

INFORMATION TO USERS

This manuscript has been reproduced from the microfilm master. UMI films the text directly from the original or copy submitted. Thus, some thesis and dissertation copies are in typewriter face, while others may be from any type of computer printer.

The quality of this reproduction is dependent upon the quality of the copy submitted. Broken or indistinct print, colored or poor quality illustrations and photographs, print bleedthrough, substandard margins, and improper alignment can adversely affect reproduction.

In the unlikely event that the author did not send UMI a complete manuscript and there are missing pages, these will be noted. Also, if unauthorized copyright material had to be removed, a note will indicate the deletion.

Oversize materials (e.g., maps, drawings, charts) are reproduced by sectioning the original, beginning at the upper left-hand corner and continuing from left to right in equal sections with small overlaps.

Photographs included in the original manuscript have been reproduced xerographically in this copy. Higher quality 6" x 9" black and white photographic prints are available for any photographs or illustrations appearing in this copy for an additional charge. Contact UMI directly to order.

Bell & Howell Information and Learning
300 North Zeeb Road, Ann Arbor, MI 48106-1346 USA
800-521-0600

UMI[®]

Un millénaire d'histoire canadienne pour une «poignée de 30 sous»:
commémoration de la nation par le biais du concours «Faites Centsation!»

Marie-Hélène Dubé

Thèse

présentée

au

Département de Communication

Comme exigence partielle en vue de l'obtention du grade
Maîtrise ès Arts
Université Concordia
Montréal, Québec, Canada

Septembre 2000

© Marie-Hélène Dubé, 2000



National Library
of Canada

Acquisitions and
Bibliographic Services

395 Wellington Street
Ottawa ON K1A 0N4
Canada

Bibliothèque nationale
du Canada

Acquisitions et
services bibliographiques

395, rue Wellington
Ottawa ON K1A 0N4
Canada

Your file Votre référence

Our file Notre référence

The author has granted a non-exclusive licence allowing the National Library of Canada to reproduce, loan, distribute or sell copies of this thesis in microform, paper or electronic formats.

The author retains ownership of the copyright in this thesis. Neither the thesis nor substantial extracts from it may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

L'auteur a accordé une licence non exclusive permettant à la Bibliothèque nationale du Canada de reproduire, prêter, distribuer ou vendre des copies de cette thèse sous la forme de microfiche/film, de reproduction sur papier ou sur format électronique.

L'auteur conserve la propriété du droit d'auteur qui protège cette thèse. Ni la thèse ni des extraits substantiels de celle-ci ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans son autorisation.

0-612-54261-0

Canada

RÉSUMÉ

Un millénaire d'histoire canadienne pour une « poignée de 30 sous » : commémoration de la nation par le biais du concours « Faites Centsation! »

Marie-Hélène Dubé

Pour souligner le passage au nouveau millénaire, la Monnaie royale canadienne a lancé le concours de design de monnaie « Faites Centsation! »; une initiative qui a mené à la production et à la diffusion de deux séries de pièces commémoratives de circulation, dont une, émise en 1999, axée sur le passé de la nation.

La commémoration est un outil promotionnel, politique, au service de l'État. Entre ses griffes, le passé de la nation est remanié en fonction des intentions de son producteur, mais également en fonction des préoccupations et des valeurs entretenues par ce dernier. Une commémoration du passé se doit donc d'être lue, non pas comme une juste représentation du passé qu'elle souligne, mais bien comme un texte révélateur des aspirations et des intérêts bien contemporains de son créateur. Ce mémoire propose donc l'étude de « Faites Centsation! » à titre de projet commémoratif national et également l'étude du message spécifique dont sont ornées les pièces de 1999. Alors qu'ils sont présentés comme le résumé des derniers mille ans de la nation, les designs frappés sur les pièces de 1999 doivent plutôt être analysés comme le portrait déguisé de la vision idéalisée de la nation chérie par l'État en ce début de XXI^e siècle.

Au fil d'analyses de la structure du concours et de son produit final, j'établis ce portrait utopique de la nation; vision diffusée partout au pays grâce à un médium dont on réalise que trop peu le potentiel de distribution de contenu symbolique : la monnaie nationale.

REMERCIEMENTS

À tous ceux qui ont enduré mes sautes d'humeur, mes crises d'angoisse et mes attaques de « je ne serai jamais capable » des deux dernières années... cette page est à vous... juste pour vous dire un gros merci!

Les mercis officiels – mais tout de même sincères – à ma directrice de thèse, D^r Chantal Nadeau, conseillère, amateur de cossins nationalistes kitsch... mais surtout là pour brasser la cage et me remettre sur le bon chemin! Merci aussi au D^r Kim Sawchuk et au D^r Willam Buxton, également membres de mon comité de soutenance.

D'énormes, de gigantesques, mercis adressés à ma maman, Francine, et à mon amoureux, Patrice, qui ont été les deux personnes à souffrir le plus fréquemment mes « petites » colères et mes « petites » déprimés. C'est à eux surtout que je dois la « grande » joie d'avoir fini ce fichu mémoire! Je vous aime... merci énormément d'avoir cru en moi et de m'avoir répété, fois après fois, que je n'avais pas à douter de ce dont j'étais capable!

Je désire également remercier Mesdames Diane Plouffe-Reardon et Micheline Sabourin ainsi que Monsieur Pierre Morin de la Monnaie royale canadienne. Un gros merci également à Nathalie Fortier de chez Cossette. Votre collaboration a été grandement appréciée! Un merci tout spécial également à Madame Rona et Monsieur Robert Davis qui, grâce à la bourse d'études qu'ils m'ont offerte, m'ont permis de ne pas trop m'inquiéter quant à mon budget de recherche et de photocopies!

Rebecca, ma grande sœur Julie ainsi que tous les membres de « l'équipe tactique »... merci pour le support moral. Vous vous êtes toujours intéressées à ce que je faisais et je vous en suis reconnaissante. Maintenant, soyez sans crainte, je vais arrêter de collectionner de la propagande fédérale et je vais recommencer à jaser comme une personne normale!

Finalement, à tous ceux à qui j'ai dérobé des 25 cents du millénaire, histoire de me submerger dans mon sujet de recherche... je vous dois de gros mercis... et d'importantes sommes d'argent!

P.-S. : J'AI FINI ! « Now... it's off to the real world! » Sniff... finies les siestes en plein après-midi!

Au caribou canadien

qui, pendant deux ans, a cédé sa place à de nouveaux symboles... histoire de me laisser le temps d'écrire un mémoire. Bravo, caribou... même le fidèle Castor Canadensis n'aurait pas été capable de tant d'humilité!

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

Représentation et promotion	p. 1
A. Stratégie de vente	p. 4
B. Matérialisation de la commémoration : la nation mise en images	p. 5
C. Squelette du mémoire	p. 8

CHAPITRE UN

Commémoration du présent sous le couvert d'une célébration du passé	p. 12
1.1 Canadiens, Canadiennes... à vos crayons!	p. 13
1.2 Médium de diffusion du patrimoine	p. 16
1.3 Matérialisation omniprésente du souvenir	p. 19
1.4 Technique de vente pour nation à la recherche de patriotes	p. 22
1.5 L'avenir du passé... tout dépend du présent	p. 26
1.6 Au service de la mémoire et de l'identité nationales	p. 29

CHAPITRE DEUX

Les dessous de « Faites Centsation! »	p. 34
2.1 Contremaître national en charge de la construction	p. 34
2.2 Petit ministère au grand mandat	p. 38
2.3 La mission que l'État s'est donnée	p. 42
2.4 Outil de diffusion à grande échelle	p. 45
2.5 Symboles nationaux recherchent créateurs	p. 51
2.6 L'important ce n'est pas de gagner... mais de participer	p. 55
2.7 La chasse au patrimoine	p. 60

TABLE DES MATIÈRES (SUITE)

CHAPITRE TROIS

Nation idéalisée frappée dans le métal _____ p. 63

3.1 Fonction éducative des symboles de la nation _____ p. 66

3.2 Et les gagnants sont... _____ p. 69

3.3 Lecture officielle des symboles _____ p. 75

3.4 Un pour tous et tous pour un _____ p. 79

3.5 Racines anciennes d'une définition contemporaine
de la nation _____ p. 83

CONCLUSION

Les « gros sous » de la commémoration _____ p. 89

BIBLIOGRAPHIE _____ p. 96

INTRODUCTION

Représentation et promotion

C'est vêtus du rouge et du blanc de la nation, portant t-shirts, chapeaux et menus articles tous frappés d'une feuille d'érable, que de nombreux jeunes Canadiens ont salué le premier printemps du troisième millénaire. Assistions-nous enfin à l'expression sans borne d'un patriotisme longtemps refoulé, résultat d'une campagne de promotion efficace de la part du ministère du Patrimoine canadien ? Étrangement, cet étalage de symboles et de slogans patriotiques devait plutôt être attribué au succès d'une campagne publicitaire servant tout simplement à mousser les ventes de la bière Molson Canadian¹. La locomotive de cette campagne est un message de 60 secondes diffusé à la télévision et dans les salles de cinéma (Groupe GEM, 2000). Celui-ci met en vedette « Joe Canadian » qui énumère, devant une assemblée, ce qui le distingue en tant que Canadien. Il s'agit en fait d'une liste de clichés livrée avec passion et intensité; liste qui, si on s'en remet aux réactions qu'elle a générées, est venue nourrir la flamme patriotique brûlant dans le cœur de nombreux citoyens (Naiman, 2000)². Le succès de cet exercice de nationalisme corporatif a mené à la création de toute

¹ Cette campagne, bien qu'elle ait connu un franc succès au Canada, était à prime abord destinée au marché américain dans le but de différencier la Molson Canadian de toutes les autres bières disponibles.

² Voici le message lancé par « Joe Canadian » : « This goes out to all Canadians! I'm not a lumberjack, or a fur trader... and I don't live in an igloo, or eat blubber, or own a dogsled... and I don't know Jimmy, Sally or Suzy from Canada, although I'm certain they're really, really nice. I have a Prime Minister, not a President. I speak English and French, NOT American... and I pronounce it 'ABOUT' not 'A BOOT'. I can proudly sew my country's flag on my backpack. I believe in peacekeeping, not policing. Diversity, not assimilation.... and the beaver is a truly proud and noble animal. A toque is a hat, a Chesterfield is a couch, and it is pronounced 'ZED', not 'ZEE', 'ZED'!! Canada is the second largest landmass! The first nation of hockey! And the best part of North America! MY NAME IS JOE! AND I AM CANADIAN ! » (Groupe GEM, 2000). Au début d'avril 2000, le site Internet abritant cette pub était le plus visité au pays. L'annonce a également généré énormément d'attention dans le monde de la publicité, se hissant en troisième position des palmarès américains et britanniques spécialisés en la matière (Naiman, 2000).

une culture entourant la formule « I am Canadian », le slogan de cette campagne. La communauté « I am.ca » a été créée sur Internet, un site où tous peuvent discuter de ce qui les rend Canadiens³. Des chaînes de lettres, ou plutôt de courriels, se sont mises à circuler d'un bout à l'autre du pays, encourageant la population à reprendre les mots prononcés par « Joe Canadian » afin d'affirmer leur amour pour la patrie. Plus encore, une foule de matériaux promotionnels a été créée, accroissant encore la visibilité, donc la réussite, du grand vainqueur de cette campagne : Molson. L'impact et l'efficacité de cette offensive publicitaire en tant qu'incitation à l'affirmation de l'identité canadienne – campagne qui, ironiquement, n'est diffusée qu'en anglais – ont été tels que plusieurs députés et ministres fédéraux ont inclus certaines portions de l'annonce dans leurs discours à la Chambre des communes. Même la ministre du Patrimoine, Sheila Copps, grande responsable de l'ensemble des programmes de promotion de l'identité nationale, n'a pas hésité à utiliser la formule (Gaudreault, 2000).

La carte du patriotisme est donc jouée par une entité commerciale. L'identification à la nation devient un argument de vente, une motivation à la consommation. Ce recours à la nationalité, à l'identité collective, se retrouve d'ailleurs au cœur de plusieurs publicités ayant récemment été diffusées. Par exemple, dans un de ses messages les plus récents, Coca-Cola nous présente une jeune fille entonnant le *Ô Canada* au centre d'une patinoire que vient de déneiger un groupe d'amis, marquant ainsi le début d'une partie de hockey amicale (Cossette, 1999)⁴. Le patriotisme est donc une corde sensible que les publicitaires se plaisent

³ <http://www.iam.ca/homef.html>, juin 2000

⁴ Il faut noter que le *Ô Canada* n'est entonné que dans la version anglaise de cette publicité. Dans le message diffusé en français, la jeune fille se joint plutôt au groupe de hockeyeurs. La réalité politique canadienne a ici été prise en considération et l'appel à la fierté et au nationalisme canadiens a été réservé au public anglophone.

à pincer. Ils adressent ainsi directement leur message à la population canadienne dans l'espoir de faire équivaloir fidélité à la nation et fidélité à leur produit.

Cependant, la nation n'occupe pas toujours le rôle d'incitation à la consommation. Bien souvent, celle-ci est l'objet même de la promotion, un produit que l'État tente de vendre tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de ses frontières. Comment un pays se met-il en valeur? Quelles caractéristiques se retrouvent sous les projecteurs? La promotion de la nation ne se limite pas à sa représentation abrégée et récréative dans les brochures touristiques ou encore à la vision stéréotypée et « en plastique » qu'en offrent – à prix fou – les magasins de souvenirs. Tout comme les corporations jouant l'argument du patriotisme pour vendre leur produit, ces deux formes promotionnelles visent ultimement l'atteinte de profits. « Producing images of [Canadianness] is a commercial activity » (Morris, 1993, p. 32). Le Canada, résumé dans ses attractions et ses symboles, est ainsi consommé.

Il existe cependant une autre forme de marketing national qui, sans nécessairement être dénuée de tout côté commercial⁵, a pour objectif premier la vente de la validité du concept même de la nation canadienne auprès de ses citoyens. « If the nation is to remain viable, it must also continue to be sold to its people » (Bendix, 1994, p. 40). Le Canada, comme toute nation du globe, est une entité créée de toutes pièces. Sa structure, ses institutions et les politiques qui le gouvernement doivent être constamment légitimées (Hobsbawn, 1983).

S'ajoute donc à la liste des tâches de l'État la justification de l'existence du Canada en tant que nation; justification dont l'arme principale sera la création et le maintien d'un sentiment d'appartenance national basé sur la promotion d'un passé, de valeurs ou encore d'objectifs

⁵ La création de représentations de la nation sous formes d'items faciles à collectionner, donc à consommer, sera abordée dans le deuxième chapitre de ce mémoire.

communs (Gouvernement du Canada, 1998). Des représentations de la nation sont donc construites et mises en circulation par l'État, chacune s'adaptant aux changements successifs dans la définition de l'identité nationale, mettant à jour et légitimant les principes sur lesquels repose le Canada.

A. Stratégie de vente

C'est de cette forme de communication politique dont traite ce mémoire; plus particulièrement de la diffusion de la version idéalisée de la nation canadienne par le biais d'un processus de représentation et de promotion bien particulier: la commémoration nationale. La mission première de toute commémoration, peu importe la forme que celle-ci prendra, est de perpétuer le souvenir (Raynaud, 1994). Que le véhicule commémoratif soit une plaque, un monument, une pièce de monnaie, les présentoirs d'un musée ou encore une simple affiche indiquant le nom d'une rue, le mandat reste le même : celui d'immortaliser événements, lieux, artefacts et individus qui ont été d'une grande importance.

Cette simple mission soulève cependant la question de la sélection des éléments dignes de postérité, une question que j'étudierai en détail dans le premier chapitre. « Quel est ce passé [ou ce présent] auquel nous voulons donner un avenir? » (Fournier, 1997, p. 283). Quelle est l'image de la nation que nous voulons projeter dans le futur? Posée dans le présent, la sélection des éléments à commémorer (même si ces derniers précèdent de beaucoup la génération qui procède à la sélection) se fera en fonction de critères reflétant les intérêts culturels et les préoccupations contemporaines. Il serait impensable, aujourd'hui, de ne pas souligner la contribution des femmes lorsque l'on commémore un quelconque événement

historique d'importance nationale. Cependant, nul besoin de retourner bien loin dans le temps pour constater que le monde de la commémoration, tout comme celui de l'histoire nationale, a longtemps été celui de l'homme blanc. La commémoration évolue donc en parallèle avec les préoccupations sociales et l'équilibre des pouvoirs. Elle est donc fort révélatrice de la société qui la produit puisqu'elle en reflète les priorités et les préoccupations, ces dernières ayant motivé les critères de sélection des événements dignes de postérité. Les messages commémoratifs doivent donc être lus comme de justes représentations de leur époque. Il est cependant primordial de toujours garder en tête l'identité du producteur de ce message, puisque l'agenda politique que ce producteur entretient a toujours une énorme influence sur le contenu comme sur la forme de la commémoration (Carrier, 1996).

En réalité, ce mémoire s'inscrit en tant qu'étude de cas. Il s'agit de la déconstruction d'une manifestation de la commémoration nationale afin d'y repêcher l'image de la nation promue par l'État. Je me suis donc attaquée à l'étude du concours de création de monnaie « Faites Centsation! », une initiative mise sur pied par la Monnaie royale canadienne afin de commémorer le passage historique au troisième millénaire.

B. Matérialisation de la commémoration : la nation mise en images

C'est en avril 1998 que « Faites Centsation! » a été lancé à l'échelle nationale. Ce concours de dessin de pièces de monnaie s'adressait aux résidents du pays de tous âges et les règles étaient bien simples : la population était invitée à envoyer des suggestions de dessin, dont 24 allaient être choisies, chacune devant orner une pièce de « 25 cents du millénaire ». Il

s'agissait d'une occasion en or, comme le mentionnaient les documents de promotion du concours, de passer à la postérité⁶. Ces pièces commémoratives ont été mises en circulation en 1999 et en 2000, un « 25 cents du millénaire » étant dévoilé chaque mois. La signification de chacune des pièces était alors abondamment promue lors de la cérémonie de lancement ainsi que par l'entremise d'une publicité télévisée. La série de 1999, sur laquelle j'ai basé mes recherches, exigeait des participants qu'ils proposent des dessins évoquant des moments importants de l'histoire du pays. La série de 2000 était, quant à elle, réservée « aux visions d'espoir et d'avenir des Canadiens pour le prochain millénaire »⁷. Cette division thématique des deux séries de pièces reflète le thème donné à l'ensemble des célébrations canadiennes liées à l'arrivée de l'an 2000: « Des souvenirs à partager [passé] – Des rêves à façonner [avenir] »⁸. Le concours « Faites Centsation! » ne représente donc qu'une des activités commémoratives organisées par l'État pour souligner le passage au nouveau millénaire. Les pièces qui en découlent s'inscrivent en tant que souvenirs concrets de cette étape charnière. Ces pièces de monnaie, artefacts nationaux et permanents créés spécifiquement pour perpétuer le souvenir de cette étape, deviennent les marqueurs de cette transition virtuelle entre passé et avenir (Radley, 1997).

Le statut de la monnaie de circulation en tant que véhicule commémoratif nous pousse à considérer cette dernière, non plus uniquement comme un simple médium économique, mais également comme un médium de communication pouvant diffuser du contenu symbolique à grande échelle. De plus, non seulement les pièces du millénaire conservent-elles leur statut

⁶ <http://www.centsation.com>, avril 1999. Aujourd'hui (août 2000), cette adresse nous mène directement au site de la Monnaie royale canadienne. Le site du concours a été retiré du Web en décembre 1999.

⁷ Idem

fonctionnel d'outil de transaction économique, elles revêtent également celui d'item de collection, d'artefact... une double identité propre à très peu d'objets (Hobsbawn, 1983; Radley, 1997). La commémoration s'inscrit en tant que processus de représentation avec, à son service, la monnaie de circulation.

L'étude de « Faites Centsation! », et plus particulièrement de la série historique des pièces de 1999 sur laquelle j'ai décidé de me concentrer, propose donc un défi fort intéressant. Les designs apparaissant sur les pièces de 1999 offrent la perception idéalisée de la nation qu'entretiennent les autorités fédérales, non pas à l'aide de symboles contemporains à la commémoration, mais bien à l'aide d'éléments du passé. Ce qui s'offre à nous sous la forme de pièces commémoratives illustrant le dernier millénaire au pays est en fait la trace matérielle et idéologique de notre présent, déguisé en passé, et destiné au futur.

En bout de ligne, ma recherche tente donc de répondre à la question suivante : Quelle est la représentation de la nation que nous offre l'État par le biais du concours « Faites Centsation! »? Il s'agit en fait de retracer l'autoportrait livré à l'aide de cette commémoration. Non seulement l'analyse de la signification des pièces et l'image du Canada qu'elles nous proposent sont-elles de première importance, mais la construction et la mise en scène du programme commémoratif le sont également. La commémoration nationale est une construction calculée et doit en fait être perçue comme un énorme communiqué de presse émis par le ministère du Patrimoine canadien! Rien n'est laissé au hasard. L'étude des rouages du concours est peut-être peu révélatrice en ce qui concerne la représentation nationale favorisée par l'État, mais elle compense en nous divulguant moult détails sur les

⁸ <http://www.millennium.gc.ca>, mars 2000

méthodes de diffusion de cette représentation et sur les mécanismes d'élévation de cette dernière au titre de mémoire collective officielle.

C. Squelette du mémoire

L'organisation des chapitres de ce mémoire calque, en quelque sorte, l'évolution de mes interrogations et de mes « fouilles » en ce qui concerne « Faites Centsation! ». Chacune des démarches que j'entreprenais afin de comprendre une portion de cette manifestation commémorative m'éclairait, non pas uniquement sur le sujet désiré, mais également sur la marche à suivre afin de décortiquer adéquatement les portions restantes du concours.

En plus d'offrir une description plus détaillée de « Faites Centsation! », le premier chapitre de ce mémoire passera en revue les grands concepts associés à la commémoration. C'est d'ailleurs par une revue de la littérature à ce sujet que j'ai débuté mon exploration, étape qui me fut très utile puisqu'elle m'a ouvert les yeux sur la nature même des manifestations commémoratives et sur les questions qu'un chercheur s'y intéressant se doit de poser. Le premier chapitre explorera donc les notions de sélection et de postérité inhérentes à tout processus commémoratif. Le lien entre ces dernières et le renforcement de l'identité et de la mémoire collective canadienne sera également étudié. Il s'agit en fait d'un survol de la mission et des méthodes de la commémoration en tant qu'outil de promotion nationale.

C'est au cœur de ma revue de la littérature que j'ai réalisé l'importance du contexte et des mécanismes de production derrière la commémoration. Celle-ci est une production culturelle, une construction réfléchie, et la forme qu'elle adopte, que ce soit dans sa structure de

création comme dans le choix du parfait véhicule de diffusion, est de première importance.

« Les commémorations qui prétendent toucher la masse des citoyens [comme le fait ce concours] traduisent en même temps des stratégies politiques et des processus de décision ou de mise en œuvre qui ne sont pas lisibles immédiatement » (Raynaud, 1994, p.106). C'est à cette opacité que je m'attaque au cœur du deuxième chapitre. Ce sont donc les dessous de « Faites Centsation! » qui seront disséqués, replaçant ce dernier dans son contexte macro de production (les célébrations du millénaire au Canada), tout en prenant soin de décortiquer la structure du concours et de la demande lancée à la population afin de recevoir des soumissions pour les pièces de 1999. La nature de la monnaie en tant que médium de diffusion du message commémoratif sera également étudiée. De plus, j'explorerai le statut des pièces de 1999 en tant qu'objets souvenirs; objets de consommation patriotique... au même titre que le serait une visite du Parlement à Ottawa ou un cendrier en forme de drapeau canadien. Rentabilité et efficacité de la commémoration ne font pas nécessairement mauvais ménage. J'ai donc questionné chacun des détails du squelette du concours, procédant à une analyse de la structure, me basant sur les documents rendus disponibles sur Internet par les autorités responsables du concours ainsi que des activités canadiennes du millénaire.

De cette structure sont nées les 12 pièces commémoratives de 1999, dont les designs ont été sélectionnés parmi plus de 33 000 soumissions (MRC, 1999a). Cet ensemble de dessins et les significations qui leur sont attribuées forment une image de la nation. J'ai approché cette section de la recherche comme le ferait un biographe se trouvant en présence du journal intime de son sujet, considérant le portrait offert par les pièces non pas comme le résumé de l'ensemble du récit d'une vie, mais plutôt comme une seule page du journal. Comme on le ferait pour l'analyse d'une autobiographie, il faut se demander pourquoi un acteur choisit de

raconter sa vie, de se décrire d'une façon particulière, à un certain moment de son existence. Quelle image trace-t-il de sa raison d'être? Que révèle la sélection, dans le présent, de certains éléments de son passé alors que d'autres, d'aussi grande importance, sont omis? Ces questions doivent être posées lors de l'étude de « Faites Centsation! ». « A life, it is assumed, is cut of a whole cloth and its many pieces, with careful scrutiny, can be fitted into proper place » (Denzin, 1989, p. 20). C'est une portion de l'histoire des auto-représentations de l'État que ces pièces immortalisent; une histoire ayant connu, et qui connaîtra encore, de nombreuses évolutions de l'image idéalisée de la nation. Je me suis donc lancée dans une analyse discursive afin d'évaluer la teneur de cet autoportrait au tournant du XXI^e siècle. Le contenu des communiqués de presse émis par la Monnaie royale ainsi que celui des annonces publicitaires ayant fait la promotion des pièces a donc été passé au peigne fin, dans le but ultime de découvrir quels thèmes étaient utilisés pour décrire l'essence même du Canada. J'ai cependant refusé de me contraindre à une catégorisation rigide des contenus étudiés, permettant constamment à de nouvelles thématiques d'émerger et de me pousser à revisiter le contenu précédemment étudié. Les résultats de cette analyse forment le corps du dernier chapitre.

Ma thèse s'inscrit au sein du champ de la communication politique. Au cœur de celui-ci, peu de recherches sur le statut de la monnaie en tant que médium communicationnel de masse, en tant que véhicule de promotion de la nation, ont été réalisées. Ma recherche innove donc en ce sens, en plus de s'attarder à l'étude d'un phénomène dont les manifestations se sont multipliées au fil des dernières années du XX^e siècle : la commémoration⁹. Une tendance se

⁹ La fin du siècle dernier a été marquée par une prolifération des commémorations de grande envergure, notamment en raison du 50^e anniversaire de nombreux événements s'étant déroulés au fil de la Deuxième Guerre mondiale (Wieviorka, 1993). De plus, certaines activités commémoratives (comme, par exemple, les festivités entourant les anniversaires nationaux) intéressent aujourd'hui de

dessine également dans le champ du symbolisme national, alors que l'on note que de plus en plus d'États mettent sur pied des initiatives incitant la population à ajouter son grain de sel lorsque vient le temps de représenter la nation, de procéder à sa « logoïsation » et à la détermination de ses symboles. « Faites Centsation! » est une initiative de ce genre et, selon mes recherches, mon étude sera la première à évaluer un tel processus commémoratif dans son ensemble.

nombreuses entreprises qui désirent associer leur nom et leur produit à la nation. Encore une fois, cette dernière devient instrument de marketing. Par des commémorations de ce genre, l'État profite d'une activité d'auto-promotion qui lui rapporte davantage qu'auparavant, soit parce que certains commanditaires viendront éponger directement une part des frais ou soit encore parce que ces derniers fourniront à la population produits et services qui amélioreront grandement la qualité – et, ultimement, l'impact – de la commémoration. Ces alliances étant nombreuses (la fête du Canada à Ottawa, en 2000, était en partie commanditée par Via Rail, Rogers – AT&T, Compaq et Kodak) et le patriotisme semblant être une sensibilité sur laquelle de plus en plus de compagnies semblent vouloir jouer, les commémorations de ce genre me semblent extrêmement profitables à l'État, donc susceptibles de se perpétuer et possiblement de se multiplier.

CHAPITRE UN

Commémoration du présent sous le couvert d'une célébration du passé

C'est en avril 1998 que la Monnaie royale canadienne lance, en grande pompe, son concours de dessin de pièces de monnaie « Faites Centsation! ». Déjà, à ce moment, l'arrivée de l'an 2000 est de tous les discours, les médias ont commencé le décompte des jours nous séparant de ce fatidique 1^{er} janvier et les spéculations quant aux répercussions du fameux bogue informatique vont bon train. Les gens se questionnent quant à savoir comment ils célébreront ce passage au prochain millénaire, comment ils souligneront cet événement unique dans l'histoire. Cette préoccupation ne se fait pas uniquement sentir au niveau individuel. Municipalités, provinces/états et nations font également face à ce désir de marquer de façon spéciale cette étape dans l'histoire de l'humanité. Cependant, cet impératif de célébrer, bien que ressenti à l'échelle internationale, ne sera pas nécessairement vécu de la sorte.

Pour le Canada, cet événement qui était, à prime abord, une célébration planétaire, s'est transformé en promotion de la nation. « When a nation celebrates an event, it is also celebrating itself, it attempts to manifest in symbolic form, what it conceives to be its essential life, at once the distillation and typification of its corporate experience » (Aykroyd, 1992, p.6). Retour dans le passé, projection dans l'avenir, au fil des années 1999 et 2000, l'État canadien a entraîné sa population dans une foule d'activités visant non seulement à célébrer ce passage, mais également à renforcer les sentiments de fierté et d'identification nationales (Gouvernement du Canada, 1998, p. 12). « Faites Centsation! » est un des programmes créés par l'État canadien pour répondre à cette visée. C'est donc, entre autres, par la création de pièces commémoratives de circulation qu'a été souligné le grand saut du

XX^e au XXI^e siècle; étape charnière qui, par sa rareté, « imposait sa commémoration à ses propres contemporains » (Raynaud, 1994, p. 13).

1.1 Canadiens, Canadiennes... à vos crayons!

La particularité de « Faites Centsation! » ne tient pas uniquement à son statut de programme de création et de diffusion de souvenirs concrets – sous la forme de pièces commémoratives – de ce passage au nouveau millénaire. Elle relève également des mécanismes mis en place afin d’inciter la population à prendre part à la commémoration¹. Effectivement, « Faites Centsation! » a été créé afin d’offrir une chance aux résidents de la nation de s’impliquer dans la célébration.

Les études que nous avons entreprises indiquent que la majorité des Canadiennes et des Canadiens croient que le passage au nouveau millénaire est un événement important de notre histoire qui mérite d’être souligné de façon spéciale. Il ressort aussi que la population canadienne favorise les activités auxquelles tous peuvent participer². La Monnaie royale canadienne, de par son rôle, est fort bien placée pour consigner la marche du temps et donc pour souligner cet extraordinaire passage en permettant aux Canadiennes et Canadiens de tout âge et de toute région de participer. Le concours de dessin qu’elle a lancé offre à tous l’occasion de contribuer activement aux célébrations d’envergure mondiale qui marqueront l’événement.³

¹ Un survol des règlements et des mesures incitatives à la participation est présenté dans le prochain chapitre.

² Ces constatations sont issues d’un sondage effectué en 1997 par le Groupe Angus Reid pour le compte du gouvernement canadien, sondage devant déterminer ce que la population attendait du gouvernement fédéral en matière de célébration du millénaire. Une portion des résultats est disponible sur Internet (Groupe Angus Reid, 1997). Le chapitre deux présente un résumé des principaux constats de ce sondage.

³ <http://www.centsation.com>, avril 1999

La nature de la participation était peu complexe puisqu'il s'agissait simplement de soumettre un dessin pour une des deux séries de pièces commémoratives créées spécialement pour l'occasion. Pour illustrer la série de 1999, présentée comme un hommage au dernier millénaire, les organisateurs de « Faites Centsation! » étaient à la recherche de représentations illustrant des moments marquants des derniers mille ans de la nation⁴. Tout concours étant accompagné d'un prix, la récompense mise de l'avant par les organisateurs s'adressait à l'ego des éventuels participants, puisqu'il s'agissait d'une promesse de prestige et de postérité. « Vous pouvez passer à l'histoire en participant au concours « Faites Centsation! » »⁵. Non seulement les auteurs des dessins gagnants voyaient-ils leur création et leurs initiales immortalisées sur une pièce de monnaie, leur victoire leur permettait également de joindre les rangs du très sélect club des designers de monnaie canadienne (MRC, 1999u). Pourquoi se contenter d'offrir un prix en argent lorsqu'on peut se permettre d'accorder l'immortalité ?

Qu'elles soient le résultat, ou non, de cette promesse de postérité, ce sont plus de 30 000 suggestions de dessin qui sont parvenues aux organisateurs du concours (MRC, 1998d). Parmi ces œuvres de Canadiens qu'on dit âgés, comme on le verrait sur le côté d'une boîte de casse-tête, de 1 à 94 ans⁶, 12 ont été choisies, frappées et promues⁷. De janvier à décembre 1999, une pièce du millénaire a été lancée à chaque mois dans le cadre d'une célébration

⁴ La série commémorative de 2000, dont je ne traite pas dans ce mémoire, est consacrée aux visions d'avenir et aux espoirs que les Canadiens et les Canadiennes entretiennent pour le prochain millénaire. Voir (MRC, 2000a).

⁵ <http://www.centsation.com>, avril 1999

⁶ Idem

⁷ Le processus ayant mené à la sélection des 12 dessins sera étudié en détail dans le prochain chapitre.

honorant son créateur et justifiant l'importance pour la nation du design choisi pour orner la pièce. Compte à rebours vers l'an 2000, cette série de lancements promotionnels était également accompagnée d'une campagne de publicité télévisée. Chaque mois, une nouvelle annonce faisait la promotion du 25 cents vedette et ce, à grands coups de rhétorique patriotique (voir Y&R, 1999a).

On pourrait cependant se demander si un tel battage publicitaire était nécessaire puisque, dès leur sortie, les pièces du millénaire ont connu un succès fou auprès de la population qui préférerait les garder comme souvenir plutôt que de s'en servir lors de ses transactions régulières⁸. En 1999, la Monnaie royale canadienne a d'ailleurs dû faire face à un heureux problème, soit de répondre à la demande énorme de la population en frappant plus de 250 millions de 25 cents du millénaire, ce qui est trois fois plus que lors d'années où elle pose le profil du caribou sur les pièces (Jury, 2000; MRC, 2000d). Depuis juillet 1999, les 25 cents du millénaire sont disponibles dans tous les comptoirs postaux du pays, individuellement ou en rouleaux de 40 et ceux-ci s'envolent également très rapidement. La Monnaie royale canadienne a aussi pensé aux collectionneurs en produisant des ensembles-souvenir, de qualité variable, pour chacune des séries de pièces⁹. Ces derniers se vendent également comme des petits pains chauds, transformant cet effort de commémoration en entreprise ne se soldant pas uniquement par des dépenses pour le gouvernement. La Monnaie royale a

⁸ Le statut et la popularité de la monnaie en tant qu'item de collection seront étudiés dans le prochain chapitre.

⁹ L'ensemble-souvenir de base, offert à 24,95\$, présente les 12 pièces de nickel encastrées dans un présentoir ovale en carton rigide. Les pièces de 1999 sont « encastrées dans une magnifique reproduction d'une carte [du Canada] de Thomas Bowen, dont la première publication remonte à 1785 » (MRC, 1999a). Cet ensemble contient également une 13^e pièce, le médaillon du millénaire, qui n'a aucune valeur d'échange. L'ensemble épreuve commémoratif, lui, est offert à 149,95\$. Les pièces, en argent sterling cette fois-ci, se trouvent dans un chic coffret de présentation métallique.

d'ailleurs enregistré le deuxième bénéfice le plus important de son histoire en 1999 et ce, grandement en raison de la popularité des pièces du millénaire (*Presse Canadienne*, 2000). La maxime populaire ne dit-elle pas « c'est avec des 25 cents qu'on fait des piastres »?

1.2 Médium de diffusion du patrimoine

Créées pour souligner l'arrivée de l'an 2000, les pièces commémoratives sont également là pour en perpétuer le souvenir¹⁰. « Ces pièces de monnaie, conçues par et pour les Canadiens, seront autant de précieux souvenirs du millénaire. (...) Elles nous rappelleront pendant longtemps encore que le millénaire est un temps spécial pour apprécier et célébrer nos succès communs et tirer parti des progrès accomplis afin de remplir la promesse de l'avenir » (MRC, 1998c). Les pièces deviennent des marqueurs de cette date charnière dans l'histoire de la nation. Cependant, elles font bien plus que perpétuer le souvenir de l'événement qui est célébré, comme le ferait simplement un écusson portant le logo canadien du millénaire¹¹. Les pièces assurent également diffusion et postérité au design dont elles sont porteuses. Ainsi, les pièces de 1999 assurent simultanément la postérité de l'arrivée du millénaire, raison de leur création, et celle des éléments du patrimoine choisis pour figurer sur les 25 cents¹². « Ces pièces commémoratives (...), conçues et choisies par des Canadiens et des Canadiennes, constitueront un témoignage de notre présent et de notre passé. Elles évoquent l'histoire du

¹⁰ Les caractéristiques de la monnaie en tant que médium de diffusion assurant la postérité de la commémoration seront mises de l'avant dans le prochain chapitre.

¹¹ Pour une description du logo canadien du millénaire consulter la section « Petit ministère au grand mandat » du prochain chapitre.

¹² C'est le portrait de la nation offert par ces symboles que j'analyse dans le chapitre trois.

Canada et assurent que notre héritage sera transmis dans le prochain millénaire » (MRC, 1999c).

Les pièces sont donc présentées comme des aide-mémoire pour les contemporains à la commémoration et comme des outils pédagogiques pour les générations à venir. « We purposefully design « future ruins » to capture our memories and preserve them for posterity (...) [allowing] future generations mnemonic access to their collective past » (Zerubavel, 1996, p. 292). La teneur de la mémoire préservée, mémoire à partir de laquelle seront peut-être basées d'autres représentations de la nation, est cependant à questionner¹³. La monnaie est donc exploitée en fonction de ses attributs de médium communicationnel, ce qui nous pousse à considérer son utilisation par l'État à titre d'outil promotionnel.

« La monnaie est l'un des artefacts les plus révélateurs du patrimoine d'une société »¹⁴. Tout comme son hymne national ou son drapeau, elle est un symbole à l'aide duquel on identifie un pays et plus important encore, à l'aide duquel un pays s'identifie et met de l'avant ses valeurs et les événements et/ou individus qui revêtent une certaine importance au cœur de son patrimoine. « Les pièces de monnaie représentent des jalons importants de notre histoire personnelle et de celle de notre pays. *Elles reflètent ce qui est important pour nous à titre de peuple et de nation* », affirme Danielle Wetherup, présidente de la Monnaie royale canadienne (italiques ajoutées, MRC, 1999c). D'un bout à l'autre du monde, la monnaie est le médium de représentation publique le plus répandu (Hobsbawm, 1983, p. 281), suivie de près par le timbre, autre outil dont on oublie trop facilement les capacités de promotion du

¹³ Le lien entre commémoration et mémoire collective est étudié un peu plus loin dans ce chapitre.

¹⁴ <http://www.rcmint.ca>, décembre 1999

patrimoine national¹⁵. Il importe donc de s'attarder à la monnaie et à ses symboles puisque ceux-ci livrent parfois de puissants messages politiques (Ruprecht Jr., 1994). La présence du profil de la reine Élisabeth II sur l'avvers de toute notre monnaie sonnante, par exemple, indique dès le premier coup d'œil que le pays voue encore allégeance à la couronne britannique. C'est de cette perspective que doivent être étudiés les designs apparaissant sur les pièces du millénaire.

À prime abord, le fait que la Monnaie royale canadienne immortalise dans le métal des éléments marquants de l'histoire nationale dans le cadre de « Faites Centsation! » n'a donc rien d'extraordinaire. Chaque année, cette dernière frappe quantité de pièces commémoratives de collection, sur lesquelles se retrouvent des extraits du passé, des éléments de la faune et de la flore, des caractéristiques géographiques, des avancées technologiques, symboles que l'on estime représentatifs de l'expérience canadienne¹⁶. L'innovation de « Faites Centsation! » n'est donc pas de se servir de la monnaie pour immortaliser le moment. L'originalité de ce concours réside avant tout dans la participation du public à l'élaboration de pièces commémoratives et également dans la création d'un nombre jusqu'alors jamais vu de pièces commémoratives de *circulation*, c'est-à-dire de pièces destinées à être utilisées par tous dans leurs transactions quotidiennes.

¹⁵ Les symboles frappés sur la monnaie ont toujours été utilisés au profit des détenteurs de pouvoir. L'utilisation de la monnaie à ces fins remonte au 1^{er} siècle avant Jésus-Christ, alors que les grandes familles et les empereurs romains ornaient la monnaie de « motifs visant à encourager la loyauté des sujets envers l'Empire » (Musée de la Monnaie, 2000). En des termes contemporains, cela revient à dire que la monnaie était utilisée pour renforcer le sentiment d'appartenance à la nation.

¹⁶ Pour un survol rapide des pièces commémoratives frappées par la Monnaie royale canadienne consulter le CD-ROM *L'Aventure canadienne* : *À la découverte du Canada par la numismatique* (MRC, 1997); pour le détail de l'ensemble des pièces produites au Canada, consulter (Haxby J.A. et R.C. Willey, 1999)

Dans l'histoire de la monnaie canadienne, le traditionnel caribou apparaissant sur l'envers du 25 cents de circulation n'a cédé sa place que quatre fois, soit en 1967, pour le centenaire de la Confédération; en 1973, pour souligner le centenaire de la Gendarmerie royale du Canada; en 1992, pour le 125^e anniversaire de la Confédération et en 1999-2000, avec « Faites Centsation! », concours qui a entraîné un repos forcé de 24 mois pour le fidèle cervidé canadien. Cette courte liste nous permet de constater que lorsque des pièces commémoratives de circulation sont émises au pays, c'est pour souligner l'anniversaire d'événements ou d'éléments de première importance dans l'histoire de la nation ¹⁷. Les pièces se font souvenirs tangibles de ces anniversaires, tout en diffusant les symboles commémoratifs dont elles ont été frappées pour cette occasion.

C'est pour mieux comprendre la teneur et les implications du message véhiculé par les pièces de 1999, une commémoration du millénaire qui prend le couvert d'une célébration du passé national, qu'un questionnement des concepts communs à toute commémoration est nécessaire. Il s'agit de démystifier les rouages de ce processus représentationnel.

1.3 Matérialisation omniprésente du souvenir

Le concours « Faites Centsation! » n'est qu'un des projets soulignant le passage à l'an 2000 pour la population canadienne¹⁸. La mise en scène d'événements d'envergure pour souligner ce moment historique est une manifestation flagrante, évidente aux yeux de tous, de la

¹⁷ Dans l'histoire de la monnaie canadienne, il n'y a pas que les 25 cents qui ont été utilisés à titre de pièces commémoratives de circulation. Par contre, la nature des événements ayant motivé la création de toutes ces pièces, peu importe leur valeur, est sensiblement la même.

¹⁸ Le prochain chapitre présente un survol des activités et des responsabilités du Bureau du Canada pour le millénaire. <http://www.millennium.gc.ca>

commémoration. Cependant, cette dernière se cristallise quotidiennement en une multitude d'autres formes que nous côtoyons sans vraiment leur porter attention, la plus commune étant la toponymie. Le souvenir d'un événement/lieu/individu/artefact ayant marqué une communauté (que celle-ci soit locale, nationale, culturelle, ethnique, religieuse, etc.) est souvent perpétué de bien simple façon. Désignation d'une artère routière, d'un parc, d'une station de métro; pose d'une plaque commémorative, érection d'un monument; mention dans les livres d'histoire, dans les musées et les répertoires patrimoniaux : ces formes commémoratives passent fréquemment inaperçues à moins qu'elles ne causent quelque controverse¹⁹.

Et les opportunités de procéder à une commémoration ne manquent pas. Tandis que les dix-huit ans du prince William sont soulignés par l'émission d'une série de timbres à son effigie dans un coin de la planète (Oreclin, 2000), le fondateur du magazine pornographique *Hustler*, Larry Flint, est honoré par la désignation d'une rue à son nom dans une autre partie du monde (Castronovo, 2000). Les derniers mois, au Canada, ont également été chargés de commémorations. Alors qu'est enfin créée une sépulture pour le soldat inconnu à Ottawa

¹⁹ La Commission de toponymie du Québec a été secouée par une telle controverse en janvier 2000 lorsqu'elle a annoncé que le pont Papineau-Leblanc, un des ponts reliant Laval et Montréal, serait rebaptisé pont Pietro-Rizutto, en l'honneur d'un ancien sénateur ayant grandement contribué au développement de Laval et de Montréal (Noël, 2000). Ce changement de nom a créé un tollé chez les familles Papineau et Leblanc qui ne désiraient pas voir le nom de leurs ancêtres disparaître (Joseph Papineau et Alpha Leblanc ont joué un rôle important dans le développement de Laval alors nommé Île Jésus). L'intérêt au sujet de cette commémoration non-consensuelle a grandi et plus de 4000 personnes ont signé une pétition en faveur du statu quo, réclamant de plus qu'une consultation publique soit effectuée au sujet du changement de nom. Les médias se sont également mis à couvrir l'affaire. La communauté italo-québécoise, qui avait réclamé ce changement, se trouvait opposée « aux milieux francophones » qui remettaient en question cette commémoration (Berger, 2000). Les pressions exercées par les opposants ont forcé la Commission de toponymie à revoir le dossier, mais c'est finalement la famille du sénateur Rizutto qui a mis fin à toute cette saga, annonçant qu'elle ne désirait plus que ce pont porte le nom Pietro-Rizutto. La Commission de toponymie prévoit commémorer l'ancien sénateur en attribuant son nom à un « lieu d'importance qui est dépourvu de nom » (Lessard, 2000). La commémoration a donc alimenté les discours pendant quelques jours dans

(Saint-Laurent, 2000) et que la contribution de Gilles Vigneault à la culture québécoise est récompensée par la création d'une école primaire portant son nom (*La Presse*, 2000b); les débats entourant la commémoration appropriée de la carrière de Maurice Richard sont toujours nombreux au lendemain de la mort de ce dernier (Blanchard, 2000). Autorités municipales, provinciales et fédérales suggèrent diverses façons de perpétuer le souvenir de ce grand hockeyeur.

Effectivement, au Canada, non seulement le degré et la visibilité des commémorations varient-ils, mais l'initiative et la responsabilité de les mettre en scène relèvent également d'une pluralité d'organisations. Acteurs municipaux, provinciaux et fédéraux s'y adonnent, tout comme le font certains groupes et communautés culturelles, chacun attribuant une signification extraordinaire et une place distinctive dans l'histoire aux éléments qu'ils considèrent dignes de passer à la postérité (Schwartz, 1982). Cette multiplicité des niveaux de production et de gestion mène parfois à certains dédoublements. Prenons simplement le cas de l'Université d'Ottawa. À la droite de la bibliothèque principale, on retrouve une plaque commémorative célébrant l'institution en tant qu'université bilingue et en fonction du rôle que cette dernière a joué dans l'histoire de la nation. Un coin de rue plus loin, on retrouve une plaque similaire, cette fois-ci aux couleurs de la commémoration ontarienne qui, dans une rhétorique quasi jumelle à celle de la plaque fédérale, célèbre cette université, se contentant presque de substituer au mot « national », le terme « provincial ». C'est justement pour éviter ce genre de dédoublement que les spécialistes de la commémoration au pays insistent pour que le Canada se dote d'une politique concertée de protection, de gestion, d'interprétation et de promotion du patrimoine (Symons, 1997; Fournier, 1997); politique que

la région montréalaise, animant bien des débats au sujet de la place réservée à la population dans ce processus.

le ministère responsable s'est récemment engagé à développer (Gouvernement du Canada, 1998)²⁰.

Nul doute, cependant, sur la nature des producteurs de « Faites Centsation! ». Création de la Monnaie royale, ce projet commémoratif est un rejeton de l'État canadien et repose sur les grands principes de l'art de la commémoration nationale.

1.4 Technique de vente pour nation à la recherche de patriotes

Il importe de considérer la commémoration comme un mode de communication distinctif qui se matérialise par l'entremise d'une multitude de véhicules allant du simple timbre jusqu'au monument gigantesque. Toutes ces manifestations font appel à des stratégies, un langage et des visées similaires, ce qui fait de la commémoration un processus de représentation propre, tout comme l'est la publicité, par exemple. L'enjeu premier de la vente n'est pas commercial,

²⁰ Le besoin d'une politique uniforme de gestion du patrimoine se fait sentir non seulement pour éviter les dédoublements entre les autorités fédérales et leurs semblables provinciaux et municipaux, mais également pour uniformiser l'action de l'ensemble des organisations qui sont en charge de la protection et de la gestion du patrimoine uniquement au niveau fédéral. Nombre des organismes responsables sont sous l'égide du ministère du Patrimoine dont Parcs Canada (patrimoine naturel), la Commission des Lieux et Monuments Historiques du Canada (désigne les lieux/événements/individus qui méritent commémoration ainsi que les sites historiques qui méritent restauration), la Commission des champs de bataille nationaux (patrimoine militaire), les Archives nationales, différents musées et le Réseau Canadien d'Interprétation du patrimoine (promotion). Le ministère gère lui-même quelques-uns des programmes commémoratifs dont le tout récent Sentier de l'héroïsme (patrimoine humain). Il existe également des organismes de gestion et de promotion extérieurs à ce ministère, dont la fondation CRB (promotion – Minutes du patrimoine), la Société Royale du Canada (patrimoine intellectuel) et le ministère des Anciens Combattants (patrimoine militaire). Bien que ce ne soit pas leur rôle premier, la Société canadienne des postes et la Monnaie royale canadienne, par les symboles qu'ils choisissent d'apposer sur leur médium respectif, sont également de grands promoteurs de toutes les manifestations du patrimoine canadien.

mais plutôt politique. Au service de l'État, la commémoration s'inscrit en tant qu'agent de relations publiques²¹.

Au printemps 2000, la ministre du Patrimoine canadien a d'ailleurs dû faire face aux journalistes afin d'expliquer l'utilisation ciblée de la commémoration, cette fois-ci sous la forme de célébrations massives de l'anniversaire national, afin de rallier à la cause canadienne des régions québécoises traditionnellement souverainistes. Effectivement, depuis quelques années, le Québec recevait la majorité des fonds alloués à travers le pays au financement d'activités marquant le 1^{er} juillet. Des célébrations grandioses étaient alors organisées dans certains « fiefs souverainistes » (Marrissal, 2000). L'organisateur de ces fêtes au Québec, Serge Savard, explique ainsi la distribution de ces fonds destinés à la commémoration de la Confédération : « Il s'agit pour le gouvernement fédéral d'un investissement judicieux dans la culture et dans l'identité canadiennes, sources de fierté inépuisables » (Marissal, 2000). Cet « investissement judicieux », révélé uniquement à la suite d'une enquête du Bloc québécois portant sur des documents obtenus grâce à la Loi d'accès à l'information, trahit l'utilisation délibérée de la commémoration à titre d'outil de promotion nationale.

Cette constatation force tout individu intéressé à l'étude de la commémoration à considérer les producteurs de cette dernière et les visées auxquelles ils peuvent la destiner. Quel est l'agenda politique caché derrière la commémoration (Schoefer, 1993)? « How an event is commemorated matters. It matters who controls the definition of an event, what symbols they choose to emphasize and it matters who has a voice in deciding the terms upon which

²¹ D'ailleurs, peu importe son producteur, la commémoration est toujours un outil promotionnel au service de ce dernier. Voir (Carrier, 1996)

participation in the event is allowed » (Weddle, 1994, p. 111). Que le producteur de la commémoration soit l'État ou encore une simple association de quartier, il est primordial de questionner le choix des éléments commémorés et également celui du médium emprunté pour perpétuer le souvenir ou mettre en évidence ces mêmes éléments. La commémoration est une fabrication, une mise en scène intentionnelle au cœur de laquelle rien n'est laissé au hasard (Raynaud, 1994, p. 108). La forme et le contenu de celle-ci sont excessivement dépendants et au service des intentions du producteur, puisque ce sont ces intentions qui en ont motivé la création.

« La commémoration n'est pas une simple illusion : elle fait partie des artifices par lesquels les sociétés libres se donnent une forme et une unité » (Raynaud, 1994, p. 115). En fait, les objectifs vers lesquels est orientée la commémoration nationale sont multiples, que celle-ci soit représentation du passé, du présent ou encore de l'avenir du pays. Une de ces visées semble cependant dominer, soit créer un sentiment d'appartenance (Hobsbawm, 1983); objectif duquel découlent une foule d'autres visées, dont définir la mémoire et l'identité nationales (Spillman, 1997), renforcer cette dernière tout comme l'unité de la nation (Raynaud, 1994; Gouvernement du Canada, 1998), légitimer les institutions publiques, l'autorité de l'État (Spillman, 1997), de même que la structure et les valeurs sociales actuelles (Schwartz, 1982 et 1997).

C'est la matérialisation de la commémoration, c'est-à-dire les méthodes pour arriver à ces fins, qui varie. Anniversaires nationaux se traduisant en véritables démonstrations de fierté face à l'avenir et à l'unité du pays, sacralisation de la nation et de ses symboles et mise à jour du patrimoine dans les musées et les sites « historico-touristiques » ne représentent que

quelques-unes des techniques commémoratives mises à contribution. Fait à noter, ces manifestations de la commémoration ne sont pas exclusives. Puisqu'on leur attribue la même fonction, soit renforcer le sentiment d'appartenance à la nation (Hobsbawm, 1983), il n'est pas rare de les voir se côtoyer. Les grands anniversaires colorent la nation du blanc et du rouge de l'unifolié et y font résonner l'hymne national d'un océan à l'autre. De nouveaux artefacts sont créés pour souligner l'occasion et célébrer le présent, artefacts qui deviendront souvenirs pour l'avenir. Et les composantes du patrimoine canadien (qu'elles soient humaines, culturelles, matérielles ou naturelles) occupent également une place importante au cœur de la célébration, étiquetées comme éléments unificateurs puisque issues d'un passé commun.

Il est par contre primordial de toujours garder à l'esprit que l'image offerte du passé par la commémoration du patrimoine national est, justement, une image, une interprétation (Schwartz, 1997). Cette constatation s'applique également à toute version du présent ou de l'avenir de la nation livrée dans le cadre de manifestations commémoratives. La représentation de ces trois phases de la temporalité est celle que nous ont concoctée les autorités fédérales productrices de la commémoration. Il s'agit d'un message créé afin de répondre aux visées unificatrices de l'État; une vision promotionnelle de l'identité, des institutions, de la structure sociale et de la « version » de l'histoire nationale préférées par les autorités. « [It] is the official, typically flattering, image of a country projected by government departments with the express intention of promoting the nation, enhancing national unity and reinforcing a sense of belonging » (Hughes, 1997, p. 126).

Deux options s'offrent alors au chercheur intéressé à l'étude des commémorations telles qu'elles sont pratiquées par les États. La première consiste à étudier les tendances actuelles au niveau des politiques gouvernementales ainsi que l'analyse du discours identitaire officiel pour ensuite en arriver à justifier le développement d'un projet commémoratif plutôt que d'un autre²². La seconde, celle que j'adopte pour l'étude de « Faites Centsation! », consiste plutôt à analyser le répertoire symbolique d'une commémoration, c'est-à-dire les grands thèmes qui y sont présents, pour en tirer la vision officielle de la nation que l'État tente de communiquer à l'ensemble de la population²³.

1.5 L'avenir du passé... tout dépend du présent

L'ensemble de 25 cents de 1999 est décrit comme un juste résumé de l'essence de la nation, de ce qui a fait du Canada ce qu'il est aujourd'hui (MRC, 1999g). Mais comment arriver à résumer l'ensemble de l'histoire nationale en 12 croquis? « Faites Centsation! » illustre fort bien le dilemme auquel font face tous les organismes aux prises avec la préservation et la commémoration du patrimoine : puisqu'il est impossible – et même non désirable – de tout préserver, il faut sélectionner.

La question à se poser est alors : pourquoi ces éléments ont-ils été choisis? « The real topic for discussion is posterity, what part of our patrimony we pass on, and in what form and

²² Cette méthode est utilisée par Barry Schwartz alors qu'il discute de la commémoration d'Abraham Lincoln à travers différentes périodes de l'histoire (Schwartz, 1997). Peter Aykroyd analyse également le centenaire de la Confédération canadienne de cette façon (Aykroyd, 1992).

²³ Dans son ouvrage *Nation and Commemoration*, Lynn Spillman analyse le répertoire symbolique utilisé par les Australiens et les Américains pour souligner respectivement les centenaire et bicentenaire de leur nation (Spillman, 1997).

why? » (Pope-Hennessy, 1976, p. 9). Pourquoi la nation a-t-elle attribué à ces éléments une place toute spéciale dans la ligne du temps? Et dans le cas des séries de pièces commémoratives issues de « Faites Centsation! », pourquoi ces éléments ont-ils été choisis en 1999, formant, en toute logique, un ensemble cohérent?

L'accent doit donc être mis sur le processus de sélection et sur la nature des critères l'ayant guidé. Le premier constat à ce sujet est le suivant : peu importe l'époque à laquelle les événements à commémorer ont pris place, les paramètres qui en déterminent la sélection sont toujours tributaires du présent. « While the object of commemoration is usually to be found in the past, the issue which motivates its selection and shaping is always to be found among the concerns of the present » (Schwartz, 1982, p. 376). Tout dépend donc du « contexte social de la commémoration » (Schwartz, 1982). On choisira de souligner d'une certaine façon un événement/personnage/idéal si ce dernier reflète les préoccupations, les besoins, la structure sociale ou encore les intérêts culturels actuels (Cameron, 1997).

Prenons l'exemple des tendances présentes en matière de commémoration au Canada. Depuis la Deuxième Guerre mondiale, de plus en plus d'efforts sont faits pour intégrer à la narration de l'histoire canadienne les perspectives des communautés culturelles et autochtones (Guarnieri, 1997; Aykroyd, 1992). La grande restauration du Quai 21, à Halifax, point d'entrée au pays d'un grand nombre d'immigrants, ainsi que l'instauration de la Journée nationale des Autochtones, sont deux manifestations de cette tendance²⁴. Ces efforts,

²⁴ De 1928 à 1971, plus de 1,5 million d'immigrants ont fait leur entrée au Canada à partir du Quai 21 dans le port de Halifax. De plus, de nombreux contingents de soldats ont quitté le pays à partir de ce quai pour se rendre vers diverses zones de combat au cours de la Deuxième Guerre mondiale (Statistique Canada, 1999, p. 79-80). En 2000, la Journée nationale des Autochtones a été célébrée le 21 juin. Il s'agit d'une journée pour fêter l'histoire, la culture et les contributions des diverses communautés autochtones du pays. <http://www.pch.gc.ca/Canada/days-jours/francais.htm>

accompagnés par une campagne de promotion de l'histoire des femmes au Canada, viennent combler des lacunes dans la narration de l'histoire nationale qui, jusqu'alors, avait négligé ces trois groupes (Fraser, 1997). Ce « rattrapage » et cette mise en évidence découlent principalement du fait que ces cellules de la population occupent maintenant une place solide dans la structure sociale canadienne avec des organismes veillant au respect de leurs droits. Et puisqu'ils occupent aujourd'hui une place de choix dans la définition de l'identité canadienne, la préservation et la commémoration de leur patrimoine s'inscrivent en tant que priorités nationales (Gouvernement du Canada, 1998; Guarnieri, 1997)²⁵.

Le présent influence donc la représentation du passé qui sera mise en évidence lors d'une commémoration. Il y a historicisation des préoccupations actuelles (Stamatakis, 1991, p. 59). Mais c'est une relation dynamique qu'entretiennent passé et présent. Ce dernier manipule le passé pour l'adapter au goût du jour, mais cette adaptation se traduit en fait par l'utilisation du passé au bénéfice du présent, plus précisément encore au bénéfice des producteurs de la commémoration²⁶. Un élément de l'histoire, façonné par les rouages de la commémoration nationale, devient justification de la structure actuelle de la nation auprès de la population. « People turn [to commemoration] to comprehend the world. Commemorative symbols make sense of the world's structures and activities by keying them to selected events of the past » (Schwartz, 1997, p. 471). La réécriture de l'histoire nationale officielle a des visées utilitaires

²⁵ Le lien entre commémoration, structure sociale et identité nationale sera exploré plus en profondeur un peu plus tard dans ce chapitre.

²⁶ Le passé ne peut pas tout simplement être remis à neuf lors de commémorations. Certains éléments limitent la manipulation que ce dernier peut subir, dont la mémoire vivante (les contemporains de l'événement commémoré) ainsi que le travail des professionnels de la mémoire (archivistes et historiens). Pour un article détaillé sur les limites de la manipulation du passé voir (Schudson, 1992). La commémoration doit donc tenir compte de l'événement historique en soi tout comme des préoccupations et intérêts culturels actuels.

(Winks, 1976). L'origine d'une politique actuelle pourra être attachée à un passé glorieux (Mandelbaum, 1977), les principes sur lesquels l'État fait reposer la nation, retracés à une époque précédant même la date de fondation de cette dernière (Stamatakis, 1991; Chesneaux, 1978).

« Recollection of the past is an active, constructive process, not a simple matter of retrieving the past. To remember is to place a part of the past in the service of conceptions and needs of a present » (Schwartz, 1982, p. 374). La commémoration sert donc de repère à la population et de légitimation à ses producteurs. Elle ancre dans le passé les réalisations, défis et changements actuels de la société.

1.6 Au service de la mémoire et de l'identité nationales

Une parenthèse se doit d'être ouverte afin d'observer de plus près un des coups de main que la commémoration fournit à l'État, son producteur. La commémoration – et c'est le cas pour les pièces de 1999 – procède fréquemment à l'officialisation et à la diffusion des changements successifs dans la définition de l'identité et de la mémoire nationales. Effectivement, en étant immortalisée dans le métal des pièces du millénaire et diffusée aux quatre coins du pays, la représentation du passé dont ces 25 cents sont porteurs est en quelque sorte proclamée comme étant juste et officielle (Stamatakis, 1991). Les concepts clés de la mémoire collective officielle s'y trouvent définis... et à jour²⁷.

²⁷ Par « mémoire officielle » j'entends ici la mémoire collective activement reconnue et promue par l'État et non pas une version véridique de l'histoire canadienne.

À l'échelle nationale, la mémoire collective se voit remaniée lorsqu'adviennent des changements au sein de la définition de l'identité nationale. « We are constantly revising our memories to suit our current identities » (Gillis, 1994, p.3). Ces changements sont le plus souvent tributaires de modifications dans la structure sociale de la nation; modifications de l'équilibre des pouvoirs qui entraînent également une série de variations au niveau des préoccupations et des priorités de la nation²⁸. « Power is not a static element waiting to be appropriated by a Great Leader or a ruling group. Rather, power must be understood as an ever-changing set of relationships between dominator[s] and dominated » (Davis, 1994, p. 90). La contribution de ces groupes – et pas nécessairement leur propre vision de cette contribution – est donc ajoutée à la narration de l'histoire nationale, à la mémoire collective.

Car la narration du passé est en soi objet de bataille. « The past is not an inanimate object; it is a political issue, a theme of struggle » (Chesneaux, 1978, p. ix). Dans le roman *1984* de George Orwell, ouvrage à l'origine de toutes les théories paranoïaques de conspiration étatique, le passé des habitants d'Océania est constamment réécrit. Ouvrages historiques, journaux et dictionnaires sont remis à jour pour être en accord avec les politiques actuelles du grand manitou *Big Brother* dont une des maximes favorites est : « He who controls the past, controls the future! » (Orwell, 1949). La lutte pour la détermination de la mémoire collective au pays n'en est cependant pas rendue à ce point-là. Cependant, plusieurs versions vernaculaires du passé, œuvres de groupes culturels ou d'intérêt, se chamaillent pour une place dans la composition de la mémoire collective officielle, qui est bien sûr présentée sous l'étiquette « d'histoire canadienne » (Bodnar, 1994). « Faites Centsation! », de son côté,

²⁸ Cela nous ramène à l'exemple des communautés autochtones, des communautés culturelles et des femmes dans le contexte canadien, exemple que nous avons exploré plus tôt. L'accession de ces trois groupes à une position plus importante dans la définition de l'identité canadienne a fait en sorte que bon nombre de préoccupations les concernant ont trouvé une place dans l'agenda politique national.

n'est pas une commémoration issue d'un consensus de mémoires vernaculaires²⁹. Puisqu'il s'agit d'une œuvre officielle, doit-on en conclure que l'équilibre des pouvoirs dans la société canadienne y est ignorée? Désirant éviter conflits et confrontations avec les groupes susceptibles d'y trouver insulte, les autorités fédérales engagées dans la production de la mémoire nationale se font plutôt un devoir de représenter sommairement la structure sociale actuelle (Spillman, 1997). « Official culture normally promotes a nationalistic, patriotic culture of the whole that mediates an assortment of vernacular interests » (Bodnar, 1994, p.75). L'étude de la représentation de la nation véhiculée par les pièces de 1999 nous offrira donc un aperçu de la structure actuelle des pouvoirs. De qui perpétue-t-on le patrimoine dans ces pièces? Quelle est la version de l'identité qui y est favorisée? Il faut toutefois s'attendre à ce que cette représentation soit foncièrement plus encline à clamer la cohésion et l'unité nationales que le serait la somme des versions vernaculaires. Personne n'a jamais osé écrire que la commémoration était un processus égalitaire.

Notre identité collective est donc en constante construction (Bodei, 1992). La mémoire sur laquelle elle s'appuie, y tirant les bases de sa constitution, sa légitimité, l'est donc également. La commémoration servira à officialiser ces changements dans l'identité et dans la mémoire collective et rendra ces derniers accessibles à la population. « What we conventionally call « commemoration » I take to be the practice of representation that enacts and gives social substance to the discourse of collective memory » (Sherman, 1994, p.186). La commémoration fixe la mémoire changeante.

²⁹ Pour une discussion sur la nature des mémoires vernaculaires et officielle et de leur relation dynamique dans la création de la mémoire publique, consulter (Bodnar, 1994).

Portrait de la mémoire collective officielle concocté en fonction des préoccupations contemporaines à la commémoration, la série de pièces de 1999 doit donc être perçue comme un texte révélateur, non pas des derniers mille ans de la nation, mais bien du Canada à l'arrivée du troisième millénaire. « [We have] to shift the focus of remembrance from the past to its proper basis in the present as a self-reflexive medium of contemporary history » (Carrier, 1996, p. 441). Dans le cas des pièces de 1999, il s'agit bien sûr d'une construction excessivement positive – quasi naïve – de ce que la nation devrait idéalement être. Il s'agit également d'un autoportrait de la nation qui est provisoire puisque la définition de l'identité et des priorités nationales, et la diffusion de celles-ci par la commémoration, sont des processus sans fin. En parallèle à l'évolution de la structure sociale, des préoccupations, des besoins et de la définition d'une communauté, on retrouve celle des critères de sélection déterminant quels éléments méritent commémoration. Ce qu'une «génération»³⁰ considère approprié de souligner ne se retrouvera pas nécessairement sur la liste des éléments à perpétuer de la génération qui suivra. « Notre patrimoine est en perpétuelle évolution et le passé est en quelque sorte reconstitué sans cesse à notre image » (Fournier, 1997, p.284)³¹.

³⁰ J'emploie ici le terme « génération » pour désigner chaque groupe/époque qui commémore d'une façon différente, en fonction de critères de sélection différents.

³¹ Dans un article teinté d'ironie, Christina Cameron, alors responsable de la Section des Sites Historiques Nationaux de Parcs Canada, avouait en avoir assez de passer son temps à remplacer d'anciennes plaques commémoratives par de nouvelles (Cameron, 1997). Parce que l'évolution des critères de sélection n'affecte pas uniquement les nouvelles commémorations. Bien souvent, les organismes engagés dans la gestion, l'interprétation et la promotion du patrimoine sont encouragés à revoir d'anciennes commémorations et à les adapter au goût du jour, le plus souvent pour ne pas froisser certains éléments de la population insatisfaits, pour donner un exemple, d'une inscription contraire aux plus récents développements en matière de rectitude politique. C'est un second côté du processus de sélection inhérent à la commémoration qui est ici mis à jour. L'évolution des critères de sélection de la commémoration ne signifie pas automatiquement un changement complet des événements dignes de voir leur souvenir perpétué. Il arrive que certains éléments soient commémorés par de multiples générations, mais la pertinence de leur sélection relève de raisons différentes pour chacune d'entre elles. L'interprétation, la signification d'un événement/individu/lieu pour une communauté, est donc une cible mouvante (Cameron, 1997) constamment modifiée pour satisfaire de nouveaux critères idéologiques et culturels.

« Faites Centsation! », comme toute autre commémoration, est donc une production politico-culturelle (Spillman, 1997; Manning, 1993). Production parce qu'il s'agit d'une construction réfléchie de la part de l'État canadien et de la Monnaie royale; politique par la nature de ses objectifs; et culturelle principalement parce qu'elle est propre à une époque et un contexte de création donnés, et également parce qu'elle se manifeste par l'entremise de symboles culturels³².

Mais avant d'évaluer ce portrait du Canada construit par la commémoration, il faut justement s'arrêter à l'étude de cette dernière en tant que production propre à l'État canadien et à la fin du deuxième millénaire. Le prochain chapitre propose un survol des contextes macro et micro de création de « Faites Centsation! ». De plus, la structure du concours sera examinée sous toutes ses coutures, puisque cette dernière est également au service des motivations unificatrices de son producteur. Que révèle le choix de créer un concours de création de pièces de monnaie pour souligner l'an 2000? Pourquoi avoir choisi la monnaie de circulation plutôt que les pièces commémoratives de collection? Le prochain chapitre propose donc la déconstruction de « Faites Centsation! ».

³² Il y a ici « politicisation de la culture » (Manning, 1983), c'est-à-dire que des symboles culturels sont utilisés pour exprimer des messages politiques. Voir chapitre trois.

CHAPITRE DEUX

Les dessous de « Faites Centsation! »

Dès que j'ai ouvert les yeux, le 31 décembre 1999, je me suis empressée d'allumer le téléviseur afin de suivre les célébrations marquant le passage au nouveau millénaire partout sur la planète. Les « minuits » se suivaient et se célébraient d'un continent à l'autre, certains soulignant l'événement sobrement, d'autres y allant de spectacles élaborés, faisant exploser dans le noir du ciel une myriade de pétards sous les cris de foules exaltées. Les unes après les autres, les nations ont franchi ce moment historique, ont atteint ce point culminant qui, au cours des dernières années, avait été l'objet de nombreux débats et d'une volumineuse couverture médiatique.

Mais ces célébrations ne représentent qu'une portion des programmes commémoratifs créés pour souligner l'arrivée du nouveau millénaire. De nombreux autres projets ont pris place avant et après le fatidique 1^{er} janvier, certains ayant pour mission de nous préparer au nouveau millénaire en faisant le bilan du chemin parcouru jusqu'à maintenant, d'autres nous incitant à célébrer l'arrivée de l'an 2000 et l'avenir prometteur et d'autres encore nous enjoignant finalement à perpétuer le souvenir de ce passage. Tel est le milieu de genèse de « Faites Centsation! » et de l'ensemble des célébrations du millénaire au pays.

2.1 Contremaître national en charge de la production

Cependant, il est primordial de considérer chacune de ces célébrations comme une production culturelle, i.e. comme une construction propre à un moment présent et à un contexte culturel de création donnés; production ayant des objectifs concrets. Puisqu'en plus

d'avoir vu le jour au cœur de l'euphorie entourant le nouveau millénaire, chacune de ces célébrations commémoratives est l'œuvre d'un créateur précis, dont les intentions, en plus d'influencer le contenu du message commémoratif, déterminent également la forme sous laquelle ce message sera distribué (Carrier, 1996). L'analyse de « Faites Centsation! » se fera en sens inverse; c'est-à-dire qu'en procédant à l'étude de la forme qu'a prise cette commémoration, autant au niveau de la structure du concours qu'à celui du véhicule de diffusion du message commémoratif, j'en viendrai à déduire les objectifs visés par ses créateurs¹. Et dans l'étude de « Faites Centsation! », le contexte et les mécanismes de production du concours sont d'une aussi grande importance que les designs qui ont été choisis en bout de ligne puisqu'ils en ont déterminé les paramètres de confection et en ont incité la création.

Le grand responsable de « Faites Centsation! », par l'entremise de la Monnaie royale, c'est l'État canadien. Les pièces issues du concours sont la matérialisation du processus continu de production culturelle institutionnalisé par l'État – et ce dès la Confédération – pour soutenir et diffuser les variations dans la définition de la nation (Spillman, 1997, p. 35). Mis à part le controversé programme des Bourses du millénaire qui a reçu beaucoup de publicité²,

¹ La visée première de la majorité des commémorations nationales est le renforcement du sentiment d'appartenance à la nation (Consulter le chapitre un). L'étude du squelette de « Faites Centsation! » nous permettra de déterminer la voie choisie par l'État pour atteindre cette visée.

² Ce programme d'aide aux étudiants, administré par la Fondation des bourses du millénaire et pourvu d'un budget de 2,5 milliards, a été annoncé en septembre 1998 par le gouvernement Chrétien (Lévesque, 1998). Présentée en tant que programme clé du gouvernement auprès des jeunes pour souligner le millénaire, cette initiative fédérale prévoyait la distribution de bourses générales et d'excellence d'une valeur moyenne de 3000\$ à près de 100 000 étudiants répartis d'un bout à l'autre du pays (Cloutier, 1998). Les Bourses du millénaire ont semé la controverse dès leur annonce puisque plusieurs provinces, et principalement le Québec, y voyaient l'ingérence du gouvernement fédéral dans l'éducation, un champ de compétence provincial (*Presse Canadienne*, 1998; Fontaine, 1998). Des débats sur les critères d'admissibilité, sur le transfert des fonds aux provinces et même sur la couleur et le logo devant apparaître sur les chèques ont ensuite suivi (Cloutier, 1998; Salvat, 1998). Les provinces et Ottawa ont finalement trouvé un terrain d'entente concernant les modalités de

« Faites Centsation! » est certes l'initiative canadienne du millénaire qui a profité du plus de visibilité à l'échelle nationale. Le concours répond cependant du même producteur/co-producteur que plus d'un millier de projets à l'échelle de la nation : l'État.

En 1997, celui-ci a chargé la maison de sondage Angus Reid de réaliser une enquête visant à déterminer quel serait son rôle en ce qui concerne les activités destinées à souligner le millénaire (Groupe Angus Reid, 1997). L'État désirait ainsi prendre le pouls de la population, connaître ses attentes et même ses craintes face à la venue du XXI^e siècle. Plusieurs constatations ont été tirées de cette enquête effectuée auprès d'un peu plus de 3000 Canadiens d'âge adulte; constatations qui, lorsqu'on étudie l'ensemble des programmes fédéraux liés à la célébration du nouveau millénaire, furent respectées à la lettre par les autorités responsables.

En premier lieu, ce sondage révèle que la population estime que le millénaire devrait être souligné de « façon spéciale et que le gouvernement du Canada devrait participer activement aux événements et festivités ». Il s'agit non seulement d'une période de réjouissance, mais également d'une période de « réflexion sérieuse et d'établissement de priorités », un moment idéal pour faire le point et choisir une orientation pour l'avenir. Les Canadiens estiment que le rôle premier du gouvernement fédéral dans le cadre des festivités du millénaire est celui « d'établir des partenariats avec d'autres paliers de gouvernement, des entreprises et des groupes communautaires afin d'élaborer des activités » pour commémorer ce passage historique; activités qui, à prime abord, « auront une incidence durable sur le pays »

distribution et les premières bourses ont été accordées en janvier 2000 (Gagnon, 1999). Pour de l'information sur la Fondation des bourses du millénaire, consulter <http://www.millenniumscholarships.ca/f>

(ensemble des citations : Groupe Angus Reid, 1997)³. De ces résultats de recherche est née l'initiative fédérale concernant les festivités liées à l'arrivée de l'an 2000: le programme « Le Canada et le millénaire » (BCM, 1998d).

Tout en reconnaissant l'importance de souligner la place et l'apport du Canada sur la scène internationale, les célébrations et programmes commémoratifs ont davantage privilégié une approche introspective. Les commémorations mises sur pied par l'État ont donc poussé la nation à regarder à l'intérieur de ses frontières, à s'offrir simultanément une remise en question et une mise à jour. « [Commemoration represents] a period to reflect on the past, assess the present and prepare the future » (Lynn, 1985, p. 485). C'est exactement cet angle qu'ont adopté les responsables des commémorations du millénaire au Canada, offrant aux célébrations un thème reflétant ce duel passé-futur, soit « Des souvenirs à partager – Des rêves à façonner »⁴. Dans un discours prononcé au Musée canadien des civilisations, à Hull, le Premier ministre canadien résume de la façon suivante cette introspection commandée par l'arrivée du nouveau millénaire : « Il s'agit d'un moment propice pour évoquer les réalisations audacieuses qui ont contribué à notre progrès et pour réfléchir à notre histoire et à nos traditions. Ce moment se prête, enfin, à une réflexion sur tout ce qui contribue à notre identité et à ce que cela implique alors que nous approchons le seuil d'un nouveau siècle » (BCM, 1998a). Quel est ce passé qui explique qui nous sommes? Quel avenir prépare-t-on à la nation? Une question qui, implicitement, ramène à la surface la notion de postérité

³ « Le sondage a été réalisé entre le 27 octobre et le 4 novembre 1997. En tout, 3025 adultes ont été interviewés. Les données sont pondérées de façon à s'assurer que l'échantillon est représentatif de la composition du Canada selon la région, l'âge et le sexe, conformément aux données du Recensement de 1996. La marge d'erreur globale associée à un échantillon de cette nature est de plus ou moins 1,8% » (Groupe Angus Reid, 1997).

⁴ <http://www.millennium.gc.ca>, avril 2000

puisqu'elle nous interroge quant à savoir quel est le patrimoine, l'héritage, que nous voulons laisser et qui formera les bases de l'identité à venir.

2.2 Petit ministère au grand mandat

À la tête de l'ensemble des célébrations canadiennes, on retrouve le Bureau du Canada pour le millénaire, un petit ministère temporaire créé au mois de mars 1998 et dont le budget était de l'ordre d'environ 150 millions de dollars. Ce montant a été distribué sous forme de financement au fil des années 1998, 1999 et 2000 (BCM, 1998a). La mission du Bureau se résume en deux grands volets. Premièrement, ce dernier voit à la coordination d'un éventail de projets mis sur pied par différents ministères et organismes gouvernementaux. Ces activités, regroupées sous l'étiquette « d'initiatives du millénaire du gouvernement canadien », ne reçoivent aucun financement de la part du Bureau. La tâche de ce dernier est plutôt de leur offrir une orientation (par l'entremise du thème choisi pour les festivités) et de coordonner « les consultations et les réunions avec les représentants [de ces ministères et organismes] pour discuter de diverses questions, notamment les critères du programme, le financement, les lignes directrices, l'admissibilité, les objectifs gouvernementaux et l'évitement du chevauchement »⁵. C'est à ce niveau consultatif que le Bureau s'est immiscé dans le projet « Faites Centsation! ». Ce concours relève directement de la Monnaie royale canadienne qui à son tour dépend du ministère des Travaux publics et des Services gouvernementaux. Cependant, tous travaillent pour le même patron, soit l'État canadien, et l'étude de fonctionnement du Bureau du Canada pour le millénaire, davantage public que

⁵ Idem, Section « À propos de nous » du site

celui de la Monnaie royale canadienne, nous éclairera grandement sur les agissements de ce grand patron.

Ce bureau a également pour tâche le co-financement de multiples activités à portée locale, nationale ou internationale par le biais du Programme des Partenariats du millénaire du Canada (BCM, 1998b). C'est d'ailleurs ce programme qui est le plus révélateur du fonctionnement et de l'architecture du Bureau, une structure calquée sur celles de la Commission du Centenaire et de la Société Canada 125, soit celle d'un organisme central chargé de faciliter la tâche d'organisations périphériques désireuses de célébrer cet événement important dans l'histoire de la nation (Spillman, 1997)⁶.

En effet, le Bureau du Canada pour le millénaire ne s'affiche pas en tant qu'initiateur de l'ensemble des activités célébrant le passage à l'an 2000, mais plutôt en tant qu'intermédiaire venu faciliter leur réalisation. « Notre mission consistera à encourager les Canadiennes et les Canadiens à faire ce qu'ils jugent eux-mêmes comme étant valable et important » (BCM, 1998a). L'initiative doit venir d'individus, de communautés et même d'entreprises désireuses de souligner, à leur façon, ce moment historique. Si le projet soumis répond à l'ensemble des critères de sélection du Programme des Partenariats, le Bureau peut rembourser jusqu'au tiers du coût de production de l'événement⁷. Plus de 1100 projets ont ainsi reçu du financement,

⁶ La Commission du Centenaire était en charge de coordonner l'ensemble des célébrations du centenaire de la Confédération au pays (Aykroyd, 1992), tandis que la Société Canada 125 se chargeait de cette même coordination pour les activités liées au 125^e de la Confédération (Paquin, 1992). Le bicentenaire de l'Australie (1988) ainsi que celui des États-Unis (1976) ont également été organisés par des organismes centraux dont la mission était d'encourager et de faciliter la participation d'organisations périphériques (Spillman, 1997).

⁷ Pour être sélectionnés, en plus de s'inscrire dans le grand thème des célébrations du millénaire, les projets devaient répondre aux critères suivants: 1) Ne pas être de nature commerciale; 2) Mobiliser des Canadiens de tous les milieux; 3) Que les retombées positives de l'événement s'étendent bien

allant de l'activité d'envergure communautaire (la confection de « L'édredon du millénaire » à Campbell River, contribution du Programme : 920\$), aux initiatives ayant des retombées sur la scène internationale (l'événement « Grand voiliers 2000 » de Halifax, contribution du Programme : 1 000 000\$)⁸.

En plus de recevoir du financement et de pouvoir utiliser abondamment le logo canadien du millénaire, ces projets sont promus sur le site Web conçu pour l'occasion; site sur lequel sont aussi affichés tous les événements canadiens relatifs au passage à l'an 2000, même si ces derniers n'ont pas été sélectionnés par le Programme des Partenariats. Le site agit en tant que babillard communautaire et tous ceux qui désirent y afficher leur projet y sont bienvenus. La célébration de ce passage n'est pas l'affaire d'une minorité. La plus vaste participation est encouragée et les outils sont mis à la disposition de la population⁹.

Entre ceux qui n'obtiennent aucun financement et ceux qui voient leur activité supportée par le Programme des Partenariats du millénaire, il existe une troisième catégorie à l'intérieur de laquelle se retrouvent une quarantaine d'initiatives, soit le programme de Parrainage du

après décembre 2000 (postérité); 4) Que les projets s'inscrivent dans une (ou plusieurs) des quatre grandes catégories du Programme des Partenariats soit « Les jeunes », « L'histoire », « L'environnement » et « L'art et la culture ».

⁸ Le Centre communautaire de Campbell River, en Colombie-Britannique, a reçu du financement afin de créer un édredon sur lequel seront brodés des symboles traduisant la culture locale, les sites historiques ainsi que les ressources naturelles de la région. L'édredon sera ensuite suspendu au cœur du nouveau centre communautaire dont l'ouverture est prévue pour janvier 2001. L'événement Grands voiliers 2000, quant à lui, a inscrit le port de Halifax en tant que port officiel canadien de la course « Grand voiliers 2000 » dont l'objectif était la traversée de l'Atlantique en trois mois. 150 grands voiliers provenant des quatre coins de la planète se sont donc donné rendez-vous dans le port d'Halifax au cours des deux dernières semaines de juillet. <http://www.millennium.gc.ca>

⁹ La participation de la population en tant qu'objectif de la commémoration (et plus particulièrement en tant que motivation derrière les célébrations étatiques canadiennes du millénaire) sera examinée un peu plus loin au cours de ce chapitre.

millénaire. Les bénéficiaires de ce dernier n'ont droit à aucune forme de financement, mais ceux-ci peuvent utiliser le logo canadien de l'an 2000 à des fins promotionnelles. D'ailleurs, dès 1998, ce logo, symbole de la célébration nationale de l'an 2000, a été apposé sur tous les documents fédéraux, du dépliant touristique jusqu'aux chèques d'allocation familiale. Petit personnage abstrait semblant porter une flamme pointée vers l'avenir, son dos, son passé, est bordé d'une demi-feuille d'érable. Ce symbole est l'élément commun à toutes les célébrations, icône dont la mission première est le rappel constant de la célébration entreprise par le Canada, de l'importance de ce passage historique pour la nation.

Plusieurs activités visant à perpétuer le souvenir du passage à l'an 2000, comme le font les pièces commémoratives, ont reçu du financement du Bureau du Canada pour le millénaire. Plusieurs villes et villages du pays sont désormais dotés d'une rue, d'un parc ou d'un sentier du millénaire ou encore ont érigé un monument pour marquer l'occasion. D'autres communautés ont préféré peindre une murale ou encore enfouir dans le sol une capsule contenant leurs aspirations pour les années à venir, capsule qui ne sera déterrée que dans 10, 25 ou 50 ans. Et à chaque fois, une portion de la facture est épongée par le Bureau du Canada pour le millénaire qui, tout en encourageant la célébration de ce moment historique d'un bout à l'autre du pays, n'est pas aux prises avec l'ensemble de l'organisation... et des dépenses.

L'État a répondu à la demande des Canadiens de créer un programme de partenariats avec les communautés, les autres paliers de gouvernement et les entreprises pour célébrer l'arrivée du nouveau millénaire (Groupe Angus Reid, 1997)¹⁰. Quelques projets commémoratifs

¹⁰ Le Sentier Transcanadien, achevé à l'été 2000, est un bon exemple de partenariat avec le secteur privé. Effectivement, les sociétés Chrysler Canada, Canada Trust, RDS et TSN ont fait grandement preuve de « générosité » en vue de la réalisation de ce projet (Gray, 1998). L'expertise de nombreuses entreprises est également mise à contribution, notamment au cœur d'initiatives – à but

nationaux entièrement mis sur pied par l'État ont également vu le jour, comme « Faites Centsation! » et les projets de « L'arbre du millénaire » ou encore « 2000 pour l'an 2000 », pour ne citer que quelques exemples¹¹. La commémoration de ce passage historique, avec à sa tête l'État comme producteur ou co-producteur, est donc « à la fois, civique et commerciale¹², centralisée et décentralisée, publique et privée dans [son] financement comme dans [sa] conception » (Lacorne, 1994, p. 71).

2.3 La mission que l'État s'est donnée

L'étude du Bureau du Canada pour le millénaire est essentielle à la bonne compréhension de « Faites Centsation! » puisque la structure du Bureau ainsi que le fonctionnement de son programme des Partenariats sont fort révélateurs de la façon dont l'État perçoit son rôle dans le cadre des activités liées à l'an 2000. Cette perception a certes joué un grand rôle dans la conception du concours de création de monnaie, de l'idée originale à sa mise en pratique.

non lucratif, bien sûr – visant l'élaboration de documentaires historiques ou encore la numérisation d'archives. <http://www.millennium.gc.ca>

¹¹ « Symbole de l'avenir du Canada, une épinette blanche clonée sera désignée **arbre du millénaire**; celui-ci grandira et s'épanouira durant le XXI^e siècle. L'épinette blanche est une espèce indigène de toutes les régions du Canada. La version génétique témoignera de la compétence du Canada en génétique arboricole. » Ces arbres du millénaire seront mis en terre au cours de multiples cérémonies officielles de plantation. « 2000 pour 2000 est une initiative (...) [qui vise à] fixer sous forme numérique l'histoire des centaines de monuments aux morts et rendre accessibles ces précieux symboles au monde entier au moyen d'Internet. Le but est d'avoir 2000 monuments en ligne d'ici novembre 2000 » <http://www.millennium.gc.ca>

¹² Le côté « commercial » des célébrations du millénaire financées, en partie ou en totalité, par l'État canadien se résume au mandat habituel de certaines entreprises privées avec lesquelles celui-ci s'est associé. Cependant, aucun de ces projets n'avait comme visée la recherche de profit, tel que l'exigeaient les critères d'admissibilité aux programmes de Parrainage et de Partenariat mis sur pied par le Bureau du Canada pour le millénaire. Au premier coup d'œil, il semble en fait que « Faites Centsation! » soit le projet le plus commercial de tous; étiquette qui lui revient en raison de l'ensemble des revenus générés par la vente de pièces et de coffrets-souvenir.

La première question à se poser est pourquoi l'État a-t-il choisi d'appuyer une multitude de petites célébrations régionales alors qu'il aurait pu profiter de cette année hors de l'ordinaire pour servir à la population canadienne un *pompeux programme pan-canadien de promotion de la patrie* ? Certes, l'argument économique compte pour beaucoup dans l'équation. Dans un des discours annonçant l'initiative du millénaire du gouvernement fédéral, le ministre responsable, Herb Gray, disait : « Les Canadiens nous ont (...) confié qu'ils ne voulaient pas de dépenses somptuaires ou de vastes projets de construction [comme lors des célébrations du centenaire de la Confédération] » (Gray, 1998). Le partage des dépenses prévu par le Programme des Partenariats est donc venu répondre à cette exigence, au grand plaisir, sans doute, du ministre canadien des Finances.

Mais plus influent encore que l'argument économique dans la décision de créer des partenariats plutôt qu'un monopole de la célébration est le désir de voir les citoyens et les citoyennes prendre part aux festivités. Peu importe la commémoration, celle-ci présente toujours « une mise en scène organisée, codifiée, qui vise la participation, voire l'enthousiasme de la population » (Raynaud, 1994, p. 108). Et cette motivation à s'impliquer ne peut être plus grande que lorsque la population visée est elle-même auteure de la célébration commémorative, comme c'est le cas pour chacun des projets financés par le Bureau¹³. L'État se présente donc uniquement en tant que catalyseur, en tant qu'intermédiaire facilitant la réalisation des activités (Gray, 1998), promettant de remuer ciel et terre pour fêter en beauté le nouveau millénaire « en collaboration » avec les Canadiens et les

¹³ Philippe Raynaud note que l'explosion des commémorations à l'échelle régionale ou communautaire et la diminution des grandes commémorations nationales est un phénomène commun à beaucoup de sociétés où le système politique est pluraliste. Il offre pour explication « la perte d'identité de groupe par rapport à la nation » et, conséquemment, l'identification à une unité plus rapprochée et moins inclusive (Raynaud, 1994, p. 110). Ce sont ces commémorations qui sont

Canadiennes (BCM, 1998b). On donne à la population le contrôle des activités. « [Le Bureau] ne dira pas aux gens quoi faire ou comment s'amuser » (Gray, 1998), mais il leur fournira cependant, dans le meilleur des cas, du financement, et dans le cas opposé, la possibilité d'annoncer gratuitement leur événement sur le babillard communautaire du site Internet canadien du millénaire.

C'est la célébration comme telle, la participation aux activités, guidée par un seul et même thème, qui devient l'élément unificateur de la nation. « The celebration itself [becomes] the basis of imagined community » (Spillman, 1997, p. 131). L'État a ici misé sur les vertus unificatrices de la fête (Noreau, 1992), encourageant la commémoration de ce passage en fonction d'un thème - « Des souvenirs à partager – Des rêves à façonner » - pouvant être interprété à toutes les sauces et mis en pratique de multiples façons, ce qui le rend attrayant, pour différentes raisons, à un grand nombre de personnes (Spillman, 1997, p. 35). Il peut donc y avoir solidarité dans la célébration, sans qu'il y ait obligatoirement consensus quant à la façon dont ce moment devrait être souligné et quant à la signification exacte que ce dernier devrait revêtir pour tous. Et plus le public auquel une célébration s'adresse est large et hétérogène, plus les thèmes et les rituels marquant cette dernière sont vagues et ajustables aux goûts de tous.

Ainsi, au cœur des activités financées par le Bureau du Canada pour le millénaire, la participation de la plus large proportion de la population est donc encouragée. Il s'agit d'ailleurs de la mise en pratique, de la concrétisation, d'un objectif à long terme que s'est fixé le gouvernement fédéral, tel que le démontre un récent rapport du Portefeuille du

favorisées par le Programme des Partenariats du millénaire du Canada qui les chapeaute cependant d'un seul et même thème.

Patrimoine canadien. Parmi la liste de priorités qui apparaît dans ce rapport, on retrouve : « Encourager la participation et la contribution à la vie de la société canadienne » puisque l'État estime que l'atteinte de cet objectif entraînerait, dans le meilleur des mondes, une chaîne de réactions positives menant au renforcement de l'identité et de l'unité nationales (Gouvernement du Canada, 1998, p. 20). Glynn S. Hughes avance, lui aussi, une théorie sur les bienfaits de la participation de la population pour le gouvernement fédéral et la nation : « There is (...) a need to counteract political apathy by allowing people to experience a sense of ownership in the political process and so to develop pride in their citizenship and their nation » (Hughes, 1997, p. 33). L'apathie face aux affaires de l'État est ici contrecarrée par une appropriation d'une part du processus de célébration et de commémoration, appropriation qui se concrétise également dans le cas de « Faites Centsation! ». Communauté dans la célébration, la population canadienne a donc pu profiter d'une panoplie d'outils et d'opportunités pour participer aux festivités entourant le passage au nouveau millénaire.

2.4 Outil de diffusion à grande échelle

C'est donc dans ce contexte que la Monnaie royale canadienne a créé « Faites Centsation! », répondant, elle aussi, du désir de l'État de susciter la participation de la population à la célébration. La Monnaie royale n'en est pas à ses premières armes en matière de commémorations nationales d'envergure. Que ce soit pour frapper des médailles qui seront distribuées à tous les enfants du pays ou encore pour mettre en circulation de nouvelles pièces arborant un design commémoratif, le gouvernement a mis à profit le pouvoir de

production de souvenirs matériels de la Monnaie royale dès la première célébration historique de la nation¹⁴.

Il est maintenant habituel et acquis que cette société d'État ainsi que sa consœur, la Société canadienne des postes, soient mises à contribution afin d'immortaliser les expériences charnières vécues par la nation ainsi que par certains membres ou groupes de sa population¹⁵.

« The ordinary postage stamp [and the national currency have] made an important contribution to the creation and perpetuation of our patriotic image » (Skaggs, 1978, p. 199).

La mise sur pied de projets spéciaux au sein de ces deux organismes était donc une chose à laquelle tous pouvaient s'attendre lorsque l'initiative étatique canadienne du millénaire a été lancée. Seule la forme des projets commémoratifs restait à déterminer.

Alors, pourquoi ne pas s'être contenté de mettre en circulation quelques pièces commémoratives élaborées par les artisans auxquels la Monnaie royale fait habituellement appel? Le passage historique à l'an 2000 aurait été souligné et le médium choisi pour véhiculer la commémoration en aurait assuré la diffusion et la postérité pour de nombreuses années. Mais avant même de questionner la décision de mettre sur pied un concours de création de designs, il importe de considérer le choix même de la monnaie de circulation en

¹⁴ La première commémoration nationale d'envergure a eu lieu en 1927 afin de souligner le 60^e anniversaire de la Confédération. La nation n'avait pu marquer son 50^e de façon colossale puisque le pays était alors en guerre. De grandes fêtes furent organisées pour marquer le 1^{er} juillet, des timbres-poste furent conçus et des médailles commémoratives furent frappées et remises à tous les enfants du pays afin de souligner l'importance de cette étape pour la nation (Aykroyd, 1992).

¹⁵ Alors que la Monnaie royale canadienne a produit les pièces du millénaire, par l'entremise de « Faites Centsation! », la Société canadienne des postes a, quant à elle, produit un album-souvenir de timbres du millénaire intitulé *Reflets d'une Nation* (Société canadienne des postes, 1999), ainsi que mis sur pied un concours de design de timbres adressé aux jeunes et ayant pour thème l'avenir du Canada (Masse, 1999a).

tant que véhicule privilégié de distribution du message commémoratif. Certes, la monnaie nationale est un médium à l'aide duquel sont présentés, année après année, les éléments importants du patrimoine du pays¹⁶. Cependant, le statut fonctionnel de la monnaie de circulation, son utilité en tant que médium économique, contribue également grandement à « Faites Centsation! » et ce, majoritairement au niveau de la distribution du message commémoratif.

Le 25 cents de circulation est un outil utilisé quotidiennement par tous les Canadiens. Idéal pour les parcomètres, les téléphones publics, les buanderies, ce 25 cents, peu importe s'il est orné d'un « Mountie », d'un caribou ou de symboles autochtones, garde toujours la même valeur sur le marché des transactions. Le message commémoratif est simplement venu se greffer à un médium déjà existant, n'en changeant aucunement la nature et la valeur, profitant de la pénétration massive et du grand taux de circulation dont ce dernier bénéficie en raison de sa nature d'outil essentiel de transaction économique. S'il n'est pas conservé par un consommateur désireux de préserver un souvenir du passage au troisième millénaire, le 25 cents commémoratif sera tout simplement remis en circulation sur le marché des transactions, son message colporté vers d'autres récepteurs.

Pour assurer une pénétration encore plus grande et une diffusion encore plus étendue de ces pièces commémoratives à travers la nation, la Monnaie royale s'est alliée à la Société canadienne des postes qui s'est engagée à distribuer les pièces du millénaire à partir de ses 7300 comptoirs postaux¹⁷. « Our aim is to ensure that Canadians, in all parts of the country,

¹⁶ Voir chapitre un.

¹⁷ À l'origine, c'est en partenariat avec l'Association des banquiers canadiens que la Monnaie royale canadienne devait distribuer les pièces du millénaire. Cependant, au cours du mois de juin 1999, les

particularly in rural and remote areas, will be able to obtain these beautiful coins through our customer-friendly one stop shopping network » (CCN, 1999e)¹⁸. Cet objectif devrait plutôt être traduit de la sorte : notre but n'est pas que tous les Canadiens aient accès aux pièces, mais bien que les pièces – et le message qu'elles véhiculent – aient accès à tous les Canadiens.

La nature du médium choisi assure également une certaine postérité à la commémoration. Effectivement, les pièces de monnaie frappées pour le millénaire ne cesseront pas de circuler à minuit le 31 décembre 2000. Une fois sur le marché, elles continueront à circuler, à être échangées, jusqu'à ce qu'elles se retrouvent entre les mains d'un collectionneur... de monnaie ou de souvenirs. Car, effectivement, le format, la durabilité et le côté esthétique de la monnaie en font un item souvenir idéal¹⁹. Cette notion est d'ailleurs grandement exploitée dans les publicités faisant la promotion des pièces. En effet, ces publicités se terminent toutes par une incitation à la collection : « Une nouvelle pièce de 25 cents du millénaire sera émise chaque mois. *Recherchez-les, collectionnez-les* et tenez un peu de notre histoire dans vos mains » (Y&R, 1999a, italiques ajoutées). Pour les pièces de 1999, il s'agit en fait de s'offrir le millénaire (MRC, 1999v); celui qui vient de se terminer et qui est représenté par les éléments du patrimoine immortalisés sur les pièces ainsi que celui qui commence, le souvenir

banques ont refusé de continuer à les distribuer en raison d'un conflit qui les opposait à la Monnaie royale (voir CCN, 1999d). Le partenariat avec la Société canadienne des postes est encore plus avantageux que celui avec l'Association des banquiers puisqu'au pays, en plus d'être plus nombreux, les bureaux de poste offrent une couverture beaucoup plus étendue du territoire que ne le font les succursales bancaires (CCN, 1999f).

¹⁸ Les ensembles-souvenir ainsi que les versions « de collection » des pièces du millénaire étaient, quant à eux, disponibles auprès des détaillants indépendants de numismatique, dans tous les magasins La Baie du pays, ainsi que sur Internet à partir du site de la Monnaie royale canadienne.

¹⁹ Le côté esthétique, artistique, des designs apparaissant sur les pièces a été promu dès la première portion de cette commémoration; soit dès l'annonce du concours « Faites Centsation! ».

de l'occasion même qui a motivé la création de « Faites Centsation! ». Bien qu'il s'agisse d'une campagne de promotion incitant la consommation de représentations de la nation, l'approche choisie par la Monnaie royale est plutôt de vanter ces pièces en tant que souvenirs concrets du passage au nouveau millénaire. Et, à mon avis, c'est également à ce titre que les Canadiens les consomment.

Dans le cas des pièces du millénaire de 1999, l'attrait provient également du fait que ce n'est pas uniquement un croquis qui vient commémorer ce passage, mais plutôt 12 nouveaux designs (Gingras, 1999). Cette pluralité des pièces profite cependant davantage à la Monnaie royale qu'à ceux et celles qui décideront de mettre ces pièces de côté. Effectivement, puisque les 25 cents du millénaire forment une série, c'est la conservation des 12 et non pas d'une seule ou de quelques-unes de ces pièces qui rend intéressante cette collection commémorative du millénaire. En offrant un grand éventail de designs, la Monnaie pousse en fait la population à collectionner, à mettre de côté à titre de souvenirs, un plus grand nombre de pièces, ce qui force la Monnaie à produire encore plus de 25 cents pour le marché des transactions, accroissant ainsi sa rentabilité²⁰.

²⁰ Il est important de mentionner que la Monnaie royale canadienne est une société d'État qui fonctionne tout comme le ferait une entreprise privée. Bien que son unique actionnaire soit l'État, cette société a des clients à l'échelle internationale et vise l'atteinte de profits, si ce n'est, au moins, la rentabilité de ses opérations. Consulter <http://www.rcmint.ca>. De nombreux items souvenir ont donc été créés à partir des pièces du millénaire, question de satisfaire tous les goûts... et tous les budgets. Tous pouvaient, à leur façon, consommer leur part de l'histoire de la nation. Les collectionneurs de monnaie ont eu droit aux ensembles de luxe en argent sterling au fini épreuve numismatique. Le collectionneur occasionnel, davantage à la recherche de souvenirs que de pièces de monnaie hors de l'ordinaire, pouvait, quant à lui, s'en remettre à l'ensemble-souvenir de base (MRC, 1999a). (Ironiquement, ce présentoir qui met en évidence les designs historiques de 1999 ne permet pas de voir l'envers des pièces, envers qui est frappé du portrait de la reine Élisabeth II. Cette série qui se veut l'image de ce qui a fait du Canada ce qu'il est aujourd'hui masque donc, lorsqu'offerte dans ce présentoir, un des éléments les plus importants de l'histoire de la nation!) La Monnaie royale a même pensé aux enfants en créant *Les aventures de Nathalie et Zacharie Monet* (MRC, 1999t). Il s'agit d'un coffret de six livrets. Chacun de ces livrets présente deux histoires, chaque histoire étant inspirée par un des motifs apparaissant sur les pièces du millénaire. Un guide de l'enseignant est également disponible. D'ailleurs, il n'y a pas que la Monnaie royale qui a renfloué ses coffres à l'aide de cette

Il est possible de pousser encore plus loin notre raisonnement au sujet de l'ensemble des décisions ayant mené à la création des pièces du millénaire. Par exemple, pourquoi avoir choisi de créer des 25 cents commémoratifs plutôt que des dollars? Cette question nous lance à nouveau sur la piste du statut d'objet de collection, d'item souvenir, de ces pièces de monnaie. Si les designs du millénaire avaient été frappés sur des 1\$, la population s'empresserait-elle de les mettre de côté pour les conserver ou encore courrait-elle les acheter – en rouleau de 40 – aux comptoirs postaux? La marge est grande entre les six dollars d'épargne qu'entraîne la préservation de 24 pièces commémoratives de 25 cents et les 24 dollars que demanderait le même exercice si les pièces commémoratives avaient remplacé le huard plutôt que le caribou²¹. Il est clair que la préservation de ces pièces par les Canadiens était un des objectifs visés par les créateurs de « Faites Centsation! » (MRC, 1999b). Le choix du 25 cents de circulation, décision éclairée de la part des têtes pensantes derrière « Faites Centsation! », était donc le plus approprié.

initiative du millénaire. Des compagnies spécialisées dans la production et la vente de produits aux numismates ont rapidement mis sur le marché une série de présentoirs en carton, tous ornés de symboles stéréotypés de la nation, qu'il s'agisse de drapeaux provinciaux ou encore de l'image d'un canot, d'une caravelle ou encore d'un chef autochtone. Certains collectionneurs et marchands de monnaie se sont également enrichis par la vente de 25 cents de 1999... frappés de caribous. Ceux-ci n'ont été insérés que dans les ensembles-souvenir produits chaque année par la Monnaie royale et comprenant l'ensemble des pièces sonnantes utilisées pour cette année précise. Certaines personnes se sont cependant mises à vendre ces 25 cents individuellement et ce au coût de 9,50\$ la pièce (CCN, 1999h).

²¹ D'un autre côté, les pièces de plus petite valeur trouvent bien souvent le chemin du fameux « pot de change » que nous gardons tous à la maison. La masse de monnaie qui s'accumule dans nos poches ou nos portefeuilles nous fait souvent délaissier ces pièces en faveur du 25 cents, du dollar et du deux dollars.

2.5 Symboles nationaux recherchent créateurs

Restait donc à déterminer le prétexte de création des 25 cents commémoratifs de circulation. Il faut encore une fois s'en remettre aux intentions du grand producteur de la commémoration; soit le désir de faire participer la plus grande proportion de la population possible, objectif auquel la création d'un concours répond adéquatement.

« Faites Centsation! » n'est pas la première compétition à l'intérieur de laquelle on offre à la population la chance d'intervenir dans le champ du symbolisme national. L'an 2000, à lui seul, a généré plusieurs compétitions de ce genre²². Cependant, l'expérience canadienne en matière de projets similaires ne se limite pas aux années bordant le passage au nouveau millénaire. L'élaboration d'un de nos plus importants symboles nationaux, soit le drapeau canadien, a été mêlée, elle aussi, à quelques concours de création de symboles qui, aux premières heures, étaient destinés uniquement aux artistes visuels et aux spécialistes de l'héraldique. Le tohu bohu généré par la création et l'adoption d'un nouveau drapeau a vite rejoint les rangs de la population qui, à son tour, s'est empressée d'inonder de suggestions les autorités responsables (Matheson, 1980). Plusieurs concours de création de timbres-poste s'ajoutent également à cette liste (Rousseau, 1999), tout comme quelques initiatives visant la création de pièces commémoratives de circulation.

Effectivement, « Faites Centsation! » n'est pas le premier concours de création de pièces de monnaie, bien que ses organisateurs le décrivent constamment comme une entreprise

²² Consulter (Masse, 1999a) au sujet du concours mis sur pied par la Société canadienne des postes auprès des écoliers canadiens.

« unique » en son genre (CCN, 1998a). C'est en 1927, pour le 60^e anniversaire de la Confédération, que l'on décide pour la première fois de commémorer un moment historique pour la nation en suscitant la collaboration de la population dans la création de pièces de monnaie. Malheureusement, la période séparant la date d'annonce du concours de la date limite de participation étant beaucoup trop courte, très peu de designs sont parvenus aux organisateurs et seuls trois d'entre eux ont été jugés dignes d'apparaître sur la monnaie. Cependant, ceux-ci n'ont jamais été frappés puisque le temps nécessaire à leur confection n'aurait pas permis de les mettre en circulation avant la fin de 1927 et nul ne voyait l'intérêt d'émettre une série de pièces post-commémoratives (CCN, 1991b). Un concours du même genre, cette fois-ci accompagné d'un prix de 9000\$, fut lancé auprès d'artistes et de designers, afin de souligner le Centenaire de la Confédération. Ces derniers devaient suggérer un revers pour chacune des pièces, allant du cent au dollar. C'est Alex Colville, un artiste de Toronto, qui a remporté cette compétition, et les pièces, dont certaines circulent toujours, ont cette fois-ci été frappées à temps pour la célébration (Aykroyd, 1992).

Le réel précurseur de « Faites Centsation! » est cependant le concours de création de pièces de monnaie organisé en 1992 pour le 125^e anniversaire de la Confédération. En un mois et demi, plus de 11 000 entrées provenant de tous les coins du pays sont parvenues aux organisateurs (CCN, 1991c). Ce programme prévoyait la frappe et la mise en circulation d'une nouvelle pièce de un dollar ainsi que de 12 nouvelles pièces commémoratives de 25 cents, chacune de ces dernières représentant un élément caractéristique d'une des provinces ou encore d'un des territoires. Il s'agissait du premier concours du genre dont la participation était universelle puisque tous les Canadiens et les Canadiennes d'un bout à l'autre du pays, et non pas uniquement les professionnels de l'art et du design, étaient invités à y participer

(CCN, 1991c). Les pièces, dévoilées une à une au cours de l'année 1992, ont connu un vif succès auprès de la population, autant sous la forme d'ensembles de collection qu'en tant que pièces individuelles (*Presse Canadienne*, 1992b)²³. Malgré quelques petits accrocs – essentiellement des problèmes reliés au manque de visibilité du programme ou encore au manque de disponibilité des pièces (CCN, 1992a et 1992b) – ce fut une initiative très bien reçue. « It [was] a major numismatic celebration of Canadian unity » (CCN, 1992b), une entreprise qu'il valait la peine de répéter.

La décision de créer « Faites Centsation! » est donc largement attribuable au succès remporté par le concours de 1992. La pertinence et l'efficacité de cette forme commémorative y avaient alors été établies. « Faites Centsation! » n'est cependant pas une copie conforme de son aîné. Bien que les réussites de ce dernier aient été imitées, des mesures ont été prises afin d'éviter les malheurs rencontrés par les responsables du concours de 1992²⁴.

²³ Avant même que le premier ensemble-souvenir ne se retrouve dans les magasins, les commandes pour se le procurer abondaient. 165 000 personnes désiraient ainsi se procurer l'ensemble-souvenir le plus abordable (un peu moins de 10\$) alors que la Monnaie royale canadienne avait prévu que seulement 135 000 seraient produits et vendus au cours de l'année. Même scénario du côté de l'ensemble de collection beaucoup plus coûteux. Alors qu'elle prévoyait en vendre 8000 (à 100\$ l'ensemble), la Monnaie royale canadienne en avait déjà vendu 40 000 au début de novembre (CCN, 1992 e).

²⁴ Contrairement aux pièces du millénaire, les 25 cents commémoratifs de 1992 n'ont pas bénéficié d'une campagne de publicité. Les responsables s'attendaient à ce que les médias reprennent d'eux-mêmes l'histoire du concours et des lancements de pièces, ce qui n'a pas été fait. L'entreprise a quelque peu souffert de ce manque de visibilité en début d'année, certains marchands refusant même les pièces puisqu'ils n'en reconnaissaient pas les designs (CCN, 1992a). Un tout autre problème a frappé les organisateurs du concours une fois les pièces devenues populaires : celles-ci ne circulaient presque pas, les gens les mettant de côté très rapidement à des fins de collection. La Monnaie royale a remédié à cette situation en produisant davantage de pièces et d'ensembles-souvenir, accusant cependant un certain retard qui a fait grincer des dents plusieurs collectionneurs et détaillants (CCN, 1992c; *Presse Canadienne*, 1992b).

Dans le contexte canadien, « Faites Centsation! » mérite mention, non pas uniquement parce qu'il s'agit d'une forme commémorative divergent des médiums plus traditionnels²⁵, mais également, parce qu'au côté des multiples petites initiatives régionales financées par le Bureau du Canada pour le millénaire, ce concours fait partie du groupe très sélect des projets nationaux organisés en totalité par l'État pour commémorer l'arrivée de l'an 2000. « Faites Centsation! » est national par son producteur, par son objet de commémoration, par l'étendue de la population touchée et par l'échelle de diffusion de son message. Qui plus est, « Faites Centsation! » fut un des premiers projets dévoilés pour souligner l'an 2000, faisant connaître à la population l'intention du gouvernement de célébrer de façon particulière le passage au prochain millénaire. « [The contest built] awareness [that Canada was celebrating] in the asking, in the participation and in the award of the prize to the winner [at the monthly unveiling of each coin]» (Aykroyd, 1992, p. 91). Non seulement le médium choisi pour véhiculer la commémoration assure-t-il la diffusion du message à l'échelle nationale; le concours qui a mené à sa création, quant à lui, met de l'avant et souligne l'effort de célébration entrepris par l'État et la nation. En incitant les gens à participer tout comme en leur offrant des pièces, « Faites Centsation! » a conscientisé la population canadienne à la célébration préparée par l'État pour ce moment historique, il l'a encouragée à considérer ce passage comme une étape charnière pour la nation canadienne.

Ici, tout comme dans le cas des projets financés par le Programme des Partenariats du millénaire du Canada, la célébration s'inscrit en tant qu'expérience unificatrice. « Faites

²⁵ L'intérêt généré par « Faites Centsation! » est explicable, en partie, par le caractère inusité de cette forme commémorative : d'abord parce qu'il s'agit d'un concours et ensuite parce que le véhicule utilisé pour diffuser la commémoration est la monnaie de circulation. Monuments, plaques et manifestations toponymiques, aujourd'hui devenus présences commémoratives auxquelles tous sont habitués, tombent parfois dans la banalité et n'arrivent plus à générer l'intérêt du public (Carrier, 1996, p. 438). La forme qu'adopte la commémoration est donc de première importance.

Centsation! » est un effort de mobilisation nationale (Spillman, 1997, p. 100) et de multiples mécanismes ont été mis de l'avant afin d'inciter la population à plonger tête première dans ce projet commun.

2.6 L'important ce n'est pas de gagner... mais de participer

La structure du concours, les documents en faisant la promotion, ainsi que les propos avancés par ses responsables sont révélateurs du désir de transformer « Faites Centsation! » en un projet de participation de masse célébrant à la fois la nation et le millénaire.

À prime abord, tout comme les projets financés par le Programme des Partenariats, le concours s'adresse au plus vaste ensemble démographique possible. Toute la population est invitée à y participer. Pas même besoin d'être citoyen canadien, il suffit simplement de résider à l'intérieur des frontières de la nation (MRC, 1998a). Et cette universalité au niveau de la participation est sans cesse répétée, que ce soit sur le site Internet du concours²⁶, dans les communiqués émis par la Monnaie royale²⁷ ou encore au cœur des annonces radio et des documents imprimés faisant la promotion du concours (MRC,1999u).

L'universalité de la participation est bien sûr encouragée de façon directe par des affirmations comme : «Tous les Canadiens et Canadiennes du pays entier sont invités à participer à ce concours unique et surtout amusant » (MRC, 1998c). Mais elle est également promue de façon indirecte, principalement par l'entremise de critères de création inclusifs

²⁶ <http://www.centsation.com>, avril 1999

²⁷ Tous les communiqués se retrouvent sur le site de la Monnaie royale canadienne : <http://www.rcmint.ca>

(MRC, 1998a). Par exemple, l'accent n'est pas mis sur la qualité des dessins envoyés, mais bien sur la pertinence de leur concept. « Vous n'êtes pas un artiste professionnel, dites-vous? Peu importe. Ce qui compte, ce sont vos idées et non la qualité artistique de vos croquis. Vos possibilités sont donc illimitées »²⁸. En appui à cette notion, les règlements du concours exigeaient des participants qu'ils joignent à leur dessin une brève explication, nivelant ainsi le fossé susceptible de séparer les professionnels du dessin de ceux qui, comme moi, ont à peine dépassé le stade du bonhomme allumette (MRC, 1998a)²⁹. Le message lancé à la population : c'est l'idée derrière l'image qui compte, être un as du dessin ne jouera donc pas en la faveur de quiconque.

La participation de la population à ce projet est également motivée par moult promesses de prestige et de postérité. « Si votre dessin est choisi, les générations actuelles et futures admireront votre œuvre, qui leur rappellera cette jonction singulière de notre passé et de notre avenir »³⁰. Cette promesse de reconnaissance infinie devient même le slogan, en de multiples variations, utilisé pour inciter les gens à répondre à la demande lancée par la Monnaie royale. Cette renommée post-commémorative sera assurée encore une fois grâce au médium choisi pour véhiculer le message. Les créateurs de « Faites Centsation! » assurent que les gagnants profiteront tout de même d'un peu de ce prestige dans le temps présent puisqu'ils « seront invités à participer à la cérémonie de présentation officielle [de leur pièce] au cours de

²⁸ <http://www.centsation.com>, avril 1999

²⁹ Ironiquement, de nombreux gagnants de « Faites Centsation! » possèdent une formation en art ou en graphisme. L'égalité des chances semble davantage illusion que réalité. Cependant, cette illusion fut certainement un facteur d'encouragement auprès de ceux qui croyaient leur talent de dessinateur trop mince pour gagner.

³⁰ <http://www.centsation.com>, avril 1999

laquelle la Monnaie royale canadienne [leur] remettra un cadeau personnalisé » (MRC, 1998e).

Les conditions de participation et les promesses de récompenses sont donc bien alléchantes pour tous. Le processus de soumission des designs a également été conçu afin d'accommoder le plus vaste éventail de participants possible. Des trousseaux officiels de participation étaient disponibles, sans frais bien sûr, auprès de la Monnaie royale que l'on pouvait rejoindre par la poste, par courriel ou encore à l'aide d'un numéro sans frais. Ce dernier était diffusé à la population au cœur des annonces radio faisant la promotion du concours (MRC, 1999u). Il était également possible d'envoyer sa candidature, dessin inclus, directement par Internet, à partir du site du concours³¹. Les participants pouvaient également se contenter d'envoyer une feuille blanche sur laquelle apparaissaient leur dessin et leurs coordonnées³².

L'initiative promotionnelle la plus impressionnante en ce qui a trait à générer la participation du public fut cependant l'envoi, dans tous les foyers canadiens, d'un petit ensemble de participation qui, en plus de comprendre une brève description du concours et de l'importance de la contribution de la population pour célébrer le nouveau millénaire, contenait également deux feuilles, l'une marquée 1999, l'autre 2000, sur chacune desquelles apparaissait le contour d'un 25 cents, prêt à accueillir les designs de la population (CCN, 1998a). En plus d'accroître grandement la visibilité de « Faites Centsation! » et de l'importance de la célébration du millénaire pour le Canada, cette tactique promotionnelle, inconnue au concours de 1992, explique probablement une grande partie de l'énorme fossé

³¹ Idem

³² Pour être éligible à la compétition, le design devait tout simplement être tracé à l'encre noire dans un cercle de 20 cm de diamètre (MRC, 1998a).

entre les taux de participation des concours marquant respectivement le 125^e de la Confédération et l'arrivée du troisième millénaire. Alors que 60 000 suggestions ont été reçues pour les pièces de 1999 et de 2000, seulement 11 000 designs sont parvenus aux organisateurs du concours de 1992³³.

Tout comme pour les projets financés par le Bureau du Canada pour le millénaire, « Faites Centsation! » donne – ne serait-ce que virtuellement – le contrôle de la célébration à la population. L'argument voulant que les pièces soient des œuvres « de Canadiens pour les Canadiens » (MRC, 1999b; CCN, 1998a) fut exploité à toutes les sauces! Encore une fois, l'État se présente en tant que simple collaborateur, catalyseur d'énergies, dont la tâche semble uniquement être celle de faciliter la mise sur pied et la distribution d'un univers symbolique national, reflet de la perception de la population. Cette célébration commémorative est présentée comme appartenant aux Canadiens et aux Canadiennes. L'État leur fait cadeau de la confection des designs qui marqueront le passage du millénaire à jamais, répétant, à l'intérieur de l'ensemble des sources ayant fait la promotion du concours, que le privilège et la responsabilité de laisser un héritage durable de ce passage historique reviennent aux citoyens (MRC, 1998e; Gray, 1998). Mais non seulement l'État offre-t-il à la population la possibilité de créer des symboles appelés à être immortalisés, il offre également à des Canadiens d'un peu partout au pays la chance de sélectionner les gagnants. Cette offrande permet en fait à l'État d'étiqueter ces pièces, créées par les rouages de la machine

³³ D'autres éléments entrent en ligne de compte pour expliquer cette différence. Le laps de temps séparant l'annonce du concours de la date limite était de un mois et demi pour les pièces de 1992, tandis qu'elle fut de quatre mois pour les pièces de 1999 et de près de un an pour celles de 2000. De plus, « Faites Centsation ! » n'a pas fixé de limite de suggestions par participant, alors que le concours de 1992 imposait une limite de trois soumissions. Cette constatation nous pousse à nous interroger sur le nombre réel de participants à « Faites Centsation! ».

institutionnalisée de représentation de la nation, de reflet exact du « choix du peuple » (MRC,1999i).

Pour chacune des séries de pièces commémoratives, le jury était composé de 12 étudiants en beaux-arts de niveau postsecondaire et non de spécialistes en numismatique, en sémiotique ou encore en science politique³⁴. C'est donc l'image d'un processus artistique plutôt que d'une démarche essentiellement politique qui ressort de la description du processus de sélection implicite au concours. C'est une représentation qui, encore une fois, est en accord avec le désir d'invisibilité, d'absence d'un côté « politique », qu'entretient l'État pour l'ensemble des projets reliés à la célébration du millénaire au pays. Cependant, « Faites Centsation! » étant un projet de commémoration national, il est naïf de croire que l'État ait joué un rôle passif au sein du processus de sélection.

D'ailleurs, nul besoin de chercher bien loin pour le confirmer. Le jury pour les pièces de 1999 avait pour tâche, non pas la sélection finale des 12 pièces qui allaient former la série, mais plutôt l'identification de ce qu'ils considéraient comme étant les 36 meilleurs designs. Le flambeau était ensuite passé aux spécialistes de la Monnaie royale canadienne qui identifiaient les 12 dessins les plus appropriés – pour l'occasion et en tant que motifs pouvant être gravés sur des pièces de monnaie. Le processus compte cependant une étape supplémentaire puisque ces dessins ont ensuite dû être soumis au gouvernement canadien

³⁴ Les membres du jury ont été choisis par la Monnaie royale canadienne de concert avec les universités et les collèges offrant des programmes d'art et de design un peu partout au pays (MRC, 1998e). La majorité des provinces y sont représentées et le jury, qui compte six hommes et six femmes, comprend également quelques spécialistes de l'art autochtone. <http://www.centsation.com>, avril 1999

pour approbation (MRC, 1998a; CCN, 1999a)³⁵. J'ignore si certains des designs suggérés par les spécialistes de la Monnaie ont été refusés par la branche du gouvernement responsable de leur évaluation, mais il est cependant certain que les motifs choisis représentent une décision motivée de l'État canadien³⁶. Il s'agit du processus de sélection déterminant quels designs sont dignes de postérité, processus dépendant en totalité de l'image de la nation que l'État désire promouvoir³⁷.

Pièces immortalisant le souvenir d'un passage historique pour la nation canadienne, les 25 cents du millénaire sont le résultat d'un processus complexe mis sur pied, à son avantage, par l'État canadien, bien que les discours officiels vendent plutôt toutes les activités liées au millénaire comme étant dépendantes du bon vouloir de la population, qui, lorsqu'unie dans la célébration, est tout simplement... « centsationnelle »!

2.7 La chasse au patrimoine

Quelle était la motivation de tous ces participants qui ont envoyé une suggestion de dessin? Désir de postérité? Amour de la patrie? Besoin de souligner de façon spéciale le nouveau millénaire? Passion de l'histoire? Ils ont tous répondu à la demande lancée par la Monnaie

³⁵ Malheureusement, j'ignore quel est l'organisme responsable de cette approbation. Il se peut très bien qu'il s'agisse du Bureau du Canada pour le millénaire – ce qui rend l'étude de son fonctionnement encore plus pertinente – puisque le rôle que celui-ci a été appelé à jouer auprès des organismes gouvernementaux célébrant à leur façon le millénaire est celui d'orienteur, entre autres au niveau des objectifs gouvernementaux (<http://www.millennium.gc.ca>). Il se peut également que les designs aient tout simplement été soumis à la branche de l'appareil étatique responsable de la Monnaie royale : le ministère des Travaux publics et des Services gouvernementaux.

³⁶ Voir chapitre un.

³⁷ Consulter le prochain chapitre.

royale canadienne d'identifier les éléments marquants du dernier millénaire de la nation et de les traduire sous forme de symboles, procédant en quelque sorte à la « logoïsation » de l'histoire nationale (Hughes, 1997, p. 23)³⁸. Ce qui est lancé, c'est une chasse aux éléments du patrimoine; que ce dernier soit humain, industriel, naturel ou culturel (CCN, 1998a). Et les directives restreignant cette chasse sont quasi inexistantes. La Monnaie ne fait état que de quelques suggestions très vagues, et prend soin de souligner que les participants ne doivent pas se limiter à celles-ci³⁹. Événements, découvertes, inventions, réussites et personnages qui ont marqué la nation peuvent tous s'inscrire en tant que sources d'inspiration (CCN, 1998a).

La variété des réponses reçues est révélatrice du manque de spécificité de la demande. Pour ne donner que quelques exemples, des dessins représentant l'arrivée des Vikings ont côtoyé des designs rendant hommage à Wayne Gretzky, aux anciens combattants ou encore à certains chefs des Premières Nations. Le bras spatial canadien, l'insuline, le sirop d'érable, la tour du CN ainsi que de multiples paysages ont également généré leur lot de suggestions (MRC, 1998d; CCN, 1998c).

Il est cependant important d'observer la nature même de la demande, c'est-à-dire l'identification, la sélection par la population, d'éléments du patrimoine dignes de commémoration. Et le concours ne limite même pas les participants aux événements qui se sont déroulés après la formation officielle du pays en 1867. L'explication du Canada actuel,

³⁸ Les soumissions envoyées par la population sont maintenant la propriété de la Monnaie royale canadienne qui peut les utiliser comme bon lui semble (MRC, 1998a). « Faites Centsation! » a ainsi permis la création d'une banque de designs.

³⁹ <http://www.centsation.com>, avril 1999

la justification de ce que nous sommes, peut être retracée dans un passé encore plus lointain⁴⁰.

Cet appel au passé est d'ailleurs chose commune lorsque vient le temps, pour un État, de définir ou de renforcer l'identité nationale. « A vital part of the configuration of a national identity is the search for continuities with the past » (Stamatakis, 1991, p. 59). Au pays, le patrimoine est d'ailleurs utilisé de plus en plus fréquemment en lien avec le renforcement de l'identité canadienne (Gouvernement du Canada, 1998). Celui-ci ancre le présent dans l'histoire et fournit à la population un répertoire mnémotecnique, une unicité historique, racine de l'identité favorisée par l'autorité qui procède à la sélection et à la commémoration (Dupuy, 1997, Hughes, 1997)⁴¹. « Shared experience through time is an important dimension of a sense of national identity » (Spillman, 1997, p. 69). La série de 1999 de « Faites Centsation! » se propose de diffuser ces expériences et ces réussites communes.

Mais une fois la sélection effectuée, quel est le portrait offert par la somme des designs à « saveur patrimoniale » présents sur les 25 cents du millénaire? Quelle est, au juste, cette nation à laquelle l'État tient tant à ce que l'on s'identifie? Comment est-elle décrite dans les communiqués et les annonces télévisées qui font la promotion des pièces et de la représentation nationale dont celles-ci sont porteuses? Le prochain chapitre est réservé à l'analyse de cet autoportrait idéalisé.

⁴⁰ On trouve à certains thèmes actuellement utilisés pour définir l'identité nationale des racines précédant la date de fondation de la nation. Consulter le chapitre trois.

⁴¹ Voir chapitre un.

CHAPITRE TROIS

Nation idéalisée frappée dans le métal

C'est le 31 décembre 1998 à St-John's, Terre-Neuve, que la Monnaie royale canadienne a lancé la première pièce du millénaire de la série historique de 1999. Tous les honneurs ont alors été réservés au créateur de la pièce de janvier afin de mettre en évidence la pertinence nationale du design soumis par ce dernier. Quelques jours plus tard, les autorités responsables des pièces ont dévoilé les 11 autres motifs destinés à orner le revers de ces 25 cents commémoratifs dont le mandat était de ponctuer et de souligner, mois après mois, la dernière année du millénaire¹.

La somme des représentations du passé présentes sur les pièces est tributaire et révélatrice de l'autoportrait utopique que l'État désire peindre de lui-même. « National leaders purposely and meticulously select their message, emphasizing some information at the expense of other information. Indeed, every national symbol [or symbol of the nation]² (...) represents a carefully constructed, carefully projected image of identity that results from a conscious decision-making process » (Cerulo, 1995, p. 5)³. Et c'est sous forme d'icônes que ce message nous est livré dans le cadre de « Faites Centsation! ».

¹ Le dévoilement de l'ensemble des designs, dès le début de l'année, permettait à la Monnaie royale de débiter instantanément la vente des ensembles-souvenir (CCN, 1999a).

² Je ne considère pas les symboles frappés sur les pièces du millénaire comme des symboles nationaux, au même titre que le sont le castor, la feuille d'érable ou encore l'unifolié (consulter <http://www.pch.gc.ca/ceremonial-symb/francais/index.html>), mais plutôt comme des représentations de la nation révélatrices de leur époque de création (Consulter le premier chapitre).

³ Consulter le chapitre précédent.

Les designs retrouvés sur les pièces du millénaire s'inscrivent en tant qu'abréviations visuelles de la nation (Hughes, 1997, p. 26). « [Because the nation] is invisible; it must be personified before it can be seen, symbolized before it can be loved, imagined before it can be conceived... [these] images provide a starting point for political thinking » (Walzer, 1967, p. 194). Matérialisations de la vision étatique, ces croquis doivent donc, en quelques traits, transmettre valeurs et idéaux, mélangeant politique et symboles culturels, ce qui leur vaut aisément l'étiquette d'icônes. « When we designate certain images and objects as « icons » we are really asserting that these images and objects are extraordinary in that they embody particularly important values or even some residue of the sacred » (Goethals, 1978, p.24). C'est la religion civique, le culte de la déesse nation, que ces pièces tracent et encouragent.

Décrits, à l'étape du concours, comme le reflet de la perception des Canadiens à propos du passé national, les motifs apparaissant sur les pièces se sont rapidement vu apposer, une fois ces pièces mises en circulation, l'étiquette de juste portrait du passé canadien. « These commemorative Millennium 25 cent coins will maintain a record of *who we are and where we have come from* » (CCN, 1999a, italiques ajoutés), mentionnait la présidente de la Monnaie royale canadienne. Paradoxalement, le slogan publicitaire utilisé dans les annonces télévisées, « Tenez une *part* de notre histoire dans vos mains », insiste sur le fait que la série n'offre qu'une fraction du passé national (Y&R, 1999a, italiques ajoutés). Cependant, cette « part de l'histoire » semble suffisante pour représenter l'essence même de ce qu'est le Canada (MRC, 1999g). « Commemoration [has lifted] from an ordinary historical sequence those extraordinary events which embody our deepest and most fundamental values » (Schwartz, 1982, p. 377). Les symboles dont les pièces sont ornées ne sont pas que simples représentations de la nation, ils en sont l'incarnation.

La création de tels symboles relève de ce que Frank E. Manning a appelé « cultural politics ».

« The phrase implies two converse processes. The first is the politicization of culture : the translation of cultural symbols, beliefs and values into political discourse and strategy. The second is the rendering of politics in cultural terms » (Manning, 1983, p. 16). Lorsqu'il est question de créer des icônes, ou plutôt de les sélectionner comme dans le cas de « Faites Centsation! », il s'agit d'un côté de se servir de la représentation de symboles culturels bien connus par la population visée par la commémoration, symboles auxquels on attachera une signification politique⁴. Et d'un autre côté, lorsqu'aucun symbole culturel ne semble apte à livrer le message désiré, il s'agit tout simplement de procéder à sa création. « [But] the move from content to form is viewed as an absolutely crucial process of social and cultural layering » (Wagner-Pacifi, 1996, p. 308). Il s'agit d'une manœuvre durant laquelle les créateurs du message commémoratif doivent être conscients des intérêts et des préoccupations de leur époque afin de créer un symbole attrayant pour la population visée par la commémoration. Les créateurs de « Faites Centsation! » ont contourné ce problème en attachant à des croquis très abstraits les valeurs politiques qu'il était impossible de communiquer à l'aide de symboles culturels déjà existants⁵.

⁴ Le simple fait de se retrouver sur une pièce de monnaie canadienne accorde à ces designs une signification nationaliste. Cependant, la réelle signification patriotique, celle établie par les responsables de « Faites Centsation! », est livrée à la population dans le cadre des cérémonies de lancement et par le biais d'annonces télévisées.

⁵ Je fais surtout allusion, ici, aux pièces de juillet, de septembre et de décembre. Les designs apparaissant sur chacune des pièces sont décrits un peu plus tard dans ce chapitre.

Tout porte à croire que le contenu du message commémoratif était déterminé⁶, il restait maintenant à le livrer sous forme d'icônes. Le mandat était donc de sélectionner des symboles compréhensibles et attrayants, capables de diffuser le message désiré à la population – sans que le côté « politique » du message, le côté propagandiste des pièces soit trop criant⁷. Et effectivement, il faut s'attaquer aux pièces en profondeur pour y découvrir le message livré par l'État puisqu'en surface les designs semblent uniquement former un ensemble hétéroclite, une collection de bribes du passé sans ligne directrice.

3.1 Fonction éducative des symboles de la nation

Tandis que les pièces du millénaire de 1999 assurent, par leur matérialité et leur statut de médium économique, la diffusion et la postérité de la commémoration⁸, les designs dont elles sont ornées sont plutôt chargés d'une mission pédagogique. Eviatar Zerubavel attribue à cette tâche le nom de socialisation mnémonique : «[it] teaches us what to remember and what to forget » (Zerubavel, 1996, p. 292)⁹. La monnaie devient site de légitimation et de promotion de la mémoire collective. Quels éléments du passé méritent d'être reconnus par l'ensemble de la population? Non seulement les événements, lieux et personnages sélectionnés pour la postérité sont-ils identifiés, leur signification pour la nation est également enseignée, malgré

⁶ L'analyse de la signification des pièces du millénaire m'a effectivement permis de constater que la teneur du message que celles-ci véhiculent reflète les tendances récentes en matière de commémoration au Canada (Symons, 1997; Guarnieri, 1997).

⁷ Ce programme commémoratif, de l'annonce du concours jusqu'à la promotion des pièces, est caractérisé par le désir de l'État de ne pas trop être remarqué. Commercialement, les pièces sont promues, non pas en tant que symboles nationalistes, mais tout simplement en tant que souvenirs d'un moment marquant de l'histoire (Consulter le chapitre précédent).

⁸ Voir chapitre deux.

⁹ Consulter également (Anderson, 1983) et (Williams, 1983)

la forte probabilité que cette signification soit appelée à changer ou encore à diminuer d'intensité selon les générations¹⁰.

Bien que les pièces du millénaire soient promues en tant qu'archives pour les Canadiens qui nous suivront dans l'histoire, la socialisation mnémonique s'opère également au niveau de la génération contemporaine à la célébration. À prime abord, c'est cette dernière qui est le plus directement exposée aux produits commémoratifs et à leur promotion¹¹. De plus, cette génération est consciente de la commémoration en cours et de la valeur des artefacts qui en découlent en tant que marqueurs concrets du caractère extraordinaire de ce moment dans la ligne du temps. C'est maintenant, et non dans le futur comme le laissent croire les responsables de « Faites Centsation! », que le message commémoratif véhiculé par les pièces est le plus susceptible d'être remarqué et surtout décodé de façon appropriée. La socialisation mnémonique profite largement des commerciaux télévisés et des diverses méthodes promotionnelles qui accompagnent présentement les pièces, des outils qui ne seront plus là en tant que « béquilles sémiotiques » une fois les célébrations du millénaire terminées. Les pièces perdureront, mais le manque de spécificité caractéristique des designs qu'elles arborent multipliera les significations qui leur seront attribuées, alors que cette multiplication est présentement freinée par diverses initiatives promotionnelles qui guident quelque peu le récepteur.

¹⁰ Consulter le premier chapitre.

¹¹ Cette constatation est particulièrement importante en ce qui concerne les pièces du millénaire. Dès leur émission, plusieurs de ces 25 cents ont été retirés du marché des transactions par des collectionneurs désirant conserver un souvenir de ce passage historique (Consulter chapitre deux). Le statut d'objet de collection des pièces augmentera avec les années alors qu'elles se feront de plus en plus rares. En conséquence, de moins en moins de pièces seront en circulation ce qui veut dire que de moins en moins de gens entreront en contact avec le message qu'elles véhiculent. Consulter également la conclusion de ce mémoire pour une critique de cet aspect de « Faites Centsation! ».

Effectivement, le message patriotique intrinsèque à la série de 1999 n'est pas déchiffrable au premier coup d'œil. Il faut plutôt s'en remettre à la rhétorique utilisée pour la promotion des pièces au cœur des annonces télévisées ou encore dans les communiqués de presse émis lors de chacun des lancements. Fort est à parier que la majorité de la population n'est pas entrée en contact avec ces communiqués émis par la Monnaie royale, bien que ceux-ci soient disponibles sur Internet¹². Quant aux annonces publicitaires, il s'agit cette fois d'être devant son téléviseur au bon moment... et de ne rater aucune des publicités mensuelles vantant chacune un 25 cents.

Le médium principal de cette commémoration reste donc la monnaie qui, bien souvent, doit, à elle seule, remplir son mandat propagandiste (Ruprecht, 1994). Cependant, la diffusion de la définition nationale idéalisée est, simultanément, avantagée et désavantagée par le choix de la monnaie de circulation à titre de véhicule commémoratif. D'un côté, la monnaie assure la pénétration et la diffusion du message d'un bout à l'autre du pays¹³. Cependant, d'un autre côté la monnaie n'est pas un médium qui permet l'ouverture de grandes parenthèses explicatives. La représentation qui s'y trouve gravée est, à elle seule, responsable de la transmission du message. Et dans le cas de « Faites Centsation! », en raison de la multitude des niveaux de signification de certains designs et de la conception abstraite de certains autres, le message commémoratif revêt davantage les allures d'une vague suggestion à propos du passé canadien que celles d'une construction contemporaine de la nation. « As in all communication, historical memorialization depends upon the interpretation of a signifier,

¹² Tous les communiqués sont disponibles sur le site de la Monnaie royale canadienne. <http://www.rcmint.ca>

¹³ Voir chapitre précédent.

a word or symbol that stands between the viewer and the event commemorated; once a powerful icon enters into circulation, its connotations are set in motion » (Koonz, 1994, p. 260).

3.2 Et les gagnants sont...

Voici cependant un bref aperçu des 12 designs sélectionnés pour cette première série de pièces du millénaire. Un individu qui entre en contact avec une pièce en circulation ne peut se fier qu'au design qui orne cette dernière afin de lui attribuer une signification puisque ni le nom de l'œuvre, ni le thème qu'elle représente y figurent¹⁴. Les explications données ci-dessous pour chacune des pièces en révèlent un peu plus que ce dont dispose le propriétaire d'un ensemble-souvenir de base puisqu'une courte description des pièces se trouve à l'endos du présentoir contenant les 25 cents (MRC, 1999a).

- La pièce de janvier s'intitule « Un pays se déploie » et est l'œuvre de Peter Ka-Kin Poon, d'Aylmer, au Québec. Elle « montre l'évolution du Canada en quatre tableaux qui, ensemble, forment le chiffre 1999 » (MRC, 1999b). Un totem remplace le chiffre « 1 » tandis que chacun des « 9 » contient respectivement, un autochtone coiffé d'un chapeau de plumes, un colon (aucune mention de son origine) et un agent de la Gendarmerie royale du Canada. Ce design illustre la multitude des fondateurs de la nation.
- La pièce de février porte le nom « Écrit dans le roc ». Elle a été conçue par Lonnie Springer de Calgary, en Alberta, et porte trois pétroglyphes copiés sur ceux apparaissant sur les pierres du parc albertain Writing-on-Stone. « Les trois figures

¹⁴ La Monnaie royale canadienne a éliminé ce problème – consciemment ou non – pour la série de pièces du millénaire de 2000 puisque chacun des 25 cents porte, en plus de son design, le thème que ce dernier représente.

(...) représentent un cheval, une personne et un guerrier portant un bouclier. Elles ont été choisies parmi des milliers d'autres, gravées ou peintes sur les falaises de grès du parc provincial et attribuées à des Pieds-Noirs ou des membres de la Confédération des Pieds-Noirs » (MRC, 1999e). Le 25 cents commémoratif immortalise cet héritage autochtone.

- La pièce du mois de mars, quant à elle, a été réalisée par Marjolaine Lavoie de Sept-Iles, au Québec, et est intitulée « La drave ». Le 25 cents montre un draveur « dirigeant le flottage des billes de bois » (MRC, 1999f) et souligne l'importance du travail de ces hommes dans le développement de l'économie nationale.
- La pièce d'avril célèbre simultanément l'art inuit et la création du territoire du Nunavut qui a vu le jour précisément le 1^{er} avril 1999. C'est une œuvre de la célèbre artiste inuite Kenojuak Ashevak : une gravure représentant un hibou et un ours, le premier symbolisant la sagesse et le second la puissance et la bonté. Ce design a été soumis au concours « Faites Centsation! » par Emmanouïl Kats de Toronto, en Ontario, qui désirait souligner l'importance de cette forme artistique en provenance du Nord du pays (MRC, 1999g).
- Des voyageurs et leur guide autochtone occupent, en canot, la pièce du millénaire du mois de mai. Elle porte tout simplement le nom « Les Voyageurs » et a été conçue par Sergiy Mînenok de Surrey, en Colombie-Britannique (MRC, 1999h). Partis à la recherche de fourrures, ces hommes ont ouvert la voie à la colonisation de ce qui est maintenant l'Ouest de la nation.
- La pièce de juin reprend également un symbole canadien bien connu : le train. Elle s'intitule « D'un océan à l'autre » et a été créée par Gordon Ho de Nepean, en Ontario, qui désirait souligner le rôle clé joué par le chemin de fer transcanadien et par ceux responsables de sa construction dans l'histoire de la nation. Une locomotive à vapeur du début du 20^e siècle orne ce 25 cents (MRC, 1999i).

- La pièce du mois de juillet, spéciale parce qu'elle marque le mois d'anniversaire de la nation, a été conçue par Maria H. Sarkany de Burlington, en Ontario¹⁵. Elle s'intitule « Une nation de gens » et le dessin, quasi-impossible à comprendre en présence d'aucune explication, représente « six personnes dessinées d'un seul trait qui personnifient l'ordre public, l'apprentissage, l'enseignement, les arts, l'amour de la nature et les sports » (MRC, 1999k). Elle se veut une ode à la diversité canadienne.
- « L'esprit des pionniers » est le thème de la pièce du mois d'août, créée par Alzira Botelho d'Edmonton, en Alberta. Le dessinateur a voulu honorer tous ceux qui sont venus des quatre coins du monde pour commencer une nouvelle vie au Canada, tout en contribuant au développement de la nation. « Un homme et une femme en train de faire les foins » y sont illustrés (MRC, 1999o).
- Le design de la pièce de septembre a été conçu par une toute jeune Canadienne, Claudia Bertrand, 10 ans, de Beauport, au Québec. Son dessin, intitulé « Le Canada vu par un enfant », représente trois personnes qui se tiennent par la main, symbolisant ainsi l'amitié et le partage (MRC, 1999p).
- Le 25 cents commémoratif lancé au mois d'octobre porte, quant à lui, le dessin de Jason Edward Reed de North Vancouver, en Colombie-Britannique. Intitulé « Hommage aux Premières Nations », on y retrouve un aigle, un ours et un épaulard, des animaux fréquemment utilisés pour illustrer respectivement la beauté du ciel, de la terre et de l'eau (MRC, 1999q).
- La pièce de novembre est intitulée « L'avion ouvre l'accès au Nord » et elle « célèbre l'avion de brousse qui a contribué à la communication avec les régions septentrionales du Canada » (MRC, 1999r). Conçue par Brian R. Bacon de Winnipeg, au Manitoba, la pièce propose la représentation d'un de ces fameux appareils.

¹⁵ Le caractère particulier de la pièce de juillet sera observé un peu plus tard dans ce chapitre.

- « Voici le Canada », tel est le thème de la pièce du millénaire de décembre. Cette dernière, créée par J.L. Pierre Provencher, de Nicolet, au Québec, « représente des tipis, des villes, des montagnes, des forêts, des champs de blé et les rouages de l'industrie » (MRC, 1999s). Le design souligne l'évolution de l'environnement physique national.

Sans explication relative à leur signification, quelques designs, particulièrement ceux de nature abstraite et dont le lien avec l'histoire est difficile à tracer, nagent dans l'ambiguïté¹⁶. Et il ne s'agit pas ici de leur inhabileté à communiquer le grand message politique derrière la commémoration, mais bien de leur incapacité à communiquer de façon appropriée le concept même qu'ils représentent, leur premier niveau de signification.

Prenons l'exemple de la pièce du mois de septembre, sur laquelle sont représentés trois personnages se tenant main dans la main. Bien que l'intention de la jeune fille qui est l'auteure de ce design semble avoir été celle de dessiner une famille ou un groupe d'ami(e)s (CCN, 1999i), une fois passé dans le moulinet propagandiste fédéral, ce symbole nous est plutôt présenté comme celui d'un pays unifié dans le partage et la tolérance (Y&R, 1999j; MRC, 1999p). Cette signification est promue à l'intérieur des publicités télévisées et des communiqués de presse, établissant une lecture officielle du symbole. Cependant, rares étaient les personnes qui, comme moi, étaient branchées à leur téléviseur en attente des publicités faisant la promotion des pièces. Sans les annexes explicatives que représentent ces messages ainsi que les communiqués de presse, la possibilité qu'il y ait interprétation divergente existe donc réellement.

¹⁶ Je fais surtout référence, ici, aux designs des pièces de juillet, septembre et décembre.

Deux personnes, mises au courant de mon sujet de maîtrise, m'ont tour à tour approchée au sujet de ce 25 cents de septembre, m'avouant qu'elles étaient bien surprises que le gouvernement ait créé une pièce commémorative soulignant les familles monoparentales. Les trois personnages sur la pièce portent des cheveux longs, et puisqu'un des personnages est plus grand que les autres, ces gens y avaient donc vu une mère accompagnée de ses deux petites filles et cherchaient encore le lien entre ce design et la célébration du passé du Canada. L'ambiguïté, alors qu'elle avait ses bienfaits au niveau de l'incitation à participer au concours « Faites Centsation! » ainsi qu'à l'ensemble des célébrations du millénaire¹⁷, s'inscrit davantage en tant que nuisance au niveau de la diffusion du message commémoratif¹⁸.

Quant au reste des symboles qui apparaissent sur les pièces du millénaire, ils ont, pour la plupart, ou du moins l'objet ou le concept qu'ils représentent, déjà orné une pièce de monnaie ou un timbre canadien¹⁹. Des voyageurs ont illustré le revers de la pièce de circulation de un dollar pendant plus de la moitié du 20^e siècle²⁰. Et comme le clame, sans ironie, Peter

¹⁷ Consulter le deuxième chapitre.

¹⁸ Je prends ici pour acquis que le désir des producteurs de la commémoration était de diffuser un message clair et précis à la population. Cependant, si leur objectif était uniquement de suggérer une représentation nationaliste positive du passé, la monnaie pourra leur avoir permis de réaliser une telle visée. Effectivement, le mieux que les symboles abstraits apparaissant sur les pièces peuvent faire est tout simplement de suggérer (voir Carrier, 1996). Cependant, faire allusion à une signification plutôt que la dicter peut parfois se traduire par une appropriation du symbole par différents segments de la population pour différentes raisons (Spillman, 1997). Ces segments attribueront au symbole une signification propre, mais qui restera toujours liée à l'idée de la nation puisque le symbole apparaît, à prime abord, sur la monnaie.

¹⁹ Consulter pour les timbres (Rousseau, 1999) et pour les pièces (MRC, 1997; Haxby, 1999).

²⁰ Les voyageurs devaient même se retrouver sur l'actuelle pièce de circulation de un dollar venue remplacer le dollar de papier en 1987. « Cependant, les esprits s'en mêlèrent et les outils pour frapper la pièce disparurent mystérieusement durant le trajet d'Ottawa à l'usine de la Monnaie royale à Winnipeg où la pièce devait être frappée. Afin de ne pas ralentir la production, le dessin de deuxième choix, le huard, remplaça le motif du voyageur » (MRC, 1999h).

Aykroyd : « No Canadian celebration would be complete without canoes » (Aykroyd, 1992, p.120)! L'avion de brousse a été frappé sur une pièce commémorative de 20 dollars; le chemin de fer, l'industrie, la drave, les premiers colons et agriculteurs ainsi que les peuples et l'art des Premières Nations se sont tous retrouvés à un moment ou un autre de l'histoire de la nation sur un de ces médiums de distribution de symboles canadiens.

La question à se poser n'est pas de savoir quels symboles reviennent le plus fréquemment, mais bien pourquoi refont-ils surface au cours de cette commémoration du millénaire. Quel portrait de la nation forment-ils ensemble? À quelle version de l'identité nationale répond la mémoire collective créée par la somme des concepts illustrés par ces 12 designs? « The important thing is not how accurately a recollection [of the past fits] some piece of a past reality, but why historical actors constructed their memories in a particular way at a particular time » (Middleton, 1997, p. 3). Dans la construction de cette plus récente version de la mémoire collective nationale, ce ne sont pas les objets représentés sur les pièces qui sont de première importance, mais bien la signification qui leur est attribuée au cœur de cette commémoration du millénaire. « We are not dealing with the reformulation of past events but rather with the reformulation of their meaning » (Bodei, 1992, p. 257).

Dans le cas des pièces du millénaire, il importe donc de réaliser que c'est la signification derrière l'ensemble des images, et non les designs en tant que tels, qui est vouée à la postérité. Il importe donc de partir à la recherche du « répertoire symbolique » (Spillman, 1997), c'est-à-dire des thèmes principaux présents au cœur des textes attribuant leur signification aux 12 pièces du millénaire. Ces thèmes sont ceux que l'État tente de propager à

l'ensemble de la population en tant que « points d'articulation du système symbolique d'appartenance » à la nation canadienne (Nora, 1994, p. 188).

3.3 Lecture officielle des symboles

C'est donc la signification associée aux designs qui est de premier intérêt. « The level of connotation of the visual sign, of its contextual reference and positioning in different discursive fields of meaning and association, is the point where already coded signs intersect with the deep semantic codes of a culture and take on additional more active ideological dimensions » (Hall, 1993a, p. 97). Entre les mains des responsables du culte de la nation, les symboles culturels frappés sur les pièces deviennent aussitôt chargés d'une signification patriotique qui dépasse, et de loin, l'objet ou le concept qu'ils représentent. Ces symboles deviennent « discours, représentation, symbolisation, valeur et message dans le présent » (Mathieu, 1997, p. 46), un message diffusé aux confins de la nation et qui sera soutenu, voire éclairci, par une série de publicités télévisées.

Les 12 annonces publicitaires, vantant chacune un des 25 cents, partagent la même structure. En premier lieu, le créateur du design gagnant, un « Canadien parmi tant d'autres », nous explique ce qui l'a motivé à soumettre ce motif. Par exemple, voici la première portion du message qui vante la pièce de mai 1999 : « Autrefois les voyageurs et les coureurs des bois sillonnaient les cours d'eau dans leurs canots d'écorce pour faire la traite des fourrures et explorer de nouvelles contrées. *Leur esprit d'aventure a aidé à bâtir notre pays. C'est ce que je voulais que ma pièce de monnaie montre* » (Y&R, 1999e, italiques ajoutés). C'est cette

portion de la publicité qui est fort révélatrice de la signification patriotique réservée au design.

Dans la seconde section du message, un narrateur nous explique brièvement la nature du dessin retrouvé sur la pièce, alors que celle-ci apparaît en gros plan à l'écran. Toujours pour la pièce de mai : « Le dessin gagnant de Sergiy Minenok est un hommage aux voyageurs et aux coureurs des bois du Canada » (Y&R, 1999e).

Tous les messages se concluent de la même façon, soit par une incitation à collectionner les pièces alors qu'apparaît au bas de l'écran un numéro de téléphone sans frais pour ceux et celles qui désirent se procurer un ensemble-souvenir. « Une nouvelle pièce de 25 cents du millénaire sera émise chaque mois. Recherchez-les, collectionnez-les et tenez un peu de notre histoire dans vos mains » (Y&R, 1999e). Le logo officiel du gouvernement fédéral apparaît aux toutes dernières secondes, en haut, à la droite de l'écran. La signification des designs est également promue – cette fois-ci davantage auprès des médias que du public – lors des célébrations marquant en grande pompe le lancement de chacune des pièces.

C'est la formule lancée par Lester B. Pearson au lendemain de la Deuxième Guerre mondiale qui vole encore une fois la vedette et explique le plus adéquatement le portrait idéalisé de la nation véhiculé par l'ensemble de ces pièces; soit *unité dans la diversité* (Matheson, 1980, p. 70). Et dans ce cas-ci, le terme diversité vient décrire deux phénomènes.

À prime abord, il s'applique pour décrire le multiculturalisme qui, dans les pièces de 1999, est illustré par l'accent mis, dans la description de la signification de plusieurs designs, sur la

pluralité culturelle²¹ de tous ceux qui ont contribué à la formation de la nation telle que nous la connaissons aujourd'hui. « [The designs promote] a spirit of concreteness of nationhood while also showing commitment to socially approved policies of multiculturalism, tolerance and equity » (Hughes, 1997, p. 11). Mais le terme diversité est également approprié pour décrire le second thème d'importance au cœur de la signification patriotique des pièces du millénaire, soit que la nation actuelle est le résultat du travail acharné de tous les Canadiens et les Canadiennes qui nous ont précédés. La nation a un nombre incalculable de fondateurs. Le pays est né de la collaboration de milliers d'individus qui ont « trimé dur pour [le] développer» (Y&R, 1999c).

Le portrait offert par ces pièces est donc celui d'une nation unie par la collaboration de milliers de gens d'origines diverses travaillant tous, dans le respect et le partage, à l'édification du Canada. Cette vision, bien qu'exprimée à l'aide de symboles du passé, est la représentation idéalisée de la nation que favorise actuellement l'État canadien, un mirage que ce dernier voudrait rendre concret dans le futur²².

Cependant, avant de procéder à une exploration détaillée de ces deux principaux thèmes de la commémoration et de tracer leur implication contemporaine, il importe de s'arrêter à l'étude

²¹ Dans son plus récent rapport sur l'application de la *Loi sur le multiculturalisme*, Patrimoine canadien définit comme suit les objectifs stratégiques de cette loi adoptée en 1988 : voir à ce « que les individus et les collectivités de toutes origines jouissent d'une participation entière et équitable dans la société; à éliminer la discrimination fondée sur la race, l'origine ethnique, la couleur et la religion [et voir] à favoriser une meilleure compréhension interculturelle » (Patrimoine canadien, 2000, p. 2). En utilisant le terme « pluralité culturelle » dans le corps du texte je tiens donc compte de tous les éléments contenus dans cette définition du multiculturalisme, énumération à laquelle je rajouterai l'absence de discrimination fondée sur la « langue », facteur très important dans le contexte canadien.

²² Effectivement, la vision utopique de la nation, transmise à l'aide d'éléments du passé, se veut un modèle, un objectif à atteindre, pour la société canadienne du futur. « The past must be usable. It must help define future goals for the nation (Winks, 1976, p. 143).

de la pièce du mois de juillet, intitulée « Une nation de gens », puisque celle-ci résume essentiellement le message véhiculé par l'ensemble des pièces. Alors que la créatrice du design y avait dessiné d'un seul trait six personnages représentant l'ordre public, l'apprentissage, l'enseignement, les arts, l'amour de la nature et les sports, la pièce est plutôt vendue de la façon suivante : « Notre diversité fait notre richesse. Bien que nos origines soient différentes, nous partageons plusieurs valeurs. Un lien nous unit et nous devons en être fiers (*l'image d'un drapeau canadien apparaît à l'écran à ce moment précis*) » (Y&R, 1999g). Lancée officiellement dans trois grandes villes du pays à l'aide de membres de communautés culturelles, « cette pièce du millénaire illustre ce que signifie être Canadien » (MRC, 1999k).

C'est d'ailleurs ce 25 cents qui a profité du plus de visibilité. Le lancement de la pièce a mené à la création de deux murales représentant le motif de juillet, une à Vancouver, l'autre à Toronto, et à la reproduction de ce même design sur la fontaine de la Place de l'Harmonie, lors de son dévoilement par la communauté multiculturelle de Saint-Léonard (MRC, 1999l). De petites cartes-souvenir plastifiées de la grosseur d'une carte d'affaires ont également été créées (MRC, 1999m). Vendues chez tous les détaillants de produits numismatiques, ces cartes contenaient une pièce du millénaire de juillet et une courte explication de la signification et de la pertinence du design pour la nation. Aucune autre pièce de la série n'a eu droit à ce même traitement de faveur. Le choix du design pour ce mois était, il faut l'avouer, d'importance cruciale. Effectivement, juillet marque le mois de l'anniversaire national, le mois au début duquel l'attention de la population est tournée vers la célébration de la nation. « Most of the occasions when people become conscious of citizenship as such remain associated with symbols and semi-ritual practices » (Hobsbawm, 1983, p. 12). À

l'approche du premier juillet, le rouge et le blanc de l'unifolié colorent une grande proportion du ciel de la nation. Des feux d'artifice, des concerts; bref toutes sortes de célébrations sont organisées pour fêter l'anniversaire national. Il s'agit du temps de l'année durant lequel l'identité nationale est mise de l'avant, chouchoutée, célébrée. La pièce lancée au mois de juillet se devait donc d'être fort révélatrice des valeurs prioritaires de la nation (ou plutôt de celles entretenues par l'État) afin de profiter de la plus grande réceptivité de la population. Et pour assurer une bonne diffusion de la pièce, certaines activités spéciales ont été organisées, dont la possibilité de faire un vœu dans la « Fontaine du millénaire » sur la colline du Parlement où la valeur du « caribou » que l'on jetait dans la fontaine pour faire notre vœu, nous était remboursée à l'aide d'une pièce du millénaire de juillet (MRC, 1999j)²³. Il s'agit bien sûr d'une autre tactique visant à faire circuler le plus de pièces commémoratives possible et ainsi rejoindre un vaste éventail de Canadiens.

3.4 Un pour tous et tous pour un

Comme je l'ai mentionné précédemment, un des principaux thèmes ressortant de l'analyse de la signification accordée aux designs de 1999 est que la nation est présentée comme le résultat de l'action de milliers de Canadiens qui, par leurs gestes quotidiens et en collaborant les uns avec les autres, ont participé à l'édification du pays. Tous ceux et celles qui nous ont précédés sont les réels fondateurs de la nation. En témoignent, entre autres, ces citations tirées de deux des publicités vantant les pièces du millénaire : « Notre histoire est celle des

²³ Une activité du même genre a été organisée pour la Fête du Canada en juillet 2000. Cette fois-ci, plagiant l'émission de télévision de l'heure *Who wants to be a millionaire?*, la Monnaie royale, toujours friande de jeux de mots, demande plutôt « Qui veut devenir MilliORnaire? ». Il s'agit encore une fois de lancer un « vieux » 25 cents dans une fontaine en échange duquel nous sera remise une nouvelle pièce du millénaire de juillet, ou encore, pour les plus chanceux, une pièce d'investissement en or pur (Commission de la capitale nationale, 2000).

gens qui ont façonné le Canada. *Ensemble nous avons aidé à bâtir le pays* » (Y&R, 1999a; italiques ajoutés). « J'ai voulu rendre un vibrant hommage (...) à tous ces hommes courageux qui ont su faire du Canada un pays prospère où il fait bon vivre » (MRC, 1999f). Le travail acharné de tous nos prédécesseurs, et non les réussites de politiciens ou de généraux célèbres, ont fait du Canada ce qu'il est aujourd'hui. Le choix de cette approche de la part des responsables de « Faites Centsation! » explique entre autres l'absence de pièce arborant une représentation en lien avec la Confédération, événement qui est pourtant le moment créateur de la nation canadienne, mais qui n'a pas impliqué la masse de la population.

Les pilotes de brousse (pièce de novembre), les constructeurs du chemin de fer transcanadien (juin) et les voyageurs (mai) sont célébrés pour le rôle qu'ils ont joué dans l'ouverture et l'union du territoire canadien; unité physique qui est traduite par un renforcement du sentiment d'unité nationale. « Ce chemin de fer a non seulement relié l'Est et l'Ouest, il a fait du Canada un pays » (Y&R, 1999f)²⁴. Les draveurs (mars) et, encore une fois, les voyageurs (mai) sont salués pour leur contribution au développement de l'économie nationale. Pour leur apport à la nation, sont également mentionnés les Autochtones (janvier, février, avril, mai, octobre), les pionniers (août), les colons (janvier) et on devine la liste des « constructeurs » de la nation quasi infinie. Leur bravoure, leur esprit d'initiative, leur sens de l'aventure et surtout leur habileté à collaborer sont vantés. L'hommage est lancé par la présidente de la Monnaie royale : to the « incredible people who have shaped the nation *we so proudly share today* » (CCN, 1999f, p. 7, italiques ajoutés).

²⁴ Commémorer un événement, inscrire ce dernier dans la mémoire collective, demande parfois à ce que l'on oublie une portion de ce qu'il représente. La commémoration du chemin de fer transcanadien demande à ce que soient oubliées les conditions pitoyables de travail et l'exploitation dont ont été victimes les constructeurs de ce chemin de fer. Pour une discussion de la présence simultanée du souvenir et de l'oubli dans la commémoration, consulter (Anderson, 1983).

Pourquoi choisir de vendre le Canada aux Canadiens de cette façon? À prime abord, la célébration de « citoyens ordinaires » en tant que fondateurs de la nation, tout comme le concept du multiculturalisme, sont deux thèses largement inclusives. Les pièces soulignent le dur labeur, le courage, la contribution culturelle et la détermination de tous les Canadiens qui ont précédé la génération qui procède à la célébration, peu importe leur origine. « [This commemoration] characterizes shared horizontal links between members of the population in ways which plausibly transcend salient cultural and political differences » (Spillman, 1997, p. 95). Ce message populiste est donc attrayant pour l'ensemble des citoyens. Les Canadiens sont unis par l'effort entrepris par tous leurs ancêtres à la « construction pacifique » de ce pays. « Although diverse, the heritage traits that Canadians are deemed to share are those of adventure, survival and cooperation in the joint project of nation-building. That's our cultural DNA» (Rukszto, 1997, p. 10).

Le culte du « citoyen ordinaire » en tant que réel bâtisseur de la nation vient également compléter les tactiques d'incitation à la participation propres aux célébrations nationales du millénaire²⁵. Le gouvernement canadien considère effectivement qu'une plus grande implication de la population dans les affaires de la nation amènerait les citoyens à une meilleure compréhension de leurs origines, des enjeux communs et ultimement à un accroissement du sentiment d'appartenance nationale (Gouvernement du Canada, 1998). Par l'entremise des pièces, le Canada est présenté comme le résultat de la participation et de la collaboration de citoyens ordinaires. « Monsieur Tout-le-monde » est un ouvrier essentiel à la construction du pays. Le message lancé : « Everybody is an indispensable part of the

²⁵ Consulter le chapitre précédent.

Canadian political community » (Harles, 1998, p. 218), une façon détournée d'inciter la population à s'impliquer.

Bien que l'effort de « Monsieur Tout-le-monde » soit souligné au cœur de cette commémoration, il n'en est pas de même pour « Madame Tout-le-monde ». Une femme apparaît uniquement sur la pièce du mois d'août, sur laquelle on la voit ramasser les foins au côté d'un homme; un croquis qui honore les pionniers venus s'installer dans les Prairies (MRC, 1999o). Cette absence de mention étonne lorsque l'on sait qu'une des tendances les plus importantes actuellement au niveau de la commémoration canadienne est la préservation et la mise en valeur de l'histoire des femmes au pays (Guarnieri, 1997). Depuis plus de deux décennies, l'État s'efforce effectivement, par le biais de l'ensemble des organismes fédéraux responsables de la préservation, de la promotion et de la commémoration du patrimoine, de mettre à jour « l'histoire » nationale en y intégrant l'histoire des femmes au pays²⁶. C'est donc, encore une fois, une vision essentiellement masculine de l'identité et du passé canadiens qui est créée, bien que les responsables de « Faites Centsation! » plaideraient certainement que leur vision ne se veut pas sexuée et que le citoyen ordinaire célébré par les pièces pourrait tout aussi bien être une citoyenne.

« A nation's pride is marked by that which it preserves » (Winks, 1976, p. 143) La place des femmes dans la structure des pouvoirs nationale n'est-elle pas assez élevée et importante pour leur garantir que leur patrimoine sera perpétué lors de commémorations nationales? Les

²⁶ Pour de plus amples détails sur la commémoration des femmes au Canada ainsi que sur les débats qui entourent ce « rattrapage » au niveau de l'histoire nationale, consulter (Guarnieri, 1997; Hayden, 1997 et Symons, 1997).

Autochtones et les communautés culturelles, tous regroupés sous l'abstraite bannière du « multiculturalisme », profitent, eux, de cette assurance.

3.5 Racines anciennes d'une définition contemporaine de la nation

La présence du thème du multiculturalisme dans le répertoire symbolique issu de l'analyse des pièces du millénaire est une découverte qui ne devrait en fait surprendre personne. Ce thème est effectivement devenu un des concepts-clé, sinon le concept-vedette, dans la définition contemporaine de l'identité canadienne (Gouvernement du Canada, 1998, p. 24)²⁷.

Over the last 27 years, multiculturalism has become an explicit strategy of national consolidation in Canada. During that period, Canada's commitment to accommodate, celebrate and promote ethnic diversity has been constitutionally entrenched in section 27 of the Canadian Charter of Rights and Freedoms (1982) and reiterated and amplified in the Canadian Multiculturalism Act of 1988. More than this, multiculturalism has been affirmed by the federal government and all provincial governments save one as a fundamental characteristic – perhaps *the* fundamental characteristic – of Canadian identity and an essential prop of the political order » (Harles, 1998, p. 219).

Les pièces du millénaire de 1999 apportent un appui considérable à cette thèse du multiculturalisme puisqu'elles en dénichent les racines dans un passé précédant même la formation de la nation. La logique qu'elles nous présentent est la suivante : si le Canada

²⁷ L'État n'est pas le seul à clamer que le multiculturalisme est une des caractéristiques qui différencient le Canada des autres nations du globe. Dans l'édition 1999 de son sondage annuel de la population canadienne, le magazine *Macleans* a demandé aux répondants (1200 adultes sélectionnés au hasard dans les 10 provinces de la nation) d'identifier ce qui rendait le Canada... canadien. 74% des gens sondés estiment que le caractère multiculturel et multiracial de la nation est un élément différenciateur, une caractéristique propre aux Canadiens. Le multiculturalisme est cependant devancé par une foule d'autres éléments dont le climat, la géographie, le système de santé, les vedettes et scientifiques canadiens ainsi que l'unifolié (Wallace, 1999).

actuel est une contrée de tolérance, de respect et d'équité pour les gens d'origines variées, c'est en réalité parce qu'il l'a toujours été. Les designs frappés sur ces pièces font remonter loin dans le passé les racines et l'importance du multiculturalisme canadien puisqu'ils offrent une narration du passé qui reflète ce principe contemporain. « [They rewrote the] cultural identity as an unfolding essence, moving apparently without change, from past to future » (Hall, 1993b, p.356). Le lien hier-aujourd'hui, la continuité avec le passé, est ainsi fabriqué, légitimant, en l'inscrivant dans la mémoire collective, un des principes – aussi vague, théorique ou esthétique soit-il – sur lequel repose la définition actuelle de la nation.

Les pièces du millénaire de 1999 ne sont pas le seul projet de représentation nationale au cœur duquel on crée au multiculturalisme des racines anciennes. *Le Canada Year Book 1999*, un guide conçu par Statistique Canada et établi comme source de référence de première importance sur la société canadienne, participe également à ce jeu, en offrant, en première page de la section « Population », la citation suivante « « Every great empire has an emblem », Henri Joly said in 1865 during the debates about Confederation. So he proposed adopting the rainbow : « By the endless variety of its tints the rainbow will give an excellent idea of the diversity of races, religions, sentiments and interests of the different parts of Confederation ». » (Statistics Canada, 1998, p. 69). L'unifolié l'a cependant emporté sur l'arc-en-ciel, mais le message concocté – bien que paradoxal – reste le même : ce qui donne au Canada son unicité, c'est sa diversité, sa capacité à conjuguer harmonieusement une population aux origines et aux cultures diverses. Et en allant chercher une citation datant du 19^e siècle pour illustrer cette « caractéristique canadienne », le multiculturalisme et la diversité sont ancrés dans l'histoire.

La thèse de la diversité présente dans le répertoire symbolique de la série de pièces de 1999 englobe non seulement la contribution d'individus provenant de divers coins de la planète, des gens qui « ont affronté les périls du Nouveau Monde pour y bâtir un pays : le Canada » (MRC, 1999o), mais également l'importance des Premières Nations dans la définition de ce qu'est le Canada aujourd'hui. Leur patrimoine occupe d'ailleurs plusieurs des pièces de la série²⁸, une présence qui apparaît d'autant plus légitime en raison de la demande formulée par les créateurs du concours; soit la mise en images des derniers mille ans du Canada. Les Premières Nations ont occupé, seules, le territoire canadien actuel pendant une bonne portion de ces mille années. Cependant, c'est davantage au côté « politique » de la commémoration que celles-ci doivent la représentation de leur patrimoine sur les pièces du millénaire. Puisque les Premières Nations forment aujourd'hui un puissant groupe d'intérêt sur la scène nationale et puisqu'elles pèsent donc de plus en plus lourd dans l'équilibre des pouvoirs, leur contribution au développement du Canada se devait d'être amplement soulignée dans cette commémoration du passé national²⁹. Et en immortalisant quelques représentations du passé des Premières Nations, le gouvernement se place quelque peu à l'abri des critiques de ce puissant groupe d'intérêt (Bodnar, 1994).

Les responsables de « Faites Centsation! » ont donc inscrit dans leur version du passé national une tradition de collaboration entre gens de diverses origines³⁰. Le terme « ensemble », ainsi qu'une multitude d'expressions synonymes, sont abondamment utilisés.

²⁸ Les pièces de février, d'avril et d'octobre représentent le patrimoine des Premières Nations. Celles-ci sont également mentionnées au cœur des explications relatives aux pièces de janvier, de mai, de juillet et de décembre.

²⁹ Voir chapitre un.

³⁰ Il est intéressant de jeter un coup d'œil à l'origine des concepteurs des pièces gagnantes puisque ensemble, ils forment le portrait de la société multiculturelle canadienne. Dans les documents relatifs

Une parenthèse doit cependant être ouverte afin de commenter un aspect paradoxal du discours sur la diversité et le multiculturalisme canadiens. En premier lieu, le Canada se félicite de l'hétérogénéité de sa population et du respect des différents groupes culturels qui la composent. Si identité canadienne rime avec diversité culturelle, le patrimoine national, un outil auquel on attribue le pouvoir de renforcer le sentiment d'appartenance à la nation (Gouvernement du Canada, 1998, p. 12) se doit également de refléter cette même diversité; ce que font avec succès les pièces du millénaire de 1999.

Cependant, au cœur des discours favorables au multiculturalisme, se glissent parfois quelques murmures d'inquiétude. Celui-ci est célébré... et du même coup, il est craint. En faisant la promotion de la diversité en tant que première caractéristique de l'identité canadienne, le gouvernement n'annule-t-il pas tous ses efforts pour renforcer l'unité nationale? (Hughes, 1997). Tout en continuant à défendre le multiculturalisme, des auteurs comme Meisel et Fournier laissent entendre qu'un moyen de contrôler ce dernier est nécessaire (Meisel, 1997; Fournier, 1997). La réponse se trouve, selon certains, dans le système de valeurs que partagerait l'ensemble des Canadiens. Ce sont d'ailleurs ces valeurs universelles qui se retrouvent sur les pièces de la série du millénaire de 2000 (MRC, 2000a).

Les études indiquent que les Canadiens et Canadiennes de toutes les régions du pays partagent certaines valeurs, notamment la compassion, la sécurité, la liberté et l'ouverture d'esprit et qu'ils considèrent ces valeurs comme symboles de leur identité canadienne. Dans un pays dont les habitants se reconnaissent des caractéristiques multiples telles la nationalité, l'appartenance régionale, la langue, l'origine ethnique et la religion, le succès du Canada dépendra surtout de la mesure

à la sélection des pièces, il n'existe aucune mention concernant l'origine des dessinateurs gagnants. J'ignore même si les juges étaient au courant de ce facteur, variable que les participants n'étaient nullement forcés de dévoiler. Le portrait final est cependant intéressant puisque le groupe comporte, entre autres, cinq immigrants récents, un Canadien de deuxième génération et deux membres des Premières Nations. Fort est à parier que la composition ethnique du jury qui a procédé à la sélection des pièces était, elle aussi, des plus variées.

dans laquelle il arrivera à renforcer le sentiment de valeurs et d'enjeux communs, et aussi d'égalité d'opportunité » (Gouvernement du Canada, 1998, p. 5).

De grandes valeurs humanistes telles la liberté et la compassion se transformeront-elles en sentiment de fierté à l'égard de la nation? Est-ce la seule façon d'affronter le danger que représenterait la diversité culturelle en tant que définition de base de l'identité nationale? Je désire plutôt avancer une autre hypothèse, démontrant qu'un contrôle est déjà exercé sur l'expression du multiculturalisme canadien au niveau de la commémoration nationale. Comme je l'ai mentionné précédemment, les tendances actuelles en matière de préservation, de gestion et d'interprétation du patrimoine favorisent entre autres la commémoration de l'histoire des communautés culturelles et des Premières Nations, puisque celles-ci occupent une place de plus en plus prédominante dans la définition de l'identité canadienne³¹. Par contre, le ton que prennent ces commémorations est à noter. Tout comme on le fait pour les Canadiens qui n'appartiennent pas à ces groupes, on commémore les membres des communautés culturelles et des Premières Nations en fonction de leur contribution à la nation (Gouvernement du Canada, 1998, p. 20). Ce n'est pas l'individu, mais bien l'apport de ce dernier à la nation qui est célébré. Le multiculturalisme, comme tous les autres éléments du patrimoine canadien, est donc préservé, interprété et promu en tant qu'un des éléments constitutifs d'un tout, comme un des ingrédients ayant mené à la constitution de la société telle qu'on nous la présente, c'est-à-dire unifiée. Cette tendance est facilement notable dans le cas des pièces du millénaire de 1999. Cette perspective atténue les dangers que pourrait représenter le multiculturalisme comme caractéristique première de la définition de l'identité canadienne, puisque ce dernier y est célébré en fonction de sa contribution à l'unité de la nation.

Les pièces du millénaire de 1999 ancrent donc dans le passé la définition actuelle de la nation canadienne, y plantent les racines de l'unité dans la diversité. Le dilemme intrinsèque à la notion de mémoire collective fait ici surface : d'un côté, cette dernière assure la survie d'éléments du passé (continuité), mais d'un autre côté, la signification accordée à ces éléments et la sélection même des éléments dignes d'être inscrits dans la mémoire collective sont dépendantes des préoccupations et des intérêts culturels et politiques du présent (rupture) (Middleton, 1997). « Commemoration, like ideology, promotes commitment to the world [nation] by producing symbols of its values and aspirations » (Schwartz, 1997, p. 470). La représentation du passé est mise au service du présent, plus précisément au service de l'agenda politique de son producteur.

« The past is not simply there in memory (...), it must be articulated to become memory » (Huysen, 1995, p. 3). En étant frappée sur la monnaie et légitimée lors des lancements et par le biais des annonces publicitaires, cette version du passé acquiert le titre de mémoire collective officielle. Cette narration du passé canadien, un récit aux couleurs de la tolérance, de l'implication dans la vie civique, du multiculturalisme et de l'unité, n'est qu'une des réécritures dont sera « victime » la mémoire collective canadienne. Cliché de l'instant présent, cette version du passé canadien ne représente qu'un moment du processus continu de construction et de légitimation de l'identité nationale entrepris par l'État (Bodei, 1992). Et la Monnaie royale, en raison de son rôle en tant que promotrice du patrimoine à l'aide des pièces qu'elle frappe et met en circulation, continuera à marquer chacun de ces changements (Stamatakis, 1991, p. 64).

³¹ Voir chapitre un.

CONCLUSION

Les « gros sous » de la commémoration

La commémoration est une stratégie de marketing de la nation. Les pièces du millénaire en sont les circulaires, les encarts publicitaires, mettant en évidence les produits vedettes. Le but premier de ma recherche était de déterminer la nature de ce produit présenté aux Canadiens et aux Canadiennes, une représentation de la nation diffusée aux confins du pays grâce aux 25 cents de circulation. Ce qui, au tout début, est né d'un désir de savoir quelle image l'État traçait de la nation sous sa gouverne s'est vite transformé en étude autant de la forme que du contenu de la commémoration, afin de tenter d'y tracer les intentions de ses créateurs. Cependant, une telle approche de la commémoration a ses limites... tout comme l'efficacité de « Faites Centsation! » à titre de programme commémoratif d'ailleurs.

À prime abord, ce concours remplit les exigences de ce que Frank. E. Manning identifie comme une célébration/commémoration efficace (Manning, 1983, p. 4). Il est à la fois performance (par la livraison de symboles artistiques et culturels contemporains); divertissement (par la structure de son concours qui voulait rendre l'expression du nationalisme amusante et par le recours à un véhicule commémoratif hors de l'ordinaire); participatif (puisque'il implique la population dans la commémoration et ne lui laisse pas le rôle de spectateur passif); et public (par sa nature grandement inclusive, autant au niveau des critères de participation qu'à celui de la description idéalisée de la nation intrinsèque aux designs sélectionnés pour les pièces).

Par contre, certaines questions doivent être soulevées quant à l'efficacité de « Faites Centsation! » à titre de projet commémoratif national et ce, surtout à l'étape de la mise en circulation et de la promotion des pièces du millénaire. L'objectif de projets nationaux du type de « Faites Centsation! » est ordinairement de voir au renforcement du sentiment d'appartenance national¹, objectif auquel « Faites Centsation! » semble répondre à l'étape du concours². Les *Minutes du Patrimoine*, courts films qui retracent un événement important ou la contribution d'un personnage ou d'un groupe dans l'histoire de la nation, sont de parfaits exemples de la commémoration du patrimoine à cette fin³. « The *Minutes*, high quality « mini-movies » about notable Canadian events and persons (...) are in the business of selling Canada to Canadians » (Rukszto, 1997, p. 7)⁴. Certes, le côté propagandiste, pro-national, des *Minutes* est flagrant, ce qui rend méfiants et critiques certains auditeurs. Cependant, le message, le portrait de la nation, est bel et bien transmis, ce dont je doute fort dans le cas des pièces du millénaire.

Effectivement, lorsque l'on s'attarde à l'étude de la promotion des pièces, on pourrait facilement se demander si le désir de rentabilité de la commémoration, plus probable si le côté propagandiste de cette initiative fédérale était étouffé, ne l'a pas emporté sur la volonté de mettre en évidence la représentation de la nation qui a bel et bien été frappée sur les pièces du millénaire. Celles-ci sont plutôt valorisées pour leur côté esthétique et en tant qu'item

¹ Voir chapitre un.

² Voir chapitre deux.

³ Les *Minutes du Patrimoine* sont produites par la Fondation CRB. Pour de plus amples détails, consulter le site Internet de la Fondation à : <http://www.refletsdupatrimoine.ca/about/default.htm>

⁴ Comme je l'ai fait pour les pièces de 1999, il serait intéressant de partir à la découverte du répertoire symbolique présent dans les *Minutes du Patrimoine* afin d'y tracer, là aussi, le portrait de la nation livré à l'aide d'éléments du passé.

souvenir de l'an 2000. À quoi bon répandre ces 25 cents d'un bout à l'autre du pays si la signification nationaliste dont ils sont porteurs est tue ou à peine entendue? À quoi bon assurer la création et la postérité de ces designs? Il s'agit d'une commémoration nationaliste qui est éphémère, en ce sens que le médium commémoratif ne permet pas la transmission des significations patriotiques des designs qu'il arbore, signification qui représente ce qui est réellement voué à la postérité⁵. La génération contemporaine à la célébration est donc la seule à pouvoir être exposée à cette signification patriotique, exposition qui s'est à peine faite. Je ne crois pas que la population est dupe au point de croire que l'État et la Monnaie royale ont créé ces pièces sans l'intention d'y faire passer un message, bien que ce soit ce que ces deux producteurs avancent, prétextant que cette commémoration est l'œuvre de la population. Alors pourquoi ne pas rendre ce message, ce portrait de la nation, plus audible? Nul besoin d'aller à l'extrême et de faire la promotion des pièces sur un fond de drapeaux canadiens, mais si l'État a pris la peine de concocter un portrait de la nation qu'il espère rendre concret dans le futur, c'est perdre du temps, de l'énergie et de l'argent que de le révéler que superficiellement.

Cette succession de questions met en lumière une des principales limites de ma recherche et une de mes principales sources de frustrations, c'est-à-dire l'impossibilité de connaître la nature exacte des intentions des créateurs de ce programme commémoratif⁶. En écartant de ma recherche toute enquête ethnographique visant à connaître les motivations et l'expérience

⁵ Les pièces, bien qu'elles ne pourront assurer la postérité de la signification patriotique des designs, assureront cependant la postérité du passage au troisième millénaire car ce sont les pièces comme telles, et pas nécessairement les designs qu'elles portent, qui s'inscrivent à titre d'artefacts créés spécifiquement pour souligner cet événement historique.

⁶ Peter Aykroyd, un des responsables des festivités entourant le centenaire de la Confédération canadienne, en 1967, avoue que, bien souvent, les autorités en charge de la commémoration, elles-mêmes, ne sont pas toujours conscientes de leur démarche (Aykroyd, 1992).

vécue par les créateurs mêmes du concours, j'ai dû m'en remettre à des déductions, combinant l'information fournie par la Monnaie royale (information forcément positive) aux textes produits par des académiciens qui se sont penchés sur la question de la commémoration. Cette combinaison ne m'a cependant pas fourni toutes les solutions. C'est pourquoi plusieurs des questions que j'aimerais résoudre dans ce mémoire restent sans réponse définitive, la plus grande étant bien sûr de comprendre pourquoi la représentation de la nation frappée sur les pièces n'a pas davantage été promue. La commémoration du millénaire ne devait-elle pas prendre l'allure d'une commémoration nationaliste? L'objectif de cette initiative était-il purement économique? Pourquoi l'État tenait-il tant à effacer toute trace de sa présence au cœur des programmes commémoratifs du millénaire? Tout est question d'intention.

L'étude de « Faites Centsation! » nous pousse également à prendre davantage en considération la forme qu'adopte la commémoration et également l'évolution des médias privilégiés par l'État pour diffuser ses messages, outils qui permettent et encouragent la consommation de représentations de la nation. Médium employé quotidiennement, la monnaie est peu souvent reconnue comme outil de promotion du patrimoine national par ses utilisateurs. Tout comme le timbre qui, lui aussi, amène le message jusqu'à la population, contrairement aux véhicules commémoratifs plus traditionnels⁷. Au Canada, cependant, la nature de ce qui est digne d'être affiché sur un timbre vient d'être changée radicalement. Ce médium national est maintenant à vendre et quiconque désire imprimer son joli minois sur un timbre en a aujourd'hui la possibilité. Pour 25 dollars, il est possible d'apposer n'importe

⁷ Ici, je pense particulièrement aux monuments, plaques commémoratives, musées et sites patrimoniaux.

quel cliché sur des Timbres-Photos^{MC} dont on vous fournira 25 exemplaires; timbres qui seront aussi valides que ceux sur lesquels apparaissent la Tour de la paix du Parlement canadien ou encore le profil de la reine Élisabeth II⁸. Doit-on y lire une autre manifestation du culte du « citoyen ordinaire »? Je crois davantage qu'on doit simplement voir cette possibilité de personnaliser le contenu d'un médium communicationnel habituellement au service de l'État comme une nouvelle façon de renflouer les coffres de la Société canadienne des postes.

Et c'est vers ce côté économique que je désire me tourner pour terminer ce mémoire puisque l'aspect rentabilité semble être un facteur de plus en plus important, même dans l'élaboration de commémorations nationales⁹. Et c'est dans le secteur du tourisme, plus particulièrement dans le développement de sites historico-touristiques, que se marient actuellement harmonieusement commémoration et rentabilité alors que la nation est à la fois vendue à ses citoyens et aux visiteurs étrangers. Au pays, le site Internet de la Commission canadienne du tourisme regorge de suggestions pour les vacanciers intéressés à visiter la nation¹⁰. Pour la majorité des provinces, en plus de suggérer de multiples circuits de plaisance, la Commission a également élaboré des circuits historiques ou patrimoniaux. Et le portefeuille du Patrimoine canadien profite de cette forme de tourisme. En 1996, par exemple, ce dernier a bénéficié

⁸ Le consommateur intéressé à être immortalisé sur un timbre doit envoyer une photo à la Société canadienne des postes. Lui reviendront par la suite : 25 timbres autocollants (d'une valeur de 46 cents chacun) dont le motif est un cadre, 25 reproductions autocollantes de la photo (que le consommateur devra lui-même apposer dans le cadre de 46 cents) et 25 étiquettes de retour autocollantes (Société canadienne des postes, 2000). Aucune restriction en ce qui a trait à la nature des photos acceptées n'apparaît sur le dépliant promotionnel.

⁹ J'emploie le terme « rentabilité » non pas uniquement pour désigner les commémorations qui enregistrent des profits, mais également pour désigner celles qui épongent de façon substantielle une part de leurs coûts d'opération.

¹⁰ <http://www.travelcanada.ca>

d'une « large proportion des 41,9 milliards de dollars dépensés par les touristes au Canada (...) car il [a géré ou appuyé] directement au moins deux tiers des grandes attractions touristiques (...) au pays » (Gouvernement du Canada, 1998, p. 7). Ces retombées permettent par la suite l'ouverture de nouveaux sites patrimoniaux, l'amélioration de commémorations existantes; en résumé : la diffusion, à plus grande échelle, du patrimoine national et, par le fait même, d'une vision idéalisée de la nation concrétisée par la mise à jour de la mémoire collective.

La commémoration du patrimoine profite de cette forme de tourisme d'une seconde façon. Où il y a source de profit, on retrouve bien souvent des investisseurs du secteur privé (Symons, 1997a). La collaboration se fait également bien souvent entre les autorités fédérales et leurs semblables provinciaux. Le patrimoine est célébré, la nation commémorée et les dépenses sont divisées¹¹.

L'adaptation des sites historiques aux exigences du tourisme, mélangeant pédagogie et divertissement, semble donc être une des tendances de l'heure en matière de préservation et

¹¹ Parfois, la collaboration du secteur privé se fait dans un but caritatif alors qu'entreprises et donateurs désirent associer leur nom à une commémoration particulière du passé du Canada (consulter l'introduction de ce mémoire). Le musée du Quai 21, le plus important projet commémoratif fédéral des dernières années, est un excellent exemple de ce genre d'alliance. Lorsqu'un visiteur fait son entrée dans le musée, il longe le *Mur de l'excellence Sobey*, en l'honneur des familles immigrantes parvenues au pays par ce point d'entrée, et monte ensuite au premier étage pour traverser le *Pavillon d'accueil Chrysler Canada*. À l'intérieur de l'exposition, il pourra embarquer dans un train gracieusement offert par Canadien National ou encore visionner la projection multimédia dans l'*Amphithéâtre En transit Charles et Andrea Bronfman*. Les congressistes qui se retrouvent dans une des salles du musée peuvent, quant à eux, profiter de spectacles donnés sur la *Scène Pétro-Canada*. Tous ces mécènes ont donc désiré être associés à ce lieu de commémoration de l'arrivée et de la contribution des immigrants à la nation canadienne, sanctuaire de la diversité et du multiculturalisme qui est présenté dans les brochures touristiques et les rues de la ville d'Halifax comme la porte d'accès à « l'âme historique du Canada » (Pier 21 Society, 2000, p. 9)

de promotion du patrimoine¹². Les visiteurs ne font plus face à des commémorations lourdes et trop pédagogiques et les responsables de ces sites arrivent tout de même à créer un intérêt pour l' « histoire » nationale. Certes, le tourisme historique n'est pas sans danger pour la préservation et l'interprétation du passé. Le désir de vouloir satisfaire un trop large public, de le divertir, peut en venir à reléguer à l'arrière-plan l'importance nationale de l'individu/lieu/événement commémoré en faveur, par exemple, de reconstitutions historiques plus englobantes sur une époque donnée (Cameron, 1997)¹³. Il est donc primordial de doser équitablement le côté commémoratif et le côté récréo-touristique, afin qu'on ne perde jamais de vue le but premier d'une commémoration du passé : la mise en valeur d'éléments de l'histoire dans le but de fournir à la population un sentiment d'unicité, bref une base à son identité commune actuelle.

Et c'est ce que les pièces de 1999 proposent. Tolérance, collaboration et, plus que tout, diversité y résonnent. Legs de l'an 2000, ces 25 cents sont frappés de la vision idéalisée de la nation entretenue par l'État, une vision provisoire à la merci des prochains changements dans la définition de l'identité canadienne. Le processus de réécriture de la mémoire collective est sans fin et la commémoration est encore et toujours prête à servir l'État.

¹² Une seconde tendance semble être la multiplication des ressources Internet relatives au patrimoine et à la commémoration, dont plusieurs proposent jeux et questionnaires à leurs visiteurs, alliant encore une fois, commémoration et divertissement. Consulter, entre autres, le site du Bureau d'Information du Canada : <http://Canada.cio-bic.gc.ca>

¹³ « Take, for example, Province House in Charlottetown. The commemorative intent of this National Historic Site clearly focuses on its role as « the cradle of Confederation ». And yet, the interpretive program tends to concentrate on the architecture, furnishings and the guides' period costumes. The visitor ends up experiencing the site as an artifact, as something « dead » from the past, rather than as part of the continuum in the on-going saga of our constitutional evolution» (Cameron, 1997, p. 30).

BIBLIOGRAPHIE

- Adam, Mohammed (1999) « Parks Canada rewrites Riel rebellion », The Ottawa Citizen, 10 juillet 1999, p. A4
- Altheide, David L. (1996) Qualitative Media Analysis, Qualitative Research Methods, vol. 32, Californie, Sage Publications
- Anderson, Benedict (1983) « Memory and Forgetting » in Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism, Londres, Verso, p. 187-206
- Aykroyd, Peter H. (1992) The Anniversary Compulsion : Canada's Centennial Celebrations, A Model Mega-Anniversary, Toronto et Oxford, Dundurn Press
- Barthel, Diane (1996) « Getting in Touch with History: The Role of Historic Preservation in Shaping Collective Memories », Qualitative Sociology, vol. 19, no. 3, p. 345-364
- Bellavance, Joël-Denis (1999) « U.S. Senate report touts single currency », National Post, 27 août 1999, p. A7
- Bendix, John (1994) « Switzerland's 700th Anniversary: The Politics of Negotiating a Cultural Display », Canadian Review of Studies in Nationalism, vol. 21, no. 1-2, p. 33-44
- Benessaïeh, Karim (1992) « Découvrir son pays », La Presse, 13 août 1992, p. A6
- Berger, François (2000) « Pas de consultation publique sur le changement de nom du pont Papineau-Leblanc », La Presse, 14 janvier 2000, p. A5
- Bissonnette, Lise (1998) « Promesse d'ivrogne : Le projet de bourses du millénaire contredit la tradition fédérale elle-même », Le Devoir, 20 février 1998, p. A10
- Blanchard, Gilles (2000) « L'avenue Maurice-Richard », La Presse, 9 juin 2000, p. S2
- Bodei, Remo (1992) « Farewell to the Past: Historical Memory, Oblivion and Collective Identity », Philosophy and Social Criticism, vol. 18, no. 3, p. 251-265
- Bodnar, John (1994) « Public Memory in an American City: Commemoration in Cleveland », in John R. Gillis, éd., Commemorations: The Politics of National Identity, Princeton, Princeton University Press, p. 90-104
- Brown, Dave (1999) « Lady, can you spare a millennium quarter? », Ottawa Citizen, 13 août 1999, p. C1

Bureau du Canada pour le millénaire (BCM) (1998a) « Le gouvernement lance l'initiative du millénaire du Canada », Communiqué de presse émis le 12 mars 1998, <http://www.millennium.gc.ca>

---- (1998b) « Le Vice-premier ministre Herb Gray invite les Canadiens à participer au Programme des partenariats du millénaire du Canada », Communiqué de presse émis le 4 juin 1998, <http://www.millennium.gc.ca>

---- (1998c) « Le Vice-premier ministre Herb Gray annonce les gagnants du concours « Moments du millénaire » organisé à l'intention des jeunes », Communiqué de presse émis le 25 juin 1998, <http://www.millennium.gc.ca>

---- (1998d) « Le Premier ministre annonce la nomination du nouvel administrateur général du Bureau du Canada pour le millénaire », Communiqué de presse émis le 29 juillet 1998, <http://www.millennium.gc.ca>

Cameron, Christina (1997) « Commemoration: A Moving Target? » in Thomas H.B. Symons, éd., Les lieux de la mémoire: La commémoration du passé du Canada, Actes du symposium national tenu à l'occasion du 75^e anniversaire de la Commission des lieux et monuments historiques du Canada (26-28 novembre 1994), Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 27-37

Canadian Coin News (CCN) (1991a) « Mint announces competition for new 1992 coin designs », Canadian Coin News, vol. 28, no. 22, 5 au 18 mars 1991, p. 1

---- (1991b) « First coin design competition was disappointing », Canadian Coin News, vol. 28, no. 25, 16 au 29 avril 1991, p. 1 et 4

---- (1991c) « More than 10,000 hopefuls submit designs for 1992 commemorative program », Canadian Coin News, vol. 28, no. 26, 30 avril au 13 mai 1991, p. 1

---- (1992a) « Store refuses Canada 125 coins », Canadian Coin News, vol. 29, no. 23, 17 au 30 mars 1992, p. 1

---- (1992b) « Lots of sizzle, little steak », Canadian Coin News, vol. 29, no. 24, 31 mars au 13 avril 1992, p. 6

---- (1992c) « RCM wants 125 coins to circulate », Canadian Coin News, vol. 30, no. 1, 12 au 25 mai 1992, p. 1

---- (1992d) « Design sparks controversy », Canadian Coin News, vol. 30, no. 7, 4 au 17 août 1992, p. 1

---- (1992e) « Canada 125 BU coins are a hit with the public; Canada 125 a boon for Mint sales figure », Canadian Coin News, vol. 30, no. 14, 10 au 23 novembre 1992, p. 1 et 4

- (1998a) « New competition will select Canada's coins of the new Millennium », Canadian Coin News, vol. 36, no. 2, 19 mai au 1^{er} juin 1998, p. 1
- (1998b) « Collectors invited to design », Canadian Coin News, vol. 36, no.2, 19 mai au 1^{er} juin 1998, p. 21
- (1998c) « Millennium project drawing entries », Canadian Coin News, vol. 36, no. 9, 25 août au 7 septembre 1998, p. 7
- (1999a) « RCM issues the first of 24 millennium coins », Canadian Coin News, vol. 36, no. 20, 26 janvier au 8 février 1999, p.1
- (1999b) « Millennium contest continues », Canadian Coin News, vol. 36, no. 22, 23 février au 8 mars 1999, p. 9
- (1999c) « New coin programs spur collecting activity », Canadian Coin News, vol. 37, no. 4, 15 au 28 juin 1999, p. 16
- (1999d) « RCM forges on with Millennium coin series; Meanwhile, banks opt out of distribution program », Canadian Coin News, vol. 37, no. 5, 29 juin au 12 juillet 1999, p.1 et 7
- (1999e) « Canada Post to take over distribution of millennium coins », Canadian Coin News, vol. 37, no. 7, 27 juillet au 9 août 1999, p. 1
- (1999f) « July Millennium coin launched in three Canadian cities », Canadian Coin News, vol. 37, no.7, 27 juillet au 9 août 1999, p. 1, 7, 8
- (1999g) « Mint and Canada Post strike a good deal », Canadian Coin News, vol. 37, no. 7, 27 juillet au 9 août 1999, p. 6
- (1999h) « 1999 25¢ Caribou », Canadian Coin News, vol. 37, no.10, 7 au 20 septembre 1999, p.17
- (1999i) « Child's design wins for September-dated 25-cent coin », Canadian Coin News, vol. 37, no. 11, 21 septembre au 4 octobre 1999, p. 1
- Careless, J.M.S. (1976) « Waspishness and multi-culture », in K.J. Laidler, éd., La préservation du patrimoine canadien, Actes du colloque du même nom tenu les 7 et 8 octobre 1975, Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 141-150
- Carrier, Peter (1996) « Historical Traces of the Present: The Uses of Commemoration », Historical Reflexions, vol. 22, no. 2, p. 431-445
- Castronovo, Val et al. (2000) « Here & There », Time Magazine, vol. 155, no. 16
- Cerulo, Karen A. (1995) Identity Designs : The Sights and Sounds of a Nation, New Brunswick/New Jersey, Rutgers University Press

- Chesneaux, Jean (1978) « Introduction », « National belongingness in history », Pasts and futures or What is history for ?, 2^e éd., Londres, Thames and Hudson, p. 1-10, 83-90
- Cloutier, Mario (1998) « Les bourses fédérales font des vagues », Le Devoir, 26 février 1998, p. A1
- Cohn, W. H. (1976) « A National Celebration: The Fourth of July in American History », Cultures, vol. 3, no. 2, p. 141-156
- Commission de la capitale nationale (2000) « Qui veut devenir milliORnaire? », publicité publiée dans Le Droit, 28 juin 2000, p.6
- Cornellier, Manon (1997) « Amendement constitutionnel : Le Québec réaffirme son pouvoir exclusif en matière d'éducation », Le Devoir, 20 décembre 1997, p. A7
- Cossette (1999) « The Pond », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par Coca-Cola pour le marché canadien
- Cressy, David (1994) « National Memory in Early Modern England » in John R. Gillis, éd., Commemorations: The Politics of National Identity, Princeton, Princeton University Press, p. 61-73
- Csepli, György et Antal Örkény (1997) « The imagery of national anthems in Europe », Canadian Review of Studies in Nationalism, vol. 24, no. 1-2, p. 33-41
- Davis, Eric (1994) « The museum and the politics of social control in modern Iraq » in John R. Gillis, éd., Commemorations: The Politics of National Identity, Princeton, Princeton University Press, p. 90-104
- Denzin, Norman (1989), Interpretive Biography, Qualitative Research Methods, vol. 17, Londres, Sage Publications, p. 5-84
- Dominion Bureau of Statistics (1917) The Canada Year Book 1916-1917, Published by Authority of the Right Hon. Sir George E. Foster, Minister of Trade and Commerce, Ottawa, J. de L. Taché, Printer To The King's Most Excellent Majesty
- (1967) Canada One Hundred, 1867-1967, Prepared in the Canada Year Book Handbook and Library Division Dominion Bureau of Statistics, Ottawa, Imprimeur de la reine
- Drouin, Simon (2000) « La famille Rizzuto se désiste », La Presse, 16 janvier 2000, p. A7
- Dupuy, Michel (1997) « Allocution du ministre », in Thomas H.B. Symons, éd., Les lieux de la mémoire: La commémoration du passé du Canada, Actes du symposium national tenu à l'occasion du 75^e anniversaire de la Commission des lieux et monuments historiques du Canada (26-28 novembre 1994), Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 1-6

- Duvignaud, Jean (1976) « Festivals, A Sociological Approach », Cultures, vol. 3, no. 2, p. 15-25
- Fiset, Shelly (1999) 2000 memories. Jason and the Memory Box, Illustrations par Aimée Chatelaine, Ottawa, Anciens Combattants Canada
- Fishwick, Marshall (1978) « Icons of America » in Ray B. Browne et Marshall Fishwick, éd., Icons of America, Bowling Green (Ohio), Bowling Green University Press, p. 3-12
- Fontaine, Mario (1998) « Unanimité contre les bourses du millénaire », La Presse, 25 février 1998, p. A6
- Fournier, Angéline (1997) « Le passé a-t-il un avenir ? » in Thomas H.B. Symons, éd., Les lieux de la mémoire: La commémoration du passé du Canada, Actes du symposium national tenu à l'occasion du 75^e anniversaire de la Commission des lieux et monuments historiques du Canada (26-28 novembre 1994), Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 283-288
- François, Étienne (1994) « Nation retrouvée, 'nation à contrecœur' : L'Allemagne des commémorations », Le Débat, no. 78, (janvier-février), p. 62-70
- Fraser, Fil (1997) « Redress versus Commemoration » in Thomas H.B. Symons, éd., Les lieux de la mémoire: La commémoration du passé du Canada, Actes du symposium national tenu à l'occasion du 75^e anniversaire de la Commission des lieux et monuments historiques du Canada (26-28 novembre 1994), Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 111-118
- Frijhoff, Willem (1994) « Dieu et Orange, l'eau et les digues : La mémoire de la nation néerlandaise avant l'État » Le Débat, no. 78, (janvier-février), p. 20-30
- Frye, Northrop (1976) « Canada : new world without revolution » in K.J. Laidler, éd., La préservation du patrimoine canadien, Actes du colloque du même nom tenu les 7 et 8 octobre 1975, Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 15-25
- Gagnon, Katia (1999) « Déblocage dans le dossier des bourses du millénaire », La Presse, 5 mai 1999, p. A1
- Gaudreault, Patrice (1999) « Les bâtiments seraient rénovés et transformés en entrepôts : E.B. Eddy ne veut plus démolir », Le Droit, 16 septembre 1999, p. 5
- (2000) « Babillard de la Colline », Le Droit, 13 mai 2000, p. 16
- Gillis, John R. (1994) « Memory and Identity: The History of a Relationship », in Commemorations: The Politics of National Identity, Princeton, Princeton University Press, p. 3-24

- Gingras, Pierre (1999) « Popularité sans précédent des nouveaux 25 cents », La Presse, 15 septembre 1999, p. A9
- Goethals, Gregor (1978) « Sacred-Secular Icons » in Ray B. Browne et Marshall Fishwick, éd., Icons of America, Bowling Green (Ohio), Bowling Green University Press, p. 24-34
- Gouvernement du Canada (1998), Bâtir un Canada fier et fort de son patrimoine pour le prochain millénaire, Période de planification : 1997-1998 à 1999-2000, Ottawa, Ministère des Travaux publics et Services Gouvernementaux Canada
- Gray, Herb (1998) « Lancement de l'initiative du millénaire du gouvernement du Canada », <http://www.millennium.gc.ca>, avril 2000
- Groupe Angus Reid (1997) « Projet de recherche du millénaire – Résumé », Sondage réalisé aux mois d'octobre et de novembre 1997 au nom du gouvernement du Canada. Ce résumé des résultats de recherche est disponible sur le site du Bureau du Canada pour le millénaire, <http://www.millennium.gc.ca>, avril 2000
- Groupe GEM (2000) « Joe Canadian », Publicité de 60 secondes (télévision et cinéma), commandée par Molson pour la promotion de la bière Molson Canadian
- Guarnieri, Albina (1997) « The Creation of the Department of Canadian Heritage » in Thomas H.B. Symons, éd., Les lieux de la mémoire: La commémoration du passé du Canada, Actes du symposium national tenu à l'occasion du 75^e anniversaire de la Commission des lieux et monuments historiques du Canada (26-28 novembre 1994), Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 203-208
- Hachey, Isabelle (2000) « L'ancien sénateur mérite beaucoup mieux », La Presse, 16 janvier 2000, p. A1-A2
- Hall, Stuart (1982) « The Rediscovery of Ideology : Return of the Repressed in Media Studies », in Michael Gurevitch et al., éd., Culture, Society, and the Media, New York, Methuen, p. 56-89
- (1993a) « Encoding, Decoding », in Simon During, éd., The Cultural Studies Reader, Londres, Routledge, p. 91-103
- (1993b) « Culture, community, nation », Cultural Studies, vol. 7, no. 3, octobre 1993, p. 349-363
- Handler, Richard (1994) « Is 'Identity' a Useful Cross-Cultural Concept? » in John R. Gillis, éd., Commemorations: The Politics of National Identity, Princeton, Princeton University Press, p. 27-40
- Harles, John (1998) « Multiculturalism, National Identity, and National Integration : The Canadian Case », International Journal of Canadian Studies, vol. 17, printemps 1998, p. 217-246

- Haxby J.A. et R.C. Willey (1999) Coins of Canada, Toronto, The Unitrade Press
- Hayden, Dolores « The Power of Place : Claiming Women's History in the Urban Landscape », in Thomas H.B. Symons, éd., Les lieux de la mémoire: La commémoration du passé du Canada, Actes du symposium national tenu à l'occasion du 75^e anniversaire de la Commission des lieux et monuments historiques du Canada (26-28 novembre 1994), Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 67-78
- Hobsbawm, Eric (1983) « Introduction : Inventing Traditions », « Mass-Producing Traditions : Europe, 1870-1914 » in Eric Hobsbawm et Terence Ranger, éd., The Invention of Tradition, Cambridge, Cambridge University Press, p. 1-14, 263-307
- Hughes, Glyn S. (1997) Manufacturing Identity: Some educational insights into English Canada's national self-image, Thèse de maîtrise, Simon Fraser University
- Huyssen, Andres (1995) « Introduction : Time and Cultural Memory at Our Fin de Siècle », « Monuments and Holocaust Memory in a Media Age » in Twilight Memories: Marking Time in a Culture of Amnesia, New York, Routledge, p. 1-9, 249-260
- Jury, Pierre (2000) « La Monnaie royale lance 12 autres 25 cents commémoratifs », Le Droit, 7 janvier 2000, p. 4
- Klink, Dennis R. (1991) « Tracing a trace : The identity of money in a legal doctrine », Semiotica, vol. 83, no. 1-2, p. 1-31
- Koonz, Claudia (1994) « Between Memory and Oblivion : Concentration Camps in German Memory », in John R. Gillis, éd., Commemorations: The Politics of National Identity, Princeton, Princeton University Press, p. 258-280
- « La Commission des lieux et monuments historiques du Canada : Une introduction » in Thomas H.B. Symons, éd., Les lieux de la mémoire: La commémoration du passé du Canada, Actes du symposium national tenu à l'occasion du 75^e anniversaire de la Commission des lieux et monuments historiques du Canada (26-28 novembre 1994), Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, Annexe 1, p. 338-343
- Lacorne, Denis (1994) « Des pères fondateurs à l'Holocauste : Deux siècles de commémorations américaines », Le Débat, no. 78, (janvier-février), p. 71-81
- La Presse (2000a) « Question du jour », La Presse, 18 janvier 2000, p. A2
- (2000b) « L'école Gilles-Vigneault », La Presse, 9 juin 2000, p. A7
- Legget, Robert F. (1976) « A sense of history » in K.J. Laidler, éd., La préservation du patrimoine canadien, Actes du colloque du même nom tenu les 7 et 8 octobre 1975, Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 87- 99

- Lessard, Denis (2000) « Nouveau processus pour changer les noms de lieux », La Presse, 21 janvier 2000, p. A4
- Lévesque, Lia (1998) « 2,5 milliards \$ consacrés aux bourses du millénaire », Le Droit, 25 février 1998, p. 5
- Lowenthal, David (1994) « Identity, Heritage and History », in John R. Gillis, éd, Commemorations: The Politics of National Identity, Princeton, Princeton University Press, p. 41-57
- Lynn, Naomi B. (1985) « Commemoration, celebration and challenge », Public Administration Review (Washington D.C.), juillet-août, vol. 45, p. 453-458
- Maclean's (1999) « Peering Inward and Outward : The poll examines the Canadian identity and cross-border attitudes », Maclean's, 20 décembre 1999, vol. 112, no. 51, p. 48-49
- Mandelbaum, Seymour (1977) « The Past in Service to the Future », Journal of Social History, hiver, no. 2, p. 193-205
- Manning, Frank E. (1983) « Cosmos and Chaos: Celebration in the Modern World » in The Celebration of Society: Perspectives on Contemporary Cultural Performance, Bowling Green, Bowling Green State University Popular Press, p. 3-30
- Marissal, Vincent (1999) « Postes Canada forme son équipe d'étoiles du hockey », La Presse, 2 février 2000, p. A5
- (2000) « Ottawa fait pleuvoir les subventions sur les Fêtes du Canada au Québec : Serge Savard se félicite des succès dans les « fiefs souverainistes », La Presse, 12 février 2000, p. B1
- Masse, Denis (1992) « Un timbre saluera Jos Montferrand, héros légendaire », La Presse, 25 juillet 1992, p. H7
- (1999a) « Rosalie Anne Nardelli vit une semaine de rêve : Son dessin a été choisi pour figurer sur un timbre de l'an 2000 », La Presse, 6 août 1999, p. A7
- (1999b) « Les timbres du millénaire », La Presse, 19 septembre 1999, p. B11
- (1999c) « Les usagers décideront des sujets des timbres en France », La Presse, 9 octobre 1999, p. H20
- Matheson, John Ross (1980) Canada's flag : a search for a country, Boston, G.K. Hall and Company

- Mathieu, Jacques (1997) « La langue de la commémoration » in Thomas H.B. Symons, éd., Les lieux de la mémoire: La commémoration du passé du Canada, Actes du symposium national tenu à l'occasion du 75^e anniversaire de la Commission des lieux et monuments historiques du Canada (26-28 novembre 1994), Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 41-50
- Middleton, David et Derek Edwards (1997) « Introduction » in Collective remembering, 2^e éd., Londres / Thousand Oaks / New Delhi, Sage Publications, p. 1-22
- Ministère des approvisionnements et Services Canada, (1978) Les armoiries, drapeaux et emblèmes du Canada, Ottawa, Deneau & Greenberg
- Monnaie royale canadienne (MRC) (1997) « L'Aventure canadienne » : À la découverte du Canada par la numismatique, CD-ROM disponible auprès de la Monnaie royale et des détaillants de pièces de monnaie
- (1998a) Concours Faites Centsation! Règles officielles. Document que tous ceux et celles qui le désiraient pouvaient se procurer auprès du siège social de la Monnaie royale canadienne.
- (1998b) « Lancement de l'initiative du millénaire », Communiqué de presse émis le 24 avril 1998, <http://rcmint.ca>
- (1998c) « « Faites Centsation! »... Telle est l'invitation lancée aux Canadiens et Canadiennes pour l'initiative du millénaire », Communiqué de presse émis le 27 avril 1998, <http://www.rcmint.ca>
- (1998d) « Les Canadiens et les Canadiennes font « Centsation » à la Monnaie royale canadienne! Plus de 30 000 dessins reçus à ce jour », Communiqué de presse émis le 15 juillet 1998, <http://www.rcmint.ca>
- (1998e) « Des milliers de dessinateurs des pièces de monnaie du millénaire attendent le verdict des juges », Communiqué de presse émis le 2 septembre 1998, <http://www.rcmint.ca>
- (1998f) « Avis aux médias – Monnaie royale canadienne », Communiqué de presse émis le 31 décembre 1998, <http://www.centsation.com>
- (1999a) Ensemble-souvenir de pièces du millénaire (1999). Les 12 pièces de 25 cents en nickel, accompagnées d'un médaillon du millénaire sans valeur d'échange, sont incrustées dans un présentoir oval en carton sur lequel on retrouve la reproduction d'une carte du Canada dessinée par Thomas Bowen et dont la première publication remonte à 1785. À l'arrière du présentoir, on retrouve une courte explication de la signification de chacune des pièces.

- (1999b) « Des Canadiens et Canadiennes ajoutent leur touche personnelle au millénaire – Douze dessins du concours « Faites Centsation! » sont choisis pour orner les pièces de 1999 » Communiqué de presse émis le 5 janvier 1999 <http://www.centsation.com>
- (1999c) « Le millénaire arrive en avance à la Monnaie royale canadienne – Lancement de la première série de pièces commémoratives du millénaire pour 1999 », Communiqué de presse émis le 5 janvier 1999, <http://www.centsation.com>
- (1999d) « La Monnaie royale canadienne dévoile la première pièce du millénaire » Communiqué de presse émis le 5 janvier 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999e) « La nouvelle pièce du millénaire, témoin de mille ans d'histoire », Communiqué de presse émis le 1^{er} février 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999f) « Lancement de la nouvelle pièce canadienne du millénaire à Lunenburg (Nouvelle-Écosse). Son motif célèbre le joyau caché de l'économie du comté », Communiqué de presse émis le 1^{er} mars 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999g) « Lancement à Iqaluit, au Nunavut, de la plus récente pièce du millénaire au motif célébrant l'art et la culture des Inuits », Communiqué de presse émis le 30 mars 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999h) « Winnipeg lance la pièce de 25 cents de mai – Les Voyageurs – au confluent historique des rivières Rouge et Assiniboine » Communiqué de presse émis le 3 mai 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999i) « Lancement du nouveau 25 cents du millénaire à Hillsborough (N.-B.). Le dessin rend hommage aux milliers de travailleurs qui ont construit le chemin de fer », Communiqué de presse émis le 2 juin 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999j) « La Monnaie royale canadienne vous invite à faire un vœu du millénaire à la Fête du Canada », Communiqué de presse émis le 8 juin 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999k) « La Monnaie royale canadienne lance la pièce de 25 cents « Une nation de gens », une célébration de la diversité canadienne », Communiqué de presse émis le 1^{er} juillet 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999l) « En hommage à la diversité et à l'harmonie, la Monnaie royale canadienne lance « Une nation de gens » - la nouvelle pièce de 25 cents du millénaire », Communiqué de presse émis le 1^{er} juillet 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999m) Carte-souvenir plastifiée contenant la pièce du mois de juillet « Une nation de gens ». Le recto de la carte présente un scène tirée de la publicité télévisée pour la série des pièces de 1999, tandis qu'on retrouve au verso une description de la pièce. De telles cartes-souvenir ont été conçues uniquement pour le 25 cents de juillet.

- (1999n) « Postes Canada et la Monnaie royale – un partenariat pour la distribution des pièces de monnaie », Communiqué de presse émis le 2 juillet 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999o) « Lancement à Saskatoon en Saskatchewan de la plus récente pièce du millénaire du Canada. Le dessin reflète l'esprit animant les pionniers », Communiqué de presse émis le 3 août 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999p) « La plus jeune dessinatrice de pièce de monnaie au Canada fête son succès avec ses camarades de classe : La neuvième pièce de 25 cents du millénaire est lancée dans le cadre des festivités de la rentrée des classes », Communiqué de presse émis le 27 août 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999q) « Lancement à Vancouver de la plus récente pièce du millénaire du Canada. Le motif rend hommage aux premiers habitants du pays », Communiqué de presse émis le 4 octobre 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999r) « Lancement à Carp (Ontario) de la toute nouvelle pièce du millénaire – Le motif rend hommage à l'avion de brousse qui a ouvert une voie de communication avec le nord du Canada », Communiqué de presse émis le 1^{er} novembre 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999s) « La Monnaie royale canadienne émet sa dernière pièce du siècle », Communiqué de presse émis le 2 décembre 1999, <http://www.rcmint.ca>
- (1999t) Les aventures de Nathalie et Zacharie Monet basées sur les pièces du millénaire de 1999, coffret pour enfants contenant 6 petits livrets et un présentoir de pièces du millénaire. Chacun des livrets présente deux courtes histoires inspirées d'une des pièces de 1999. Produit et distribué par la Monnaie royale canadienne. Guide de l'enseignant disponible.
- (1999u) Publicités radio (2 messages de 30 secondes) créées pour inciter les gens à participer à « Faites Centsation » (soumission de dessins pour la série de 2000).
- (1999v) « Offrez-vous le millénaire », publicité imprimée présentant l'ensemble-souvenir de base des pièces de 1999, disponible dans les bureaux de poste, septembre 1999.
- (1999w) « La Monnaie royale canadienne rend hommage au créateur du médaillon 1999 du millénaire, Alf Gamble, de Scarborough (Ontario) », <http://www.rcmint.ca>
- (2000a) Ensemble-souvenir de pièces du millénaire (2000). Les 12 pièces de 25 cents en nickel, accompagnées d'un médaillon du millénaire sans valeur d'échange, sont incrustées dans un présentoir ovale en carton sur lequel est représenté le territoire canadien vu de l'espace. À l'arrière du présentoir, on retrouve une courte explication de la signification de chacune des pièces. <http://www.rcmint.ca>.

- (2000b) « La Monnaie dévoile la série des 25 cents de l'an 2000 : Première pièce canadienne de l'an 2000 » Communiqué de presse émis le 6 janvier 2000, <http://www.rcmint.ca>
- (2000c) « La Monnaie royale canadienne ouvre pour la première fois au public son secteur protégé des presses monétaires pour une frappe spéciale », Communiqué de presse émis le 10 janvier 2000, <http://www.rcmint.ca>
- (2000d) « Deuxième plus gros bénéfice de la Monnaie royale canadienne en 91 ans d'histoire », Communiqué de presse émis le 12 avril 2000, <http://www.rcmint.ca>
- (2000e) L'inoubliable cadeau, Encart publicitaire faisant la promotion de tous les produits de collection de la Monnaie royale, inséré dans *Le Droit* et dans *La Presse* du samedi 22 avril 2000.
- Morris, Meaghan (1993) « Panorama : The Live, the dead and the living », in Turner Graeme, éd., Nation, Culture, Text : Australian Cultural and Media Studies, Londres et New York, Routledge, p. 19-58
- Musée de la Monnaie (2000). Exposition permanente du Musée de la Monnaie développée et entretenue par la Banque du Canada. Le musée est situé au 245 rue Sparks, Ottawa, Ontario. Visite effectuée au mois de mars 2000.
- Naiman, Sandy (2000) « 'Cuz he's Canadian' », The Ottawa Sun, 17 avril 2000, p. 32
- Nicholson, Gerald W. (1973) « Nous nous souviendrons » : Mémoriaux outre-mer aux morts de guerre du Canada, Ottawa, Publié d'ordre du Ministère des Affaires des anciens combattants, La Librairie Beauchemin
- Noël, André (2000) « Les Papineau et les Leblanc tiennent à leur nom sur le pont », La Presse, 13 janvier 2000, p. A1-A2
- Nora, Pierre (1989) « Between Memory and History : *Les Lieux de Mémoire* », Representations, no. 6, p. 7-25
- (1994) « Mémoires comparées », « La loi de la mémoire », Le Débat, no. 78, (janvier-février), p. 3-4, 187-191
- Noreau, Pierre-Paul (1992) « Les Canadiens croient aux vertus unificatrices des fêtes du 125^e », Le Soleil, 30 juin 1992, p. A5
- Orekin, Michele (2000) « The mail monarch », Time Magazine, vol. 155, no. 16, 24 avril 2000
- Orwell, George (1949) Nineteen Eighty-Four, Londres, Secker et Warburg
- Paquin, Gilles (1992) « Les Fêtes « Canada 125 » », La Presse, 27 juin 1992, p. B4

- Patrimoine canadien (2000) Rapport annuel sur l'application de la Loi sur le multiculturalisme canadien, 1998-1999, Disponible sur Internet (juillet 2000) : <http://www.pch.gc.ca/multi/ann98-99/multicultref.pdf>
- Pier 21 Society (2000) « Pier into our past, PIER 21 », WHERE, Halifax, vol. 54, no.9, p.9
- Phillips, R.A.J. (1976) « The visible heritage : whose responsibility? », in K.J. Laidler, éd., La préservation du patrimoine canadien, Actes du colloque du même nom tenu les 7 et 8 octobre 1975, Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 39-51
- Pope-Hennessy, Sir John (1976) « Why preserve the heritage? » in K.J. Laidler, éd., La préservation du patrimoine canadien, Actes du colloque du même nom tenu les 7 et 8 octobre 1975, Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 3-13
- Popular Memory Group (1982) « Popular memory: theory, politics, method » in Richard Johnson et al., éd., Making Histories: Studies in history-writing and politics, Londres, Hutchison, p. 205-252
- Presse Canadienne* (1992a) « Célébrons dans un esprit de compromis », Le Soleil, 30 juin 1992, p. A5
- (1992b) « Aussitôt émises, les pièces commémoratives disparaissent... », La Presse, 16 septembre 1992, p. B8
- (1998) « Bourses du millénaire : Chrétien imperméable aux critiques », Le Soleil, 27 février 1998, p. A9
- (1999) « Bourses du millénaire : Legault croit à une entente », Le Soleil, 5 mai 1999, p. A10
- (2000) « Bénéfice important pour la Monnaie royale », Le Droit, 13 avril 2000, p.16
- Radley, Alan (1997) « Artefacts, Memory and a Sense of the Past », in David Middleton et Derek Edwards, éd., Collective remembering, Londres/Thousand Oaks/New Delhi, Sage Publications, p. 46-59
- Raynaud, Philippe (1994) « La commémoration : illusion ou artifice? » Le Débat, no. 78, (janvier-février), p. 104-115
- Renan, Ernest (1882) « What is a nation? » in Homi K. Bhabha, éd., Nation and Narration, Londres, Routledge, 1990, p. 8-21
- Richer, Jules (1998) « Chrétien mise sur les bourses du millénaire », Le Quotidien, 18 février 1998, p. 14
- Rousseau, Lyse et Emanuel Darnell (1999) Darnell Millennium Stamps of Canada Catalogue, 20th anniversary edition, Montréal, Darnell Publishing Inc.

- Rousseau-Darnell, Lyse (1980) Darnell spécialiste du timbre canadien : Le livre d'histoire du Canada illustré par les timbres-poste, Ottawa, Les Éditions La Presse, Itée
- Rukszto, Katarzyna (1997) « Up for sale : the commodification of Canadian culture », Fuse, vol. 20, no. 4, p. 7-11
- Ruprecht Jr., Louis A. (1994) « OF COINS AND CARNAGE : Rhetorical Violence and the Macedonian Question », Soundings, vol. 77, no. 3-4, p. 331-367
- Saint-Laurent, Sylvain (2000) « Un dernier hommage au Soldat inconnu », Le Droit, 29 mai 2000, p.23
- Salvet, Jean-Marc (1998) « Les lendemains du budget : la couleur du chèque », Le Soleil, 26 février 1998, p. A9
- (1999) « Bourses du millénaire : Dernier tumulte avant un règlement », Le Soleil, 7 mai 1999, p. A7
- Schoefer, Christine (1993) The politics of commemoration: concentration camp memorial sites in the former GDR, Berkely, Center for German and European Studies, University of California
- Schudson, Michael (1992) « The Resistance of the Past » in Watergate in American Memory: How to remember, forget and reconstruct the past, New York, BasicBooks, p. 205-233
- (1997) « Lives, laws and language: commemorative U.S. non-commercial forms of effective public memory », Communication review, vol. 2, no. 1, p. 3-17
- Schwartz, Barry (1982) « The Social context of Commemoration: A Study in Collective Memory », Social Forces, vol. 61, no. 2, p. 374-402
- (1995) « Deconstructing and Reconstructing the Past », Qualitative Sociology, vol. 18, no. 2, p. 263-270
- (1996) « Introduction : The Expanding Past », Qualitative Sociology, vol. 19, no. 3, p. 275-282
- (1997) « Collective Memory and History : How Abraham Lincoln Became a Symbol of Racial Equality », Sociological Quarterly, vol. 38, no. 3, p. 469-496
- Sherman, Daniel J. (1994) « Art, commerce and the production of memory in France after World War I », in John R. Gillis, éd., Commemorations : The Politics of National Identity, Princeton, Princeton University Press, p. 186-211
- Shimbum, Asahi (1999) « Défendons la liberté de ne pas obéir à l'État », Courrier international, no. 59, 19 au 25 août 1999, p. 15

- Sirois, Alexandre (2000) « Avec les millions d'Ottawa pour la Fête du Canada au Québec : Copps admet vouloir faire concurrence à la SSJB », Le Droit, 18 février 2000, p. 30
- Skaggs, David Curtis (1978) « Postage Stamps as Icons » in Ray B. Browne et Marshall Fishwick, éd., Icons of America, Bowling Green (Ohio), Bowling Green University Press, p. 198-208
- Société canadienne des postes (1999) La Collection du millénaire : Reflets d'une nation, Timbres-poste et photographies uniques à l'occasion de l'an 2000, publié par la Société canadienne des postes sous la direction d'Alain Leduc
- (2000) « Timbres-Photos™ ; Imaginez-vous sur un timbre-poste », Dépliant publicitaire disponible dans tous les comptoirs postaux du pays.
- Spillman, Lynn (1997) Nation and Commemoration: Creating national identities in the United States and Australia, Cambridge, Cambridge University Press
- Stamatakis, Nikos A. (1991) « History and Nationalism : The Cultural Reconstruction of the Modern Greek Cypriot Identity », The Cyprus Review, vol.3, no. 1, p. 59-86
- Statistics Canada (1991) Canada Year Book 1992, published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada, Ottawa, printed by the John Deyell Company
- (1998) Canada Year Book 1999, published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada, Ottawa, printed by the John Deyell Company
- Symons, Thomas H.B.(1997) « Commemorating Canada's Past : From Old Crow to New Bergthal » in Les lieux de la mémoire: La commémoration du passé du Canada, Actes du symposium national tenu à l'occasion du 75^e anniversaire de la Commission des lieux et monuments historiques du Canada (26-28 novembre 1994), Ottawa, Presses de la Société Royale du Canada, p. 7-24
- Thomson, Denise (1995) « National Sorrow, National Pride : Commemoration of War in Canada, 1918-1945 », Journal of Canadian Studies, vol. 30, no. 4, Hiver 1995-1996, p. 5-27
- Turner, Victor (1983) « The Spirit of Celebration » in Frank E. Manning, éd., The Celebration of Society: Perspectives on Contemporary Cultural Performance, Bowling Green, Bowling Green State University Popular Press, p. 187-193
- Wagner-Pacific, Robin (1996) « Memories in the Making: The Shapes of Things That Went », Qualitative Sociology, vol. 19, no. 3, p. 301-321
- Wallace, Bruce (1999) « What makes a Canadian? », Maclean's, 20 décembre 1999, vol. 112, no. 51, p. 32-36
- Walzer, Michael (1967) «The Facsimile Fallacy », American Review of Canadian Studies, vol. 12, no. 2, p. 82-86

- Weddle, George E. (1994) « National Portraits: The Columbian Celebrations of 1792, 1892-93 and 1992 as Cultural Moments » in Ray B. Browne et Michael T. Marsden, éd., The Cultures of Celebration, Bowling Green, Bowling Green State University Popular Press, p. 111-126
- Wieviorka, Annette (1993) « 1992. Reflections on commemoration », Annales, Mai-Juin, vol. 48, no. 3, pp. 703-714
- Williams, Raymond (1983) « The Culture of Nations », The Year 2000, New York, Pantheon Books, p. 177-199
- Winks, Robin (1976) « Conservation in America: national character as revealed by preservation, in Diane Fawcett, éd., The Future of the Past, Londres, Thames and Hudson, pp. 141-150
- Wood, Chris (1999) « The Vanishing Border », Maclean's, 20 décembre 1999, vol. 112, no. 51, p. 20-23
- Young & Rubicam Ltd (**Y&R**) (1999a) « Un pays se déploie », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par la Monnaie royale canadienne pour promouvoir la pièce du millénaire de janvier 1999
- (1999b) « Écrit dans le roc », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par la Monnaie royale canadienne pour promouvoir la pièce du millénaire de février 1999
- (1999c) « La drave », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par la Monnaie royale canadienne pour promouvoir la pièce du millénaire de mars 1999
- (1999d) « Notre héritage du Nord », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par la Monnaie royale canadienne pour promouvoir la pièce du millénaire d'avril 1999
- (1999e) « Les voyageurs », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par la Monnaie royale canadienne pour promouvoir la pièce du millénaire de mai 1999
- (1999f) « D'un océan à l'autre », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par la Monnaie royale canadienne pour promouvoir la pièce du millénaire de juin 1999
- (1999g) « Une nation de gens », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par la Monnaie royale canadienne pour promouvoir la pièce du millénaire de juillet 1999
- (1999h) « L'esprit des pionniers », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par la Monnaie royale canadienne pour promouvoir la pièce du millénaire de août 1999
- (1999i) « Le Canada vu par un enfant », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par la Monnaie royale canadienne pour promouvoir la pièce du millénaire de septembre 1999

- (1999j) « Hommage aux Premières Nations », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par la Monnaie royale canadienne pour promouvoir la pièce du millénaire de novembre 1999
- (1999k) « Voici le Canada », Publicité télévisée de 30 secondes commandée par la Monnaie royale canadienne pour promouvoir la pièce du millénaire de décembre 1999

Zerubavel, Eviatar (1996) « Social Memories: Steps to a Sociology of the Past », Qualitative Sociology, vol. 19, no. 3, pp. 283-299

Sites Internet

Bureau du Canada pour le millénaire
<http://www.millennium.gc.ca>

Bureau d'information du Canada
<http://Canada.cio-bic.gc.ca>

Cérémonial et promotion des symboles nationaux
<http://www.pch.gc.ca/ceremonial-symb/francais/index.html>

Commission canadienne du tourisme
<http://www.travelcanada.ca>

Concours « Faites Centsation! »
<http://www.centsation.com>
(cette adresse nous mène maintenant au site de la Monnaie royale canadienne)

Fondation CRB
<http://www.refletsdupatrimoine.ca/about/default.htm>

Fondation des bourses du millénaire
<http://www.millenniumscholarships.ca/f>

Gouvernement canadien
<http://www.gc.ca>

Ministère du Patrimoine canadien
<http://www.pch.gc.ca>

Monnaie royale canadienne
<http://www.rcmint.ca>

Sentier de l'héroïsme
http://heroes.ca/sp_top.htm