capitale depuis 1854 et auquel on a ajouté un magasin d'accessoires en 1889 - offre des appareils Kodak A B C ordinaire ou *daylight*. Même le *Folding Kodak*, avec sa chambre noire accordéon en cuir fin, sur le marché depuis 1890, est en montre au magasin de Québec. Des listes de prix de vente ou de location apparaissent régulièrement dans la presse. Le film transparent en rouleau, lancé en 1889, ouvre des horizons nouveaux.

Les objectifs ultimes d'Eastman, la compagnie Kodak les rencontre en 1900 avec le lancement sur le marché du Brownie, le premier d'une longue série d'appareils du même nom. Pour un dollar, on obtient la boîte noire familière, légèrement rectangulaire et pour 15 cents, un rouleau de film. Le loisir photographique est à la portée







la définition de la photographie? Elle est par excellence le dessinateur magique et docile qui fixe à jamais, sur le verre ou sur le papier, le pittoresque du paysage, le charme intime d'une réunion familiale, les traits aimés de la femme ou de l'enfant; elle est en quelque sorte notre mémoire matérialisée. Elle peut même jouer et elle joue en fait, un rôle plus noble encore dans notre éducation esthétique : en nous apprenant à choisir nos sujets, elle nous invite à analyser ce qui en fait le charme ou la grâce, elle éveille en nous le sens du beau. Souvent aussi, un artiste inconscient de lui-même jusque-là, se révèle tout à coup, pour avoir compris qu'il y a dans l'essence intime des êtres et des choses, une puissance cachée

Dans la colonne de gauche, photo de George Eastman (1854-1932) de Rochester New York, l'inventeur du kodak, au début de la trentaine. (Archives de l'auteur).

de toutes les bourses. La compagnie de Rochester, divisée en plusieurs succursales nationales, et d'autres firmes moins «affichées» iront dans le même sens en mettant au point des dizaines de modèles faciles de manipulation.

Pour montrer la simplicité du geste, dès la Belle Époque mais aussi plus tard dans les années folles, la compagnie entreprend à l'échelle occidentale de vastes campagnes publicitaires dans les périodiques en mettant l'accent sur les capacités de l'enfant ou de la femme à manipuler l'appareil. À partir de ce moment, la maîtresse de maison devient responsable de la mémoire visuelle du couple et de la famille, gardienne de l'album domestique.

### «Kodaker»

Dès le début, le loisir photographique dépasse la simple cueillette de souvenirs. Plusieurs types d'appareils photo offerts par la compagnie Kodak sont conçus pour une prise de vue artistique, et «Kodaker» devient une initiation à la beauté. Dans son catalogue de 1911, la maison Livernois définit assez bien la photographie. «Kodak, le meilleur passe-temps :

«C'est assurément un lieu commun banal mais éternellement vrai de constater que, pour nous tous, le plaisir, l'amusement, consistent simplement à changer le cours habituel de nos travaux, de nos préoccupations, à mettre une note d'imprévu ou de variété dans notre existence, en un mot à trouver une forme d'activité nouvelle, mais surtout volontaire et libre. [...] Mais n'est-ce pas là



que nous appelons «beau». La photographie sera pour lui le moyen d'expression auquel il pourra — sans l'aide du crayon et du pinceau qu'il ignore sans doute — traduire sa compréhension particulière de la nature, en obtenir non une copie, mais une interprétation personnelle.»

### «Monsieur Kodak»

George Eastman est sans doute la figure la plus importante dans l'éducation du regard en Occident. L'impact du personnage est tel que, dans le langage populaire, le mot Kodak est synonyme d'appareil photo. Son histoire est un conte de fée à l'américaine dont l'essentiel va se dérouler à Rochester dans l'État de New York, sur la rive

Avec le kodak, on photographie d'abord sa famille et les gens pour qui on a de la tendresse, dans leur quotidien. Comme ailleurs dans le monde, les Québécois amorcent le vaste chantier d'un album national de famille composé d'instantanés de toutes les occasions. Photo d'un amateur inconnu, tirée sur la Terrasse Dufferin, vers 1908. (Collection Yves Beauregard).







Après 1900, l'appareil photographique populaire croque toutes les activités de la vie individuelle et collective. Ici, une séance de patinage à Shawinigan en 1911. Cliché d'un amateur inconnu sur une carte postale photographique. (Collection Yves Beaugard).

sud du lac Ontario, en face de Toronto. Devenu orphelin de père à l'âge de 8 ans, il se fait messager pour une compagnie d'assurances à 3 \$ par semaine, même si sa mère, pour survivre, transforme la maison de famille en pension. Prévoyant et économe, notant dans un calepin la moindre dépense, il consacre ses temps libres à étudier la comptabilité. À 20 ans, la Rochester Saving Bank l'engage comme caissier.

Après avoir industrialisé la production de plaques de négatif toutes prêtes, il propose la pellicule souple en rouleau. Puis, en 1888, il aborde le marché de l'appareil en brevetant son Kodak n° 1. Eastman choisit ce nom parce qu'il veut lancer un mot nouveau, accrocheur et facile à retenir dans toutes les langues. La petite boîte noire du Kodak n° 1 contient un rouleau de film de 100 images. Une fois la pellicule utilisée, l'appareil est retourné à

En 1877, à 23 ans, la préparation d'un voyage aux Caraïbes l'amène à prévoir l'achat d'un appareil photo. Mais la technique photographique de l'époque utilise comme négatifs des plaques de verre qu'on doit sensibiliser avant la prise de vue et qu'il faut développer aussitôt que le cliché est fait. Photographier à l'extérieur oblige donc à transporter un véritable laboratoire, sans parler du lourd trépied et d'un appareil encombrant. Eastman découvre le côté magique du loisir photographique et en entrevoit le potentiel commercial, à condition que son procédé soit simplifié.

En 1900, Kodak lance la série des célèbres Brownies, les boîtes à photo conquérant les masses populaires «Vous pressez le bouton, nous faisons le reste», affirme la publicité. Le Brownie emprunte son nom à des personnages célèbres de l'époque créés par Palmer Cox de Granby au Québec. (Archives de l'auteur).

**LES "BROWNIE" KODAKS**  
 Fonctionnement démontré en Quelques Minutes. GRATUITEMENT.  
 SE CHARGENT EN PLEIN JOUR.  
 Un Enfant peut faire des Jolies Photographies avec un Brownie



la manufacture où, pour 10 \$, on imprime les 100 clichés et on recharge le Kodak. Pour Rochester, c'est le début d'une grande aventure industrielle.



En 1900, un coup de maître : le Brownie. Des centaines de milliers d'amateurs se procurent la nouveauté destinée à toutes sortes de jeux magiques. Eastman emprunte à un dessinateur de Granby, au Québec, un certain Palmer Cox, le nom de ses personnages de bandes dessinées. Les Brownies sont déjà célèbres aux États-Unis (voir l'article dans ce numéro). L'année suivante, 90 pour cent du film vendu dans le monde entier provient des usines de Rochester. George Eastman devient millionnaire et poursuit son ascension en acquérant tous les brevets qui peuvent améliorer ses produits. Célibataire endurci, homme d'une grande simplicité, il construit en banlieue de Rochester un château de 37 pièces pour y loger sa mère qu'il hérite tant.

Eastman demeure avant tout un homme d'affaires intelligent et intuitif. Quatre principes avant-gardistes guident sa démarche : production de masse pour réduire les prix, marché à l'échelle mondiale, publicité permanente, satisfaction constante des besoins du grand public. Henry Ford reconnaît d'ailleurs que, dans l'industrialisation de ses fameux modèles T, il s'est inspiré des méthodes de production à la chaîne et de commercialisation de son ami Eastman.

Après le décès de sa mère en 1907, Eastman passe les 25 dernières années de sa vie seul dans son château, recevant épisodiquement de rares amis et... ses employés. Fait troublant dans l'histoire du capitalisme américain, en 1919, il remet gracieusement à son personnel le tiers de ses actions en Bourse, soit plus de 10 millions de dollars. Fonds de pension, assurance-salaire, assurance-maladie sont autant de mesures socia-

les qu'il applique dans son entreprise, en précurseur. Philanthrope célèbre, M. Kodak distribue de son vivant plus de 100 millions de dollars à différents organismes, dont 20 millions au Massachusetts Institute of Technology. La recherche en art dentaire profite de ses largesses et Rochester lui doit un hôpital célèbre dans le monde, un théâtre, un

Le Brownie de Kodak dans sa boîte d'origine. Destiné aux enfants, l'appareil vendu un dollar était ensuite chargé d'un rouleau de 8 poses offert à 15 cents. (Collection de l'auteur).

orchestre symphonique et, quoi encore?

À la fin de la soixantaine, une maladie de la moelle épinière le fait de plus en plus souffrir. Ses derniers moments racontés par ses biographes témoignent bien de la force de caractère de l'individu. Le 14 mars 1932, il signe ses dernières volontés dans sa chambre à coucher. Il prend une Lucky Strike dans son beau porte-cigarettes noir et or. Puis, sur une feuille de papier jaune lignée, il rédige à l'encre un court billet. Le scénario est tellement mécanique, tellement précis qu'on croirait qu'il a été maintes fois répété. Après avoir éteint sa cigarette et refermé sa plume, il enlève ses verres, retire le bonnet qu'il a l'habitude de porter dans l'intimité, s'étend sur le lit, dépose une serviette imbibée d'eau tiède sur sa poitrine pour prévenir les brûlures de poudre et se tire une balle en plein cœur avec un Luger automatique.

La note placée sur une table de chevet près du panier à couture de sa mère dit : «À mes amis. Ma tâche est accomplie. Pourquoi attendre? G. E.» Un instantané parmi d'autres. ♦

**Michel Lessard** est ethno-historien et professeur à l'Université du Québec à Montréal.

**LISTE DES  
KODAKS  
A LOUER**

— PAR LA —

**Maison Livernois**

—

**KODAK No 1**  
Pouvant 100 portraits sans être rechargé.

—

**KODAK No 2**  
Pouvant 60 portraits sans être rechargé.

—

**NEW MODEL**  
de la Rochester Optical Company.

—

**CHAMPION**  
d'Anthony, New-York.

—

**DETECTIVE**  
pour l'instantané.

—

Tous ces Kodaks se louent à raison de  
Par jour..... 25 cents  
Pour une semaine..... 150 par jour  
Pour un mois..... 150 par jour  
8 juillet 1893—

Dès son apparition, le «kodakisme» suscite un tel engouement que les magasins spécialisés en photographie offrent des appareils en location. Ici, une publicité tirée de *Le Canadien*, 8 juillet 1893, annonçant les tarifs de location de kodak à la célèbre Maison Livernois, le grand studio de la capitale. (Archives de l'auteur).