



HAL
open science

La typographie à l'ère postmoderne

Alexandra Aïn

► **To cite this version:**

Alexandra Aïn. La typographie à l'ère postmoderne. Art et histoire de l'art. Université Michel de Montaigne - Bordeaux III, 2018. Français. NNT : 2018BOR30044 . tel-02002050

HAL Id: tel-02002050

<https://theses.hal.science/tel-02002050>

Submitted on 31 Jan 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Université Bordeaux Montaigne

École Doctorale Montaigne Humanités (ED 480)

THÈSE DE DOCTORAT EN ARTS

La typographie à l'ère postmoderne

Présentée et soutenue publiquement le 9 novembre 2018 par

Alexandra Aïn

Sous la direction de Cécile Croce

Membres du jury

Caroline Courbières, Professeur des Universités, Université Toulouse Paul Sabatier

Cécile Croce, Maître de conférences HDR, Université Bordeaux Montaigne

Bernard Lafargue, Professeur des Universités, Université Bordeaux Montaigne

Xavier Lambert, Professeur des Universités, Université Toulouse Jean Jaurès

Vivien Philizot, Maître de conférences, Université de Strasbourg

Emmanuel Souchier, Professeur des Universités, Université Paris-Sorbonne

Table des matières

I.	Approche historique	17
I.1.	Naissance de la typographie	18
I.1.1.	De Gutenberg au numérique.....	18
I.1.1.1.	Naissance de la typographie.....	18
I.1.1.2.	Développement et standardisation	20
I.1.1.3.	Typographie et avant-gardes	25
I.1.1.4.	Internationalisation	28
I.1.1.5.	Transition	30
I.1.2.	Nouvelles technologies au service de la typographie.....	32
I.1.2.1.	Naissance de l'imprimerie	32
I.1.2.2.	L'ère industrielle	34
I.1.2.3.	Vers le numérique et la dématérialisation	38
I.1.3.	Caractéristiques des pensées de la lettre	42
I.1.3.1.	Transmission des savoirs	42
I.1.3.2.	Recherche du caractère idéal	45
I.1.3.3.	Typographie comme art pluridisciplinaire	48
I.2.	Postmoderne et typographie	53
I.2.1.	Caractéristiques du postmodernisme typographique.....	53
I.2.1.1.	Définitions autour de la notion de postmoderne	53
I.2.1.2.	Postmodernisme typographique.....	57
I.2.1.3.	Caractéristiques du postmodernisme typographique	60
I.2.1.4.	La fin du postmodernisme ?.....	62
I.2.2.	Typographie et culture populaire.....	64
I.2.2.1.	Pop Art prémices du postmodernisme	64
I.2.2.2.	Le vernaculaire.....	68
I.2.2.3.	Postmodernisme et culture populaire.....	71
I.2.3.	Déconstruction	73
I.2.3.1.	La déconstruction : une définition	73
I.2.3.2.	L'influence aux Etats-Unis de la <i>French Theory</i>	74
I.2.3.3.	L'académie de la déconstruction.....	76
I.2.3.4.	Classement et déconstruction.....	80
I.2.4.	Appropriation, pastiche, détournement	83
I.2.4.1.	Pourquoi copier ?	84

I.2.4.2.	L'avant-garde réappropriée	85
I.2.4.3.	Le désenchantement.....	88
I.2.4.4.	Le revivalisme.....	89
I.2.4.5.	Parodie et ironie	90
I.2.4.6.	L'historicisme.....	92
I.2.5.	Transgression ?	95
I.2.5.1.	La transition douce.....	95
I.2.5.2.	Le culte de la laideur.....	97
I.2.5.3.	<i>Emigre</i> et la lisibilité	101
I.2.5.4.	Le crime typographique	105
I.2.6.	Modernistes contre postmodernistes	106
I.2.6.1.	La querelle des modernes.....	106
I.2.6.2.	Modernistes contre postmodernistes.....	107
I.2.6.3.	Apaisement ?.....	112
II.	La typographie liquide : porosité des frontières.....	114
II.1.	À la conquête de nouveaux espaces	114
II.1.1.	Architecture de la lettre	114
II.1.1.1.	Conceptions partagées	114
II.1.1.2.	La lettre dans l'architecture d'avant-garde	116
II.1.1.3.	L'architecture à l'ère postmoderne	120
II.1.1.4.	Architecte et designer	123
II.1.2.	Espace urbain et typographie vernaculaire.....	125
II.1.2.1.	La typographie urbaine vecteur d'expression sociale.....	125
II.1.2.2.	Le voyage vernaculaire	129
II.1.2.3.	Safari typographique	131
II.1.2.4.	La ville comme typographie	133
II.1.3.	Poésie et écriture	136
II.1.3.1.	Le calligramme	136
II.1.3.2.	Jeu de lettres.....	139
II.1.3.3.	Lettrisme et poésie concrète.....	141
II.1.3.4.	Typoésie	146
II.1.3.5.	Poésie visuelle typographique numérique	150
II.1.4.	Typographie et langage	153
II.1.4.1.	Réinventer le langage.....	153
II.1.4.2.	Plasticité de la langue.....	156
II.1.4.3.	Corps et langage.....	161
II.1.5.	La typographie dans les lieux d'art	164
II.1.5.1.	La question de légitimité.....	164
II.1.5.2.	La question d'exposition.....	174

II.1.5.3.	La question de la reproductibilité	175
II.1.5.4.	Expositions et lieux d'exposition.....	178
II.1.5.5.	Les modalités d'exposition du design typographique.....	181
II.2.	Typo-graphisme.....	182
II.2.1.	<i>Emigre, Fuse, Octavo</i>	182
II.2.1.1.	Les revues et magazines avant 1980	182
II.2.1.2.	<i>Emigre</i>	186
II.2.1.3.	<i>Octavo</i>	188
II.2.1.4.	<i>Fuse</i>	190
II.2.1.5.	Bilan et héritage	191
II.2.2.	Lisibilité, illisibilité	196
II.2.2.1.	Processus de lecture	196
II.2.2.2.	Papier contre écran.....	198
II.2.2.3.	Lisibilité et intelligibilité.....	201
II.2.2.4.	Illisibilité postmoderne	202
II.2.2.5.	L'illisibilité au service de la lisibilité.....	205
II.2.3.	La grille : faire et défaire.....	207
II.2.3.1.	Définition de la grille	207
II.2.3.2.	Histoire de la grille.....	209
II.2.3.3.	La grille dans l'art	211
II.2.3.4.	La typographie modulaire	213
II.2.3.5.	De la grille moderne à la non grille	216
II.2.4.	Expérimentation : le retour de l'ornementation et du lettrage	219
II.2.4.1.	Les différentes perceptions de l'ornement	219
II.2.4.2.	Pourquoi orner ?.....	222
II.2.4.3.	Le lettrage	225
II.2.4.4.	Redéfinir l'expérimentation	228
II.2.4.5.	La fin de l'expérimentation ?	230
II.2.4.6.	Rétro, vintage et revivalisme	234
II.2.5.	La fin de l'imprimé ?.....	239
II.2.5.1.	L'évolution de l'édition.....	239
II.2.5.2.	Vers la dématérialisation	244
II.2.6.	Nouvelles règles	247
II.2.6.1.	Les règles de bases du modernisme	247
II.2.6.2.	Plus aucunes règles !.....	251
II.2.6.3.	Retour à la simplicité	253
II.2.6.4.	Adapter les règles.....	256
III.	Penser la typographie à l'ère post-moderne	260
III.1.	De nouvelles manières de penser	260

III.1.1.	Typographie et usages sociaux : la place du spectateur.....	260
III.1.1.1.	Problématiques sociales.....	260
III.1.1.2.	Nouvelles implications du lecteur-spectateur.....	262
III.1.1.3.	Repenser la relation avec l’audience	267
III.1.2.	La place de l’auteur	269
III.1.2.1	Le contexte	269
III.1.2.2	Profession designer-auteur	272
III.1.2.3.	Education critique.....	279
III.1.3.	Modèle anglo-saxon et modèle français	285
III.1.3.1.	La France et les Etats Généraux de la Culture.....	285
III.1.3.2.	<i>Graphiste</i> et <i>First Things First 2000</i> , convergences, divergences	287
III.1.3.3.	<i>Graphiste</i> bilan	291
III.1.3.4.	Grapus, vers le graphisme d’utilité public et le design social	292
III.2.	Une typographie critique ?	296
III.2.1.	Transmettre et enseigner la typographie.....	296
III.2.1.1.	L’enseignement avant 1980, le modèle Yale	296
III.2.1.2.	Le modèle Cranbrook	300
III.2.1.3.	L’enseignement pratique et théorique aujourd’hui	302
III.2.1.4.	Les limites de l’enseignement	305
III.2.1.5.	Le paradoxe de l’enseignement postmoderniste.....	307
III.2.2.	L’état de la recherche.....	309
III.2.2.1.	De la difficulté de la recherche en France	309
III.2.2.2.	Définir la recherche en design	310
III.2.2.3.	Le problème de méthodologie	313
III.2.2.4.	État de la recherche dans le domaine de la typographie.....	316
III.2.3.	Pour une redéfinition de la typographie	318
III.2.3.1.	Premières définitions, premières constatations	318
III.2.3.2.	Premières tentatives de définition.....	321
III.2.3.3.	Liquidité typographique	326
III.2.4.	Le paradoxe de la typographie.....	328
III.2.4.1.	Penser sans penser	328
III.2.4.2.	De l’utilisation du mot design	329
III.2.4.3.	Indéfinition, indiscernabilité, liquidité	330
III.2.4.4.	Le processus de conception	332

Remerciements

Je tiens à remercier ma directrice de thèse Madame Cécile Croce d'avoir accepté de suivre mon travail et ainsi de m'avoir permis de continuer à approfondir cette recherche entamée durant mon Master.

Je tiens également à remercier chaleureusement mes camarades doctorants et docteurs Thomas, Murielle, Anne Cécile et Johann avec qui j'ai partagé ces six années de travail. Leur amitié, ainsi que leur soutien et leurs conseils avisés, dans les aléas que peut être la thèse, ont été précieux, en particulier dans les moments de doute.

Je tiens aussi à exprimer ma reconnaissance aux membres de ma famille, qui ont suivi cette aventure et y ont participé, pour m'avoir apporté leur appui et leurs réflexions. Je remercie tout particulièrement ma mère qui, bien que « n'ayant fait que droit », a su apporter un regard extérieur à mon travail. Merci à elle d'avoir consacré une grande part de son temps à la relecture.

Une pensée aux membres du laboratoire MICA, ainsi que toutes les personnes que j'ai rencontrées, croisées ou côtoyées durant ces années et qui, consciemment ou non, m'ont aidée à enrichir et aller jusqu'au bout de cette aventure.

AVANT PROPOS

Nous tenons à signaler aux lecteurs que tout au long de cette thèse les termes « designer » et « design » seront employés pour évoquer le graphisme et la typographie en tant que design graphique ou typographique et designer graphique ou typographique.

Si graphisme et design graphique sont actuellement utilisés de manière interchangeable, nous préférons utiliser le terme de « design » qui nous semble plus approprié à l'idée de conception et plus en lien avec la pensée anglo-saxonne développée dans cette thèse.

De même nous avons pris le parti d'employer le terme design typographique en lieu et place de *type* ou *typeface design* dont la traduction littérale serait design de caractères. Il nous semble plus judicieux d'utiliser design typographique puisqu'il est possible d'employer le terme design graphique. Le terme de design typographique ou de designer typographique inclut également les appellations dessinateurs de caractères et typographe.

Introduction

Chaque jour, des polices de caractères sont employées que cela soit pour rédiger un texte ou imprimer un article. Nous sommes entourés d'informations écrites, imprimées, dessinées, élaborées à base de lettres. Les journaux, les enseignes, les affiches, les publicités, les livres, les sites internet, les panneaux d'informations, les frontons des maisons...sont autant d'éléments qui nous communiquent des informations que nous décryptons, consciemment ou non. La lettre, plus précisément la typographie, est donc partout. Elle rythme et organise nos vies.

Cependant, bien que présente en de nombreux endroits, elle reste invisible ou du moins est invisibilisée. En tant que vecteur de la communication visuelle, son rôle est d'être et de rester transparente. De ce fait, lorsque la typographie est évoquée, il est souvent fait mention d'elle comme d'un synonyme de texte, de lettre ou de mot. Elle leur est historiquement et physiquement liée.

De son côté, le texte, étymologiquement « la trame », se conçoit comme une suite de signes linguistiques constituant un écrit ou une œuvre qui permet d'expliquer la démarche d'un auteur. La transcription écrite a souvent valeur d'authenticité car elle est une preuve matérielle. La lettre, quant à elle, est un des éléments qui composent le texte en tant que signe graphique de la langue. En terme technique d'imprimerie, elle représente un caractère typographique.

Néanmoins, en ce qui concerne la typographie sa définition diffère de sa conception et de sa perception. Effectivement, elle est à la fois outil de communication visuelle, procédé d'impression, art de la lettre imprimée. Comme le souligne Petr van Blokland, les designers eux-mêmes ne sont pas très clairs sur ce qu'ils entendent par typographie et ce qu'ils attendent vraiment d'elle¹. Sa fonction serait de rendre des textes lisibles et intelligibles en travaillant la composition dans l'espace. Néanmoins, l'arrivée du numérique bouleverse encore un peu plus ces définitions en modifiant les supports, les usages et les manières de faire de la typographie.

Communément comprise comme élément du design graphique, elle se confond avec cette discipline dont elle est perçue encore trop souvent comme étant l'une de ses branches.

¹Peter van Blokland, « The future of typography », Design Observer [En ligne], mis en ligne le 14 avril 2016, consulté le 9 septembre 2018, URL: <https://designobserver.com/feature/the-future-of-typography/39206>

Pourtant, elle est indéniablement antérieure à celui-ci et possède une histoire riche qui a établi tout au long de son existence de nouveaux enjeux (lisibilité, forme, transdisciplinarité, etc.).

Certains l'emploient généralement comme synonyme de police de caractères, d'autres pour parler d'impression ou de design graphique, d'autres encore pour évoquer le texte ou les mots écrits ou imprimés. Ces différentes utilisations en tant que synonyme (police, caractères), fait qu'il n'y a pas une, mais, des définitions de la typographie ce qui n'aide pas à la clarté du propos. Néanmoins, savons-nous ce qu'est réellement la typographie ?

De son côté, le postmodernisme, à la fois style et habitude, secoue l'architecture des années 1960-1970. Il faudra attendre les années 1980 pour qu'il touche le domaine du design graphique et typographique en s'opposant en quelque sorte à l'ordre établi du modernisme.

Effectivement, dans les années 1980 ce mouvement réactionnaire vient bouleverser la sphère du design. Les usages, les manières de penser la lettre s'en trouvent dérangés. Là où le modernisme tentait de trouver des solutions universellement applicables, au point d'en devenir austères, le postmodernisme rejette ces formes d'unicité qui couvriraient tous les champs possibles.

Mais qu'est donc le postmodernisme ? Lorsque nous évoquons le postmodernisme, la première impression qui vient d'abord à l'esprit est : ce qui viendrait après le modernisme.

Mais ce n'est pas aussi simple, loin s'en faut. Nous aborderons longuement le sujet au cours de notre thèse, mais d'ores et déjà, il est important de souligner que sous les mots postmodernité, postmodernisme et postmoderne, termes que nous citerons souvent au cours de notre étude, se cacheraient trois réalités différentes et cependant complémentaires :

Ainsi, le postmodernisme, dont il sera souvent question, est généralement défini comme un mouvement culturel et artistique en réaction aux principes énoncés et appliqués par le mouvement moderne dans différentes disciplines comme la littérature, la philosophie, l'architecture...et bien sûr le design.

La postmodernité est une période historique qui vient après la modernité,

Quant au mot « postmoderne », il inclut la postmodernité et le postmodernisme.

Cependant, l'aspect le plus important à souligner maintenant, serait sans doute les principales caractéristiques du postmodernisme dont : une forme de perte de foi en la science,

en l'idéologie du progrès et du savoir infini, ainsi que dans la possibilité de construire un homme meilleur au travers de changements moraux et sociaux.

Mais ce mouvement n'érige aucune doctrine, il se contente d'être contre le mouvement précédent dans lequel, pourtant, il puise ses racines contestataires avec cependant un manque de transparence dans les objectifs qu'il cherche à atteindre, à supposer qu'il en ait.

La pluralité des termes illustrerait en réalité deux positionnements différents l'un sur contexte et l'autre sur l'analyse.

Si nous en revenons à notre première analyse - le postmodernisme arriverait après le modernisme-, celle-ci ne fait pas l'unanimité. En effet, certains comme Zygmunt Bauman ou Jürgen Habermas considèrent que le terme postmoderne ne viendrait pas après, mais serait uniquement une étape de la modernité, et que dès lors la modernité resterait centrale². Il s'agirait donc d'une autre façon d'aborder cette dernière comme une prise de conscience de soi et une sorte d'autocritique.

D'autres ne regardent pas ce préfixe comme un remplacement ou un rejet, mais plutôt comme un ajout, quelque chose qui vient compléter la modernité. Il ne serait donc plus question d'une attitude ou d'une forme d'expression, mais d'une différence fondée sur un ordre chronologique.

Les termes postmodernes, postmodernisme ou encore postmodernité sont des termes souvent employés mais pas toujours explicités. Leurs définitions sont parfois nébuleuses et variables d'un domaine de recherche à l'autre, d'une discipline à l'autre. Nous avons donc synthétisé les différents écrits importants sur ces notions afin d'en faire ressortir les aspects les plus marquants, ou du moins les plus pertinents.

Au-delà de ces divergences de définitions, le postmodernisme serait aussi, selon Hal Foster³ un refus de concevoir l'humanité d'un seul bloc, comme un sujet unique avec une pensée unique, qui tend vers la perfection et la cohérence c'est-à-dire tout l'inverse de ce qui était préconisé par les théories modernistes. Selon lui, les gens auraient la capacité de modifier, altérer leur environnement, mais pas uniquement dans un but historique, mais plutôt dans une volonté de changement progressiste.

²Tim Woods, *Beginning postmodernism*, Manchester University Press, Manchester, 1999, p.8.

³Hal Foster, *Recodings : Arts, Spectacle, Cultural Politics*, Bay Press, Port Townsend Wash, 1985, p.121.

Outre ces soucis de définitions, ce qui nous préoccupe actuellement, se situe lorsque nous essayons de nous pencher plus amplement sur le sujet de la typographie, hors l'aspect purement historique ou relié aux techniques d'impression.

La typographie absorberait donc ce débat et aurait entamé une évolution. De transparente chez les modernistes, elle perd son statut de support et passe à celui de médium de la communication visuelle chez les postmodernistes, tout en se libérant des contraintes imposées par le style international. Elle commence également une réflexion sur son positionnement dans l'échelle des disciplines liées à l'art comme le design ou plus précisément le design graphique.

Il nous a paru également ardu, arrivé à un certain point de l'Histoire, d'extraire la typographie du design graphique. En effet, aux influences, questionnements et enjeux similaires, le design graphique prévaut sur la typographie. Là non plus nous ne renions pas les liens qui les unissent car nous concevons graphisme et typographie tout deux comme membres de la grande famille du design. Néanmoins, nous avons tenu à nous pencher plus spécifiquement sur le cas de la typographie et y apporter une dimension critique.

Cette réflexion n'est en rien aidée par les ouvrages traitant le sujet. En effet, nous avons ainsi remarqué que parmi la riche production d'ouvrages dédiés à la typographie, beaucoup de documents se cantonnent à n'être des livres d'images. Une tendance confirmée par Lorraine Wild⁴ et Paul Shaw⁵, Le cas est similaire dans le design graphique. Nous ne remettons pas en cause ces livres pour ce qu'ils sont. Ils ont leur place dans le paysage des arts graphiques, néanmoins, nous nous interrogeons sur leur proportion. Ces ouvrages ont un intérêt certain pour les praticiens ou les amateurs de culture visuelle typographique. Il est cependant dommage, selon nous, que tout ce qui touche à la critique et à l'analyse ne tienne pas une plus grande place. Cela nous a donc interrogés sur cette non présence ou du moins sur ce peu d'existence dans le paysage des ouvrages français. En nous tournant du côté des pays anglophones, nous nous sommes rendu compte que la documentation y était plus abondante. Les livres catalogues sont toujours présents mais la place de l'analyse critique y est plus grande. Il est également à noter que plusieurs de ces ouvrages n'ont pas été publiés en français ou l'ont été tardivement quand bien même ils sont présentés comme fondamentaux pour la discipline.

⁴Lorraine wild, « Castle made of sand », *Looking Closer 5 : Critical writings on Graphic Design*, Allworth Press, New York, 2006, p.152-160.

⁵Paul Shaw, « Writing History: What We Have, What We Need », AIGA [En ligne], mis en ligne le 16 juillet 2004, consulté 2 juin 2018. URL: <https://www.aiga.org/writing-history-what-we-have-what-we-need>

Nous ne manquerons pas de revenir sur ce propos au cours de notre analyse car ce paradoxe nous semble révélateur des divergences de pensées entre la France et les pays anglo-saxons.

Cependant, il convient de souligner une exception concernant les ouvrages dédiés à la typographie : le livre de Rick Poyner, *Transgression : graphisme et postmodernisme, qui a énormément orienté ce travail ainsi que sa genèse*. À notre connaissance, l'auteur est l'un des rares, sinon le seul, à s'être penché de manière approfondie sur ce qui est communément appelé la période postmoderne dans le domaine du design graphique et de la typographie.

Notre propos est donc de revenir sur cette période des années 1980-1990, notamment dans le paysage anglo-saxon, d'analyser son contexte, ses réflexions, ses enjeux, ses formes mais aussi ses conséquences puis de nous concentrer plus amplement sur la typographie contemporaine.

Nous souhaitons donc étudier la typographie non uniquement sous son aspect technique mais dans un champ plus vaste en se servant du design et de l'art. Pour paraphraser Robin Kinross : « Et si le design (typographique) est un métier et une profession, peut-il être aussi une discipline ? »⁶

Comme le note Annick Lantenois en 2010 dans *Le vertige du funambule*, il sort en France depuis une dizaine d'années des ouvrages dont les thématiques de recherches s'intéressent à l'histoire du graphisme et de la typographie. De plus, les universités se montrent plus ouvertes à recevoir des disciplines liées aux arts appliqués et donc pratiques, non seulement afin de les étudier mais aussi de les interroger. La question que se pose légitimement l'autrice est : « pourquoi a-t-il fallu en France, attendre les années 2000, c'est-à-dire plus d'un siècle, pour que ce récit (celui du design de manière général mais aussi celui du design graphique et typographique) commence seulement à s'écrire ? »⁷. Nous avons effectivement remarqué que de nombreux ouvrages qui ont contribué à la pensée typographique sont enfin publiés en France et en français : *La nouvelle typographie* originellement publiée en 1928 sort en 2016, en 2017 le livre de Josef Müller Brockmann *Systèmes de grille* (1981) et de l'ouvrage phare de Robin Kinross *La typographie moderne* (1992) en 2010.

⁶Robin Kinross, « Design et semiotics », Azimuts, n°40-41, Cité du design de Saint-Étienne, Saint-Étienne, 2014, p.307.

⁷Annick Lantenois, *Le vertige du funambule : le design graphique, entre économie et morale*, B42, Paris, 2010, p.12.

La parution ou la réédition de ces livres soulignent que la France cherche à rattraper son retard en ce qui concerne le champ historique et critique de la typographie et du design graphique ou du moins à rendre plus visible ce champ. Preuve qu'il existe un intérêt pour ce type de sujet.

Si nous prenons le parti d'entamer une recherche sur la typographie contemporaine à travers l'ère postmoderne et plus spécifiquement le postmodernisme, c'est d'abord parce que l'examen de cette première partie du XX^e siècle et de la richesse des travaux de ses artistes (plastiques, écrits) fascine encore aujourd'hui nombre d'artistes contemporains et de designers. Beaucoup se réfèrent régulièrement à eux, quand d'autres leur empruntent leurs démarches ou la plasticité de leur travaux parfois de manière inconsciente.

Le thème de cette thèse découle d'une observation faite en étudiant l'histoire de l'art et de la typographie, plus particulièrement les avant-gardes du début du XX^e siècle. En effet, en explorant le mouvement futuriste et plus particulièrement sa révolution typographique, nous nous sommes aperçus que la typographie pouvait dépasser la simple frontière du processus d'impression ou de l'objet imprimé pour aller vers la communication visuelle.

De manière plus générale, la typographie est un sujet de réflexion d'autant plus intéressant à aborder que son impact est minimisé. Or, elle mêle plusieurs choses, sa filiation avec l'imprimerie d'une part et, d'autre part, celle avec l'écriture.

Cependant, la typographie n'est pas qu'un outil subordonné à la communication qui n'aurait rien à apporter d'autre que sa forme et ses fonctions de lisibilité ; notre recherche a pour volonté de le démontrer. Il est question de l'autonomie de la typographie en tant que discipline et en tant qu'activité intellectuelle par la recherche, esthétique notamment. Marc Jimenez évoquait la reconnaissance sociale de l'artiste, anciennement artisan, comme contributrice de l'autonomie⁸. En suivant ce postulat, est-ce que la reconnaissance sociale des designers (typographiques) ne concourt pas à l'autonomie de la typographie ? Est-ce quand la typographie s'est désolidarisée de l'imprimerie en tant que savoir-faire, qu'elle est devenue détentrice d'un savoir au gré d'une longue évolution intellectuelle ?

Ce qu'il semble manquer dans la littérature concernant la typographie, selon nous, c'est un aspect critique. Est-il possible de développer une pensée critique de celle-ci ? Plusieurs autres questionnements en découlent, notamment : la typographie peut-elle être une discipline autonome ? Nous entendons autonomie de la typographie dans le sens où celle-ci se

⁸Marc Jimenez, *Qu'est-ce que l'esthétique ?*, folio essais, éditions Gallimard, 1997, p.33.

permet d'élaborer ses propres réflexions Nous empruntons ainsi les problématiques à Robin Kinross au sujet de la relation design et sémiotique : « S'agit-il d'une discipline de plein droit ou d'une trans-discipline? Est-ce un art ou bien une science ? »⁹

Peut-on considérer la typographie comme un objet de recherche esthétique autonome et peut-on envisager une réflexion autour de cette discipline ?

Méthodologiquement notre thèse s'articule autour de trois grandes parties.

La première se permet de développer les notions de typographie et de postmodernité/postmodernisme/postmoderne qui sont les deux points clés de notre étude en les analysant au travers une démarche chronologique. En effet, l'évolution typographie est intimement liée aux faits historiques qui y apposent leurs empreintes. Aussi ne pouvons-nous pas en faire l'impasse. Évoquer les grands changements dans l'histoire de la typographie sans les replacer dans un contexte historique serait nier l'impact que ces événements ont eu sur la discipline. Parallèlement, tout au long de notre étude, les renvois au contexte historique seront fréquents car nécessaires à la bonne compréhension du propos.

Les caractéristiques essentielles du postmodernisme y seront abordées et analysées tout comme la déconstruction qui en découle. Il convient d'expliquer les notions de postmodernité, postmoderne et postmodernisme qui sont des termes fréquemment employés, parfois de manière synonyme, et qui proposent de nombreuses variantes et subtilités dépendantes du champ dans lequel elles opèrent. Cela permet également de mieux cerner ce qui est ici entendu par typographie postmoderniste ainsi que ses caractéristiques.

Nous nous interrogerons également sur cette querelle entre modernistes et postmodernistes tant en ce qui concerne la réalité sur le terrain que sa portée théorique. Cela nous permettra également de mieux cerner les enjeux des années 1980-1990 et du début des années 2000, comme étant un ensemble de réactions qui sont le fruit et la conséquence d'un révisionnisme de l'attitude moderniste.

Le second volet s'attardera sur la liquidité de la typographie qui réussit à prendre l'aspect des disciplines qui l'hébergent. Ainsi nous verrons que sortie du cadre de l'imprimerie, la typographie a su investir des domaines aussi variés que l'architecture, l'espace urbain, la poésie ou encore le langage et maintenant les lieux d'art, se nourrissant des recherches et expérimentations des postmodernistes. À côté de la conquête de ces nouveaux espaces, une

⁹Robin Kinross, « Design et semiotics », *Azimuts*, n°40-41, Cité du design de Saint-Étienne, Saint-Étienne, 2014, p.307.

démarche plus réflexive se fait sentir. Elle passe par l'expérimentation avant d'aborder la réflexion sur des problèmes tels la lisibilité ou le retour à des éléments du passé (rétro, vintage..). Elle s'interroge également sur l'effet cyclique de l'importance de ces démarches (ornement, grille) tout en évoquant les publications maîtresses qui ont porté la typographie aux sommets de leur art comme *Emigre* ou *Fuse*.

Le troisième volet soulignera les nouvelles orientations de la typographie en interrogeant, par la même occasion, sa propre identité. Nous nous arrêterons sur les nouvelles manières de penser la typographie. Nous nous interrogerons également sur l'héritage du postmodernisme dans l'art et tout particulièrement son impact actuel sur la typographie contemporaine. Nous analyserons ses nouveaux concepts qui impliquent le spectateur et le font participer à l'aventure, changeant ainsi les statuts tant d'auteur que de receveur. Nous aborderons également les enseignements de la typographie tant pratiques que théoriques et surtout leurs limites. Nous reviendrons également sur un essai de définition de la typographie. S'il peut sembler incongru de terminer notre propos par une définition- ou une ébauche de définition- c'est qu'il faut arriver à analyser la typographie tant sous un angle historique que sous celui des pratiques qui sont les siennes avant de prétendre à l'élaboration d'une telle définition.

I. Approche historique

En fait, que lisons-nous, sans en avoir conscience ? Des mots, oui, bien sûr, mais les mots sont faits de lettres, ou mieux, de caractères. Le terme « lettre » définit plus exactement un signe écrit ou dessiné, et celui de « caractère » désigne des types gravés, puis fondus, pour permettre la composition d'une page de texte. Ces caractères, issus de dessins, peuvent avoir leur beauté, et c'est Paul Valéry, si je ne me trompe, qui écrit : « Pure beauté des caractères, vous exprimez notre pensée et en faites une œuvre d'art. ». Ces caractères servent à l'expression du message dont vous êtes le destinataire visé.

François Richaudeau¹⁰

La typographie, avant d'être un domaine reconnu, indépendant et étudié comme tel, a son histoire liée à celle de l'écriture et des techniques qui lui sont rattachées en particulier celles de l'imprimerie.

¹⁰Richaudeau François. « De plomb, d'encre et de lumière », In: collectif. *Communication et langages*, n°55, 1er trimestre 1983, préface, p.10-11.

I.1. Naissance de la typographie

I.1.1. De Gutenberg au numérique

I.1.1.1. Naissance de la typographie

Il est généralement admis que la typographie ne naît réellement qu'avec l'invention de Johannes Gutenberg : l'imprimerie¹¹. Ce procédé, qui est la première technique d'imprimerie à caractères mobiles d'Europe, n'est pas, néanmoins, une invention complètement nouvelle. Son principe existait déjà chez les Grecs et les Romains pour marquer des objets, des animaux ou des personnes. Maurice Audin¹² explique même que l'imprimerie était déjà présente en Europe au moins un siècle avant la typographie, notamment pour la fabrication d'images, dont la xylogravure datant de 1440. Il s'agit d'un procédé dans lequel des planches et blocs de bois étaient gravés en relief. Le plus souvent il s'agissait d'images mais des textes entiers y étaient également sculptés. De plus, en Asie, les caractères mobiles existaient déjà bien avant l'arrivée de ce procédé en Europe. Ainsi, Laurens Janszoon indique que « dès 1040, les Chinois gravaient individuellement leurs signes dans de petites plaquettes d'argile, puis de bois »¹³, voire même avant au VIII^e siècle, d'après Paul Pelliot¹⁴.

Ainsi, après des années de conception et d'essais, l'imprimerie de Johannes Gutenberg naît entre 1448 et 1454 à Mayence. Il existe plusieurs exemplaires de pièces imprimées élaborées entre 1450 et 1454 (Indulgences papales, *Sibyllenbuch*, *Donat*) qui servent de prémices aux futurs ouvrages à venir. En 1455, la Bible de Gutenberg¹⁵ paraît, réalisée par Johannes Genleisch, dit Johannes Gutenberg, en collaboration avec ses associés Johann Fust¹⁶ et Peter Schöffer¹⁷. Publiée à 150 exemplaires, elle est considérée comme le premier livre

¹¹Maurice Audin explique que le terme imprimerie sert à « qualifier les procédés qui furent utilisés pour multiplier mécaniquement les éléments culturels -l'imagerie- que l'homme ne cessait de créer », *Histoire de l'imprimerie Radioscopie d'une ère de Gutenberg au numérique*, Éditions A. & J. Picard, Paris, 1972, p.45.

¹²Maurice Audin (1895-1975) éditeur et imprimeur français, également fondateur du musée de l'imprimerie et de la banque à Lyon dont il fut le conservateur. Fils de l'imprimeur Marius Audin.

¹³Cité dans Maurice Audin, *Histoire de l'imprimerie Radioscopie d'une ère de Gutenberg au numérique*, Éditions A. & J. Picard, Paris, 1972, p.85.

¹⁴Paul Pelliot, *Les débuts de l'imprimerie en Chine*, Imprimerie nationale, Paris, 1953, Document en ligne, Consulté le 1er juin 2018.

¹⁵Également appelé B42.

¹⁶Johann Fust (1400-1466) financeur de Johannes Gutenberg et fondateur avec Peter Schöffer de la première imprimerie commerciale.

¹⁷Peter Schöffer (1425-1502) imprimeur allemand. Partenaire de Johannes Gutenberg et Johann Fust dont il épousa la fille. Son travail le plus célèbre est le Psautier de Mayence, connu pour être le premier livre imprimé à indiquer la date et le lieu d'impression, ainsi que le nom de l'imprimeur.

imprimé en Europe. Elle amorce un nouveau départ dans le dessin de lettres et la manière de concevoir ces dernières.

Au départ, la fameuse Bible de Gutenberg ne reproduit en réalité que de manière mécanique l'écriture en vigueur qui se faisait jusqu'alors à la main par les moines copistes. Ainsi, pour les premières impressions, c'est la *DK-type*¹⁸ qui est utilisée. Elle est par la suite remplacée par une autre police pour la B42. Les caractères mobiles créés reprennent le style des écritures manuscrites gothiques, dites également fractures, et s'inspirent du style manuel standard afin de faire le plus authentique possible. Johannes Gutenberg adapte ainsi la *textura*, une écriture gothique qui se caractérise par des fûts verticaux et horizontaux épais. La gothique *textura* [Figure 2] sert généralement pour les textes liturgiques et bibliques, alors que d'autres écritures gothiques s'utilisent pour des textes profanes : la *rotunda*, pour les documents en latin courant comme les actes juridiques et la gothique bâtarde cursive pour les indulgences.

En plus d'un caractère mobile¹⁹, Johannes Gutenberg propose une mise en forme de la page qui se construit sur deux colonnes de quarante-deux lignes chacune. Le tracé des colonnes et les marges cherche à établir un tout aux proportions harmonieuses, ce que Raul Mario Rosarivo²⁰ appelle les lignes d'or²¹.

Bien qu'il s'agisse d'un progrès et du début de la production de masse, cette méthode de fabrication est encore loin d'être rentable. La création d'un livre demande beaucoup de main d'œuvre, énormément de temps — au moins un an — et fait appel à des techniques d'orfèvrerie et de métallurgie pour la fabrication des caractères d'imprimerie.

Néanmoins, les caractères mobiles encouragent la création de nouvelles polices de caractères dans le domaine du dessin de lettres et dans la recherche de proportions idéales, notamment chez les humanistes italiens. Il s'agit de s'éloigner du style gothique et de renouer avec la simplicité antique. En effet, la gothique est critiquée pour son aspect visuel considéré comme lourd, qui entrave en partie la lisibilité. Cette police sera d'ailleurs peu à peu abandonnée en Europe à partir du milieu du XVI^e siècle, sauf en Allemagne où elle restera très présente jusqu'au XX^e siècle. Le développement de l'humanisme en Europe s'accompagne d'un retour vers l'Antiquité et de la redécouverte des capitales romaines

¹⁸Abréviation de *Donat, Kalender Type*.

¹⁹Un caractère mobile est une pièce métallique indépendante sur laquelle sont gravés des poinçons. Ces derniers sont ensuite enfoncés dans un support pour obtenir une matrice qui servira à l'obtention d'une forme imprimable sur papier.

²⁰Raul Mario Rosarivo (1903-1966) poète, dessinateur et typographe argentin.

²¹Adolf Wild, « La typographie de la Bible de Gutenberg », *Communication et langages*, n°114, 4^{ème} trimestre 1997, p. 86.

combinées avec des minuscules simplifiées d'origine calligraphique : la caroline ou la cursive romaine. Ce style hybride sera appelé écriture humanistique ou humanes et servira de point de départ aux premiers caractères romains²².

I.1.1.2. Développement et standardisation

Ces conceptions de lois et de règles d'or, afin d'aboutir à des formes précises pour chaque caractère, englobent différents domaines puisqu'elles mélangent art, science et philosophie. Le tout donne à la lettre une valeur en tant qu'objet de recherche à la fois scientifique et artistique. Ces études montrent qu'il existe un véritable intérêt envers la lettre en elle-même et son esthétique, en s'appuyant sur des canons et des réflexions antiques. Cette recherche esthétique peut être aussi abordée sous un autre angle : celle de la raison pratique en termes de lisibilité et de confort de lecture. Pourtant, la lettre ne reste qu'un sujet d'exploration intellectuelle et mécanique.

Au fur et à mesure que les méthodes d'impression évoluent et que le nombre d'imprimeries augmente dans toute l'Europe, de nouveaux langages typographiques apparaissent. C'est ainsi que naît l'italique²³, grâce à Francesco Griffo²⁴ et Alde Manuce,²⁵ pendant l'émergence de rééditions au format poche d'ouvrages classiques, ou encore l'écriture romane de Nicolas Jenson²⁶ qui se veut une police lisible et ouverte notamment grâce à ses rondeurs. L'italique, créée par Alde Manuce et gravée par Francesco Griffo, permet d'optimiser la surface de la page. La romane, quant à elle, crée un équilibre entre les lettres imprimées et le blanc du papier, lui conférant ainsi un aspect dynamique. Jusqu'à présent, personne n'avait pris en compte la respiration entre noir et blanc qui gère l'effet visuel et donne une certaine forme esthétique, tout en assurant un confort de lisibilité et permettant aussi un repos de l'œil par sa régularité. Nicolas Jenson combine les majuscules romaines/latines et les minuscules inspirées de la calligraphie, il homogénéise leurs styles sans pour autant les rendre identiques. Les capitales et minuscules possèdent des empattements triangulaires. Néanmoins, dans le cas des minuscules, leur dessin fait qu'il est presque possible de les résumer simplement à un trait et un rond. La minuscule prend alors de

²²L'appellation romain fait référence à l'ensemble des caractères droits, capitales ou bas de casse, sans distinction de style. C'est la transposition typographique de l'écriture humanistique.

²³Tout caractère penché vers la droite. Tous les alphabets romains courants ont une version italique. A l'origine il s'agissait d'un caractère indépendant, ce n'est qu'à la fin du XVI^e siècle qu'il devint caractère secondaire accompagnant le romain. L'italique fut d'abord nommé *Aldine* du nom de son créateur Alde Manuce. Ce nom faisait référence à des caractères de proportions et/ou de dessins différents.

²⁴Francesco Griffo (1475-1518) grave les caractères romains d'Alde Manuce.

²⁵ Alde Manuce (1451-1515) imprimeur italien.

²⁶Nicolas Jenson (1430-1480) imprimeur formé à la Monnaie du Roi de Paris devint directeur de la Monnaie du Roi de Tours. Il sera envoyé à Mayence par Charles VII et travaillera pour Fust et Schöffer jusqu'en 1462.

l'importance et chaque lettre se détache des autres par l'élargissement de l'approche, sauf quelques doubles lettres comme le « ff » ou « fl ». Par ce caractère, Nicolas Jenson marque l'histoire de l'imprimerie en établissant un standard encore utilisé aujourd'hui et qui sera repris par d'autres. Francesco Griffo, quant à lui, va plus loin dans l'harmonisation de la relation majuscules et minuscules d'inspiration romaine. Ainsi, l'italique d'Alde Manuce fut rapidement copiée, voire imitée avec la tentative de *Garamond*. D'autres essais furent entrepris pour en approfondir l'esthétique, comme ce fut le cas, en 1522, avec Arrighi Vicentino²⁷ et son caractère *Cancellaresco*.

Le XVI^e siècle voit apparaître de grands imprimeurs éditeurs dont Alde Manuce en Italie, qui structurent cette industrie en expansion et standardisent le livre imprimé. Alde Manuce fait de Venise la capitale de l'imprimerie, tout en perfectionnant vers 1495 le caractère romain qui aura une grande influence notamment en France dès 1530. Ses livres imprimés, aux textes classiques et humanistes fort prisés par une élite lettrée, seront souvent copiés.

Les ornements et enluminures spécifiques aux lettrines ou illustrations étaient réalisées à la main dans les premiers ouvrages imprimés, un espace vierge était laissé dans la page à l'intention des enlumineurs et miniaturistes. Mais peu à peu, le style manuel disparaît au même titre que les décorations, les enluminures ou l'impression couleur devenues trop coûteuses. Désormais, les gravures sur bois illustrent les ouvrages. Cependant, certaines méthodes font que textes et images sont imprimés séparément, et donc une même page est imprimée deux fois. Les impressions en couleurs, quant à elles, sont réalisables mais leurs rendus ne rivalisent pas encore avec une colorisation à la main. Il reste donc des manques à pallier. À partir de 1550, les imprimeurs arrivent à incruster des éléments décoratifs dans les caractères, comme des arabesques. Après quelques années, le style tombera en désuétude mais l'ornementation retrouvera ses lettres de noblesse avec le Rococo.

La standardisation de l'impression entraîne celle du livre, de sa mise en pages, du corps et des styles de caractères. Le nom des éditeurs est mentionné, ce qui leur confère une certaine reconnaissance et notoriété. De son côté, la mise en pages commence à structurer le texte et les informations en jouant sur les différents corps et styles de caractères, les espaces, les alinéas, les paragraphes. L'ensemble y gagne en clarté, le texte respire, le regard circule dans cet espace. Dans ces nouvelles présentations, textes et images sont complémentaires.

²⁷Ludovico Degli Arrighi aussi appelé Arrighi ou Ludovico Vicentino (1480-1527) calligraphe et typographe italien.

Toutefois le texte reste encore subordonné à l'image car il la prolonge en la décrivant et en développant une réflexion qui vise à en éclairer la signification.

En France, où les humanes s'exportent, Henri²⁸ et Robert Estienne²⁹, puis Simon de Colines³⁰ les développent. L'arrivée de ces caractères sur le territoire se joint aux réformes sur la langue : désormais le français remplace le latin dans les textes officiels. Dans ce contexte, la typographie s'en trouve réformée par des codes qui structurent le langage écrit.

Claude Garamond³¹ met en place une version améliorée de la police de caractères romains, plus élégante et équilibrée, inspirée de celle de Francesco Griffo. Cette police se diffusera rapidement hors de France. Le caractère *Garamond* devient ainsi un symbole prestigieux de la typographie française, car jusqu'à présent les caractères utilisés ne faisaient qu'imiter ceux de Nicolas Jenson. Quant aux mises en pages, elles s'inspirent des modèles italiens, principalement ceux de Alde Manuce, et permettent de structurer des textes complexes en les rendant plus clairs. Au départ, les caractères romains n'étaient utilisés que pour des ouvrages scientifiques en latin avant d'être adoptés pour des textes de vulgarisation.

Ces différentes réformes typographiques et langagières seront plus ou moins freinées par les guerres de religions dans la seconde moitié du XVI^e siècle. Les grandes maisons d'imprimerie se retrouvent sous pression de l'Eglise. Certaines familles, comme la famille Estienne, sont contraintes à l'exil. Mais l'imprimerie française n'est pas morte et continue son chemin. La preuve en est, le cardinal de Richelieu fondera en 1640 l'imprimerie royale qui montre ainsi le désir de l'État de continuer à développer le livre. Plus tard, à partir de 1694, Philippe Grandjean³² crée *le Romain du Roi* un caractère fondé sur des essais de réflexions et sur des théories géométriques et mathématiques. Il propose également une grille composée de carrés sur des planches gravées pour les majuscules. Cependant, le projet *Romain du Roi* se voulait plus grand car il était inclus dans une vaste étude des techniques artisanales. Cela signifiait également que l'imprimerie était sous autorité académique et politique, une tradition propre à la France note Robin Kinross³³.

²⁸Henri Estienne (1460-1520) imprimeur français, fondateur d'une des plus célèbres familles d'éditeurs et d'imprimeurs. Il publia un grand nombre d'ouvrages à destination d'un public universitaire.

²⁹Robert Estienne (1503-1559) imprimeur et typographe français. Fils d'Henri Estienne. La famille Estienne est notamment connue dans le milieu des arts et de l'imprimerie où elle fut très prolifique. Elle donne d'ailleurs son nom à l'école Estienne à Paris.

³⁰Simon de Colines (1480-1546) imprimeur, graveur et fondeur français. Succède à Henri Estienne dont il épouse la veuve.

³¹Claude Garamond (1499-1561) imprimeur, libraire, graveur parisien et fondeur de caractères.

³²Philippe Grandjean (1666-1714) graveur et typographe français.

³³Robin Kinross, *La typographie moderne un essai d'histoire critique*, Editions B42, Paris, 2012, p. 22.

Les premières polices de caractères en écriture romaine moderne apparaissent avec Giambattista Bodoni³⁴ et Firmin Didot³⁵. Les empattements fins et précis, les longues hampes et la finesse de ces caractères témoignent de l'esprit du Siècle des Lumières. Ce style rigoureux se voulait en opposition avec l'ornementation qui était considérée comme la représentation de la décadence de l'Ancien Régime. Pourtant l'ornementation reviendra au XIX^e siècle avec le Romantisme. La typographie devient un objet d'expérimentation pour la création de lettres fantasques. Ces recherches se poursuivent jusqu'à la fin du XIX^e siècle car peu à peu la typographie crée des liens avec le monde de l'art (, Arts Décoratifs) et s'ouvre même aux influences visuelles étrangères comme l'estampe japonaise, notamment avec les travaux d'Eugène Grasset³⁶. Ce dernier, avec a³⁷, se mettent en tête de produire une police qui révolutionnerait et dépolierait l'art typographique français dans tous les domaines artistiques grâce à l'impulsion de l'. Ils créent ainsi un caractère de labeur, le *Grasset*, en 1898. collabore également avec Georges Auriol³⁸ pour composer l'*Auriol* en 1901-1904. George Auriol laisse une grande place au dessin de lettre dans la composition de la page. Mais c'est le mouvement qui reste le plus représentatif en mobilisant tous les arts sans distinction et en élaborant des polices originales. Ainsi, William Morris³⁹ conçoit la police gothique *Chaucer* en 1892 qui s'inspire de formes moyenâgeuses idéalisées.

La révolution industrielle fut un autre tournant important dans l'histoire de la typographie. Ainsi l'introduction des machines à vapeur favorisant la production de masse, entraîne une modernisation rapide et l'apparition de nouveaux besoins. Or, jusqu'à cette époque, la majorité des imprimeurs utilisait des procédés et équipements identiques à ceux des siècles précédents. L'un des premiers changements à être opéré est le développement de la lithographie, car elle permet l'ajout dans une même page d'illustrations ou de photographies, en plus du texte. Bien que présente depuis 1798, la lithographie n'était utilisée qu'à petite échelle et dans des domaines spécifiques, la démocratisation de son utilisation a été rendue possible grâce à l'impression offset. Puis ce fut au tour de la Linotype fin 1880 et de la Monotype. La première permet à un opérateur d'utiliser un clavier pour produire des lignes de texte, la seconde reprend le même système à quelques différences près.

³⁴ Giambattista Bodoni (1740-1813) imprimeur italien.

³⁵ Firmin Didot (1764-1836) imprimeur, libraire, typographe et homme politique français.

³⁶ Eugène Grasset (1845-1917) affichiste français.

³⁷ Charles Peignot (1897-1913) typographe français, gérant de la fonderie Deberny et Peignot. Créateur de la police Le Peignot en 1937.

³⁸ George Auriol (1863-1938) poète, peintre, graphiste français et dessinateur de caractères, notamment de l'*Auriol* qualifié d'écriture décorative. George Auriol (1863-1938) poète, peintre, graphiste et dessinateur de caractères français, notamment de l'*Auriol* qualifié d'écriture décorative.

³⁹ William Morris (1834-1896) artiste, designer, écrivain et socialiste britannique. Il est l'une des figures majeures du mouvement *Arts and Crafts*.

La venue de ces machines entraîne un changement de statut de l'imprimeur. Avant, ce dernier était chargé à la fois de la fabrication des caractères d'imprimerie et de l'impression, désormais ces deux tâches sont séparées. Dorénavant les fonderies élaborent les polices. De même, au sein même de l'imprimerie, des mutations faisant suite à la complexification des machines apparaissent : une plus grande division du travail et des tâches plus spécialisées (massicotage). Néanmoins, ces modifications de méthodes de travail, bien que rapides, ne sont pas partout appliquées mais elles favorisent cependant l'accélération, la stimulation de la production imprimée tout comme elles contribuent à l'amélioration des machines et des techniques.

Ces besoins correspondent également aux besoins publicitaires qui deviennent croissants. La fabrication du papier et l'impression ayant beaucoup évolué, il est désormais facile d'acheter du papier bon marché et en grande quantité pour élaborer affiches et annonces commerçantes. De plus, les lettres d'impression en métal ont laissé la place à celles en bois moins chères et moins lourdes. Il convient aussi de repenser les affiches en termes d'impact sur le public visé avec des formats plus grands pour attirer l'attention. Ce qui entraîne aussi des changements dans la façon de concevoir les lettres qui deviennent en conséquence plus grandes et plus grosses pour une meilleure lisibilité. Parallèlement, de nouvelles polices sont créées.

L'affiche est un support qui prend de l'ampleur et certains affichistes s'inspirent directement de l'art et en particulier de l'estampe japonaise, de son style décoratif jusque dans l'imitation de ses caractères, avec un trait de contour épais, des aplats de couleurs et un dessin malhabile pour les lettres. Les artistes et affichistes dessinent eux-mêmes les lettres, ce qui apporte une dynamique nouvelle à la relation texte et image. Georges Auriol fait partie du nombre avec ses lettrages recherchés aux inspirations florales et japonisantes. Les caractères s'inspirent de la nature et ils s'y s'entremêlent parfois jusqu'à former un motif, une décoration. D'autres artistes, à l'instar de Pierre Bonnard ou encore de Henri de Toulouse-Lautrec, avec des affiches comme celles pour le *Salon des Cents* ou encore *Reine de joie*⁴⁰ restent les plus emblématiques. Leurs affiches sont aussi travaillées que des œuvres peintes. Henri de Toulouse-Lautrec en particulier utilisait des techniques japonaises qui laissent les personnages en réserve, délimités par un simple trait épais noir, mais aussi la calligraphie, avec des lettres dessinées en arabesques souples. La lettre s'inspire des formes artistiques du moment qu'elle traduit visuellement.

⁴⁰ Henri de Toulouse-Lautrec, *Reine de joie*, 1892, lithographie en quatre couleurs, 136 x 91 cm.

L' en France et son équivalent allemand le *Jugendstil* travaillent les lettres comme des images de marque. Outre Rhin, les graphistes commencent à abandonner le caractère gothique au profit de la linéale pour être plus en accord avec l'époque. Cependant le foisonnement de lettres fantaisies paraît masquer le manque de qualité de certaines polices, et semble vouloir pallier les défaillances dans la mise en pages.

De son côté le mouvement dirigé par William Morris prône le retour de techniques plus artisanales, sans doute pour contrer la mécanisation froide grandissante. Son fondateur souhaite changer la relation que peuvent entretenir les publics ou artistes avec les objets manufacturés. Le mouvement se concentre autour d'un ensemble d'idées plutôt que d'un style en particulier, même si des effets décoratifs prédominent. L'idéalisme socialiste de William Morris l'encourage à développer ses opinions : le bien-être social fraye avec la production des biens. Ainsi, l'artiste élabore avec son ami et collaborateur, Emery Walker⁴¹, le *Doves* pour leur maison d'édition Doves Press.

1.1.1.3. Typographie et avant-gardes

En parallèle, d'autres manières de penser la lettre se développent en Europe. Ainsi, la première moitié du XX^e siècle ouvre la porte aux « ismes » de l'art qui vont s'enchaîner : Cubisme, Futurisme, Dadaïsme, Constructivisme, Suprématisme, Vorticisme. Il y a, dans un premier temps, une période de croissance et de prospérité dont l'élan est arrêté par la Première Guerre mondiale. La plupart de ces mouvements ne créent pas de polices de caractères à proprement parlé mais leurs expérimentations et revendications autour de la typographie (mise en pages, esthétique, technique, espace, mouvement, son) vont considérablement marquer la création par la suite.

Le 20 février 1909 F.T. Marinetti⁴² lance le mouvement futuriste en publiant le *Manifeste du Futurisme* dans le *Figaro*. Au-delà de la provocation contenue dans le texte, son auteur souhaite exprimer sa vision résolument tournée vers l'avenir, en vantant par exemple les beautés d'une automobile qui surpasseraient celle de la *Victoire de Samothrace*⁴³. À l'époque où F. T. Marinetti rédige ce manifeste, plusieurs grandes avancées techniques ont lieu tant dans le domaine de l'aviation avec les frères Wright⁴⁴, que dans le domaine ferroviaire avec le tunnel du Simplon qui relie Brigue, dans le canton du Valais, à Iselle dans

⁴¹Emery Walker (1851-1933) graveur et créateur de caractères anglais.

⁴²Filippo Tommaso Marinetti (1876-1944) écrivain et poète. Fondateur du mouvement futuriste italien.

⁴³Artiste inconnu, *Victoire de Samothrace*, vers 190 avant J-C, marbre, 5,57x 2,75 m avec ses ailes, musée du Louvre, Paris.

⁴⁴Wilbur (1867-1912) et Orville (1871-1948) Wright, pionniers américains de l'aviation.

le Piémont. Cette dernière prouesse technique instaurera en Italie le mythe de la modernité et des avancées technologiques qui se répercuteront sur le Futurisme (F. T. Marinetti affectionne l'automobile). C'est dans cet esprit que F.T. Marinetti lance sa révolution typographique avec les mots en liberté censés réformer la conception poétique, littéraire et artistique de la lettre. Il veut mettre en marche la destruction du langage et libérer la typographie dans la page en essayant de reproduire le mouvement et le son (onomatopée par l'onomalangue). Ce qui rapproche le Futurisme italien du Futurisme russe qui propose le zaoum, un langage transmental.

Cette volonté de vouloir libérer la typographie de toute contrainte, nous la retrouvons dans les années 1980-1990. Les mouvements d'avant-garde se servent du collage, héritage de Georges Braque et Pablo Picasso. La typographie est peinte, dessinée, calligraphiée comme dans *Manifestation interventionniste*⁴⁵ de Carlo Carrà⁴⁶. Cette angle d'approche de la typographie servira de base à la poésie, notamment concrète, par la suite. Les jeux de lettres influencés par le travail de l'espace de Stéphane Mallarmé ou les calligrammes de Guillaume Apollinaire ouvre la voie à une approche poétique et plastique de la lettre.

Plusieurs autres mouvements artistiques emboîtent le pas à ces nouvelles approches : Dada, De Stijl, Bauhaus, Constructivisme, etc. Ils pensaient tous que l'art pouvait changer la vie, qu'il se trouvait même en son cœur. Bien évidemment, la typographie a un rôle à y jouer. Les artistes d'avant-garde sont polyvalents à la fois peintre, dessinateur, graphiste, architecte. Chez Dada, les artistes travaillent le langage car il s'agit d'un des fondements de la société. Ils cherchent eux aussi à le détruire pour le reconstruire sur de nouvelles bases. Leur révolution typographique n'est pas théorisée comme celle de F.T. Marinetti. Néanmoins, ils en reprennent quelques principes. Leur poésie met en avant la spontanéité, la simultanée, l'explosion langagière. La typographie est travaillée comme un matériau, elle est à la fois sujet et moyen d'expression. Le Futurisme russe, quant à lui, puise son inspiration dans l'Histoire de son propre pays et non dans celle de son homologue italien. Il pousse d'ailleurs plus loin l'expérimentation vers la radicalisation en utilisant des méthodes traditionnelles d'impression et de dessins pour la typographie. Par conséquent, celle-ci sert à traduire des idées anti-militaristes, anarchistes et révolutionnaires. La typographie ne se contente plus d'être harmonieuse et efficace pour la lecture. Mais cette manière de penser la lettre concerne surtout les avant-gardes futuristes et dadaïstes.

⁴⁵Carlo Carrà, *Manifestazione interventista (Manifestation interventionniste)*, 1914, collage sur carton, 38,5x30cm, Peggy Guggenheim collection, Venise.

⁴⁶Carlo Carrà (1881-1966) peintre italien, membre du mouvement futuriste italien.

Après cette profusion, vient le temps du Fonctionnalisme, où la typographie retourne vers une simplification tant esthétique que conceptuelle. Les linéales sont préférées aux polices avec empattements, le nombre de couleurs est réduit, les mises en pages sont plus sobres et vont à l'essentiel pour faire passer leur message. Alexandre Rodtchenko suit ces principes tout en mélangeant l'image et le texte, la photographie et la typographie. Il est l'un des premiers à utiliser le photomontage, variante du collage, en se servant de photographies et d'images extraites de revues. Il en résulte un style soviétique marqué.

On entend par photomontage l'emploi de photographies comme matériau figuratif, l'assemblage de photographies au lieu d'autres matériaux artistiques. De cette manière, l'artiste ne reproduit pas un fait, mais c'est la photographie même qui est de ce fait précis, saisi dans sa véritable essence. L'exactitude du document a une force expressive jamais atteinte auparavant en peinture ou dans les arts graphiques.⁴⁷

Le mouvement De Stijl fondé par Théo van Doesburg, se rapproche, par ses idées du Constructivisme d'Alexandre Rodtchenko. Ses différents intervenants, qui ne sont pas exclusivement plasticiens, ont une grande ambition pour le renouveau de l'art. Leur idée était de créer un langage plastique universel dans une vision d'art total. Cette théorie se fonde sur des principes qui lieraient les différentes pratiques artistiques entre elles sans les hiérarchiser. Chaque pratique serait autonome, tout en ayant des éléments en commun. Elles arriveraient cependant à trouver un équilibre au sein de leurs différences et de leurs contraintes. Le mouvement vise des moyens d'expression minime en décomposant les différentes pratiques réduites à quelques éléments. Les revues créées par Théo van Doesburg approfondissent les rapports entre typographie et art. Ainsi, Théo van Doesburg sous son patronyme ou sous celui de IK Bonset, son pseudonyme, son double, exprime d'un côté ses idées dadaïstes (*Mécano*) et de l'autre sa vision de rigueur (*De Stijl*). Entre les différents mouvements et écoles (Dada, De Stijl, Bauhaus) des échanges se font, notamment grâce aux revues qui deviennent des lieux d'essais, de discussions et d'expérimentations sur la typographie. Tous militent en faveur d'un renouveau.

En Allemagne, pendant l'entre-deux guerres, le Bauhaus apporte lui aussi une nouvelle manière de concevoir la typographie. L'école d'art cherche à faire fusionner art et artisanat. C'est ici que Jan Tschichold⁴⁸ développe son concept de nouvelle typographie. D'abord avec la publication de son essai *Typographie élémentaire* en 1925 dans le numéro spécial

⁴⁷Selim Khan-Magomedov, *Alexandre Rodtchenko. L'œuvre complète*, Éditions Philippe Sers, Paris, 1986, p.121.

⁴⁸Jan Tschichold (1902-1974) typographe allemand. Il adhère au Bauhaus et développe ses idées modernistes à travers ses écrits, notamment le concept de « nouvelle typographie ». Il est arrêté par les nazis en 1933 puis relâché avant de s'exiler en Suisse. Il retournera par la suite à des caractères et mises en page plus traditionnels, tout en revenant sur ses propos. Jan Tschichold a beaucoup contribué à la diffusion du graphisme et de la typographie moderne.

Typographische Mitteilungen, dans lequel il présente les principes d'une typographie asymétrique, encourage l'emploi de linéales et le choix limité de caractères pour plus d'efficacité dans la mise en pages. Puis vint son ouvrage *La nouvelle typographie* en 1928 dans lequel il dresse l'aspect formel de son concept où la typographie se doit d'aller à l'essentiel et de redevenir une typographie élémentaire par un rejet du décoratif.

I.1.1.4. Internationalisation

La guerre vient encore une fois stopper toute velléité expérimentale et exploratoire. Néanmoins, cela ne signifie pas la fin de la typographie qui est employée à d'autres usages notamment ceux de propagandes. De plus, s'il n'y a pas de renouveau typographique, il y a des avancées en ce qui concerne la relation texte-image. La guerre a également des répercussions sur le développement des idées radicales comme la nouvelle typographie. Mais avant cela, la montée du nazisme dans les années 30 contraint à certains changements comme et surtout la fermeture du Bauhaus en 1933. Beaucoup de graphistes et typographes⁴⁹ obligés de s'exiler aux ÉTATS-Unis, en Angleterre ou en Suisse, emportent avec eux leur savoir-faire et l'appliquent dans leurs pays d'adoption. Toutefois, les idéaux révolutionnaires sont mis au service de causes plus mercantiles dans un but de communication. Les graphistes adaptent la forme à un nouveau fond. L'internationalisation de la communication a également des répercussions sur la typographie, notamment sur l'exportation et la généralisation des principes modernistes. Les fonderies s'ajustent aux demandes de nouvelles polices pour la publicité, en dehors des linéales ; il y a un retour vers l'empattement rectangulaire qui remanie les mécaniques traditionnelles.

Les Américains comme Paul Rand, Bradbury Thompson ou encore Lester Beall se servent de certains principes, puis finissent par imposer les leurs, comme ce fut le cas de Paul Rand. Cependant, aux États-Unis dans les années 1930 le traditionalisme typographique est encore très présent mais la jeune génération de créatifs aspire à autre chose. En parallèle, le modernisme commence à s'imposer doucement avec la parution d'ouvrages, tel que *Pioneers of the Modern Movement* en 1936. Le modernisme florissant permet la reconnaissance des graphistes comme professionnels, avec par exemple la notion de directeur artistique, et certains, comme Stanley Morison⁵⁰, deviennent consultants pour des journaux ou magazines.

⁴⁹D'après R. Roger Remington 717 artistes, 380 architectes et 100 graphistes se sont exilés aux États-Unis durant les années 30.

⁵⁰Stanley Morison est consultant typographique pour le journal *The Times* de 1929 à 1960. Il lui créera d'ailleurs le caractère *Times* (1931) et le *Times New Roman* (1932).

En outre, de plus en plus de polices de caractères sont réalisées par des typographes plus que des imprimeurs. Ainsi, comme l'explique R. Roger Remington⁵¹, la page devient le nouveau médium pour les créatifs car ils peuvent la dessiner.

Des affichistes français comme Cassandre ou Jean Carlu se rendent également aux États-Unis où ils réalisent quelques travaux notamment pour des magazines. Le développement du modernisme sur le continent américain n'est pas dû uniquement à l'apport de nouvelles idées et d'opportunités venues d'ailleurs, l'industrie et les entreprises y jouent également un rôle, avec des réalisations graphiques pour l'effort de guerre et la publicité.

De son côté, Bradbury Thompson se montre en faveur de l'utilisation de bas de casses dans la création typographique et la mise en pages. Il élabore ainsi ses propres principes radicaux.

Une fois la guerre terminée, la typographie continue ses recherches et crée du débat. Il y a notamment le fameux désaccord entre Max Bill et Jan Tschichold, le premier reproche au second d'avoir renié ses idéaux pour s'être tourné vers quelque chose de plus traditionnel, alors que pour le second, il s'agit juste d'une évolution naturelle de son travail. Dans les années 1950 se pose également la question de la création de nouveaux caractères. Après tout, d'après Herman Zapf, si ceux créés par les Modernistes sont aussi universels et fonctionnels qu'ils le prétendent et que nos besoins ne se limitent qu'à quelques polices élémentaires, il n'y a aucune utilité à en concevoir d'autres. En parallèle a lieu en 1951 l'International Design Conference⁵² à Aspen dont l'ambition était que professionnels du design, du monde des affaires et de l'entreprise se rencontrent poursuivant ainsi l'idéologie du Bauhaus de permettre l'échange entre les arts, l'industrie et le commerce.

Les années 1950 voit aussi la sacralisation du style suisse ou encore style international qui reste encore très ancré de nos jours. Celui-ci reprend les principes et fondements typographiques du modernisme (Bauhaus, De Stijl, Jan Tschichold) : clarté, sobriété, lisibilité, simplification, emploi de linéales et de grilles modulaires. C'est à cette époque que l'*Helvetica* et l'*Univers* sont conçues par Adrian Frutiger et Edouard Hoffman. L'idée d'universalité et d'objectivité typographique, s'en trouve renforcée, mais aussi la prise de conscience de l'importance de la grille et des blancs comme éléments de composition. La grille n'est pas nouvelle, cependant ses principes sont réaffirmés pour permettre la hiérarchisation des informations et ainsi structurer la mise en pages. C'est aussi la décennie

⁵¹ R. Roger Remington, *American Modernism*, Laurence King Publishing, Londres, 2013, p.51.

⁵² International Design Conference à Aspen (IDCA) a été mise en place par Walter Paepcke président de la Container Corporation of America.

dorée pour le modernisme américain. Les nouvelles technologies développées durant la guerre servent à des fins publicitaires pour produire à bas coût. Le design moderne rend les affaires profitables. C'est le début de la consommation de masse et de l'avènement des marques. Les professionnels comme Paul Rand n'hésitent pas à évoquer leur travail, leur vision de la typographie et du design en général. Le phénomène consumériste se poursuit dans les années 1960 avec la mise en avant de la jeunesse. La typographie devient conceptuelle et expressive avec des designers comme Herb Lubalin. Elle permet de dire beaucoup avec peu, c'est l'idée du « less is more ». Les designers jouent avec le texte et commencent à impliquer le public dans la compréhension des créations. L'*Helvetica* et le style suisse dominant.

I.1.1.5. Transition

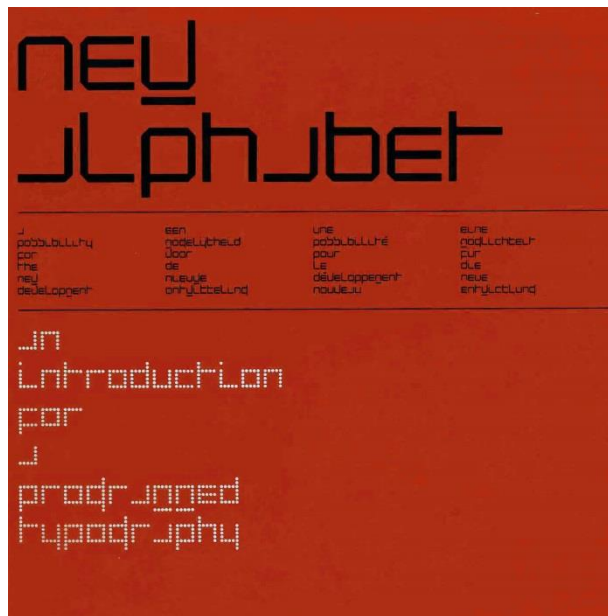
Dans les années 1960-1970, certains designers s'adaptent aux changements à venir. Wim Crouwel⁵³ pensait d'ailleurs que le dessin de caractères devait désormais s'ajuster aux écrans. Il dessine en 1967 son *New Alphabet*, une police de caractères simplifiée composée de lignes verticales et horizontales. D'autres, comme Stanley Morison, se font gardiens de la tradition en fustigeant l'arrivée de ce style international qui semble se résumer à l'utilisation de caractères dans serif et des mises en pages asymétriques. Pourtant en Angleterre, des graphistes tels Jamie Reid⁵⁴, Barney Bubbles⁵⁵ et Peter Saville⁵⁶ illustrent les pochettes d'albums de groupes musicaux rock et punk. Leur style se caractérise par le réemploi de polices de caractères et de styles existants qu'ils associent. Ils ouvrent la voie, en quelque sorte, à ce qui sera l'ère du pillage.

⁵³Wim Crouwel (1928-) typographe et designer graphique d'origine hollandaise. Ancien directeur du musée Boijmans van Beunigen de Rotterdam. Créateur du caractère New Alphabet.

⁵⁴Jamie Reid (1947-) artiste et graphiste anglais qui s'est surtout fait connaître en illustrant les pochettes du groupe Sex Pistols.

⁵⁵Colin Fulcher dit Barney Bubbles (1942-1983) designer graphique et artiste anglais.

⁵⁶Peter Saville (1955-) designer et directeur artistique anglais, surtout connu pour ses travaux sur les pochettes de disques de groupes comme Joy Division.



Wim Crowwel, *Kwadrat-Blad New Alphabet brochure*, 1967

(Source : Maryellen McFadden, flickr)

En Suisse, l'école de Bâle connaît certains changements avec la présence de Wolfgang Weingart⁵⁷ qui l'intègre en 1968. Ses expérimentations synthétiques sont beaucoup plus permissives et elles entament une nouvelle approche esthétique et théorique de la typographie. C'est ce qui sera considéré comme la *new wave*. La « nouvelle vague », aussi appelé *Swiss Punk*, peut ainsi être perçue comme une période de transition entre le modernisme et le postmodernisme. Elle est une première étape dans l'éloignement des designers à l'égard du style international et minimalisme de l'école suisse. Pour autant, les œuvres de cette période, bien qu'elles s'autorisent à briser quelques conventions, sont encore marquées par une certaine rigueur et une hiérarchisation de l'information. Elles se diffusent en dehors du pays et atteignent les États-Unis, notamment par l'intermédiaire d'April Greiman⁵⁸ et de Dan Friedman⁵⁹ anciens élèves de Wolfgang Weingart. En Angleterre, c'est le mouvement punk qui semble formaliser cette évolution.

Puis dans les années 1980, les théories littéraires de la déconstruction et du poststructuralisme, qui avaient touché l'architecture dans les années 1970, atteignent le design graphique et la typographie. Elles touchent d'abord et surtout les universités américaines avant de s'infiltrer dans le monde professionnel. Il semble qu'un vent de folie touche alors le domaine du design où tout le monde se met à la déconstruction. Le principe est simple, il

⁵⁷Wolfgang Weingart (1941-) designer. Célèbre pour avoir été enseignant à l'école de Bâle et avoir contribué au développement du design graphique suisse.

⁵⁸April Greiman (1948-) designer américaine, ancienne élève de Wolfgang Weingart à l'école de Bâle. Elle est connue pour être une pionnière dans l'utilisation des outils informatiques ainsi que pour avoir établi le style new wave. Elle fut mariée à Dan Friedman.

⁵⁹Dan Friedman (1945-1955) designer américain. Tout comme April Greiman, est un ancien élève de Wolfgang Weingart à l'école de Bâle. Il a également contribué au mouvement typographique *New Wave*.

suffit de pousser plus loin la new wave en s'affranchissant complètement des règles et des contraintes. La typographie passe par un grand nombre d'expérimentations, elle est détruite, déconstruite, recollée, mélangée, griffonnée, rendue parfois illisible. Les mises en pages suivent le même processus. Les informations incluses dans les œuvres doivent être décodées par le lecteur à qui on laisse le champ libre pour l'interprétation. La typographie est influencée par d'autres courants comme le mouvement grunge. L'ensemble est concrétisé à travers des revues comme *Ray Gun* (David Carson⁶⁰) ou spécialisé dans le design graphique comme *Emigre* (Rudy VanderLans⁶¹, Zuzana Licko⁶²), *The Face* (Neville Brody⁶³). En France, la discipline semble épargnée par la déferlante expérimentale. Cependant, ces essais sont vivement critiqués par ceux qui défendent le design graphique et le design typographique fonctionnels. Pour eux, la discipline serait entraînée vers le bas et risque de signer sa fin. Il est vrai que certains designers n'en retirent que l'aspect formel et ne s'attardent pas sur la réflexion. Pendant que le bouillonnement expérimental de ce postmodernisme s'apaise à la fin des années 1990 début des années 2000, nous voyons émerger des critiques et théories autour de la typographie. En effet, plusieurs textes sont publiés durant cette période, comme un regard sur plus d'une décennie de typographie postmoderniste intense. Il semble que désormais les designers s'interrogent ou du moins interrogent leur discipline. Ainsi nous pouvons voir apparaître le commencement d'une critique historique mais aussi d'une critique conceptuelle, que nous aborderons tout au long de cette recherche.

I.1.2. Nouvelles technologies au service de la typographie

I.1.2.1. Naissance de l'imprimerie

L'histoire de la typographie est intimement liée à celle de l'imprimerie. Ces deux termes sont souvent utilisés comme synonymes alors qu'il s'agit là de deux domaines différents.

⁶⁰David Carson (1955-) designer américain. Surtout connu pour avoir été directeur artistique de *Ray Gun*.

⁶¹Rudy VanderLans (1955-) designer américain d'origine hollandaise, co-fondateur de fonderie et du magazine du même nom *Emigre*.

⁶²Zuzana Licko (1961-) designer américaine d'origine Tchèque, fondatrice avec son mari Rudy VanderLans de la fonderie et du magazine *Emigre* en 1984.

⁶³Neville Brody (1957-) typographe et designer anglais.

L'imprimerie fait effectivement référence à des processus d'impression, à tout ce qui touche aux techniques. Alors que la typographie se situe plus dans le registre du concept, si nous la considérons comme du design⁶⁴.

En effet, de la presse à caractères mobiles jusqu'à l'informatique de nos jours, la typographie a évolué en suivant les diverses techniques d'impression. Son histoire suit également l'évolution des supports, tel le papier qui devint un matériau important en succédant au parchemin. En effet, ce dernier était vu comme plus économique et plus adapté aux presses et à l'impression de la typographie. La combinaison du papier et de l'imprimerie a permis une plus grande diffusion des savoirs. Le papier répondait à des besoins spécifiques notamment chez les marchands, les fonctionnaires et les hommes de lettres qui pouvaient y écrire eux-mêmes. Les premiers textes imprimés reproduisent la graphie des scribes avec des lettres qui reprennent l'aspect dessiné à la main.

Les premiers ouvrages imprimés sont surtout des textes anciens que les nouvelles techniques permettent de multiplier et de diffuser plus largement. Ainsi les érudits pouvaient acheter des ouvrages à coût moindre et plus aisément. De plus, cette effervescence de livres contribue à l'épanouissement des bibliothèques qui proposent un plus large panel de textes en diverses langues rendant les documents plus facilement accessibles. C'est ce que fit Robert Estienne qui publia la Bible en hébreu, latin et grec, annotée afin de la rendre compréhensible au plus grand nombre⁶⁵.

En confrontant plus aisément les textes entre eux, anciens ou nouveaux, issus de domaines variés, l'imprimerie favorise de nouveaux modes de pensée. De plus, la mise en pages des livres amène le lecteur à lire et penser différemment, ainsi guidé par les choix de composition des imprimeurs. Ceux-ci mettent aussi en place des arrangements alphabétiques qui permettent d'ordonner les matières (index, catalogues...).

L'arrivée de l'imprimerie fait également apparaître la standardisation du livre, des formats, de la typographie, et avec eux des erreurs d'impression, comme par exemple, le cas de la fameuse bible perverse⁶⁶. Néanmoins, ces erreurs sont aisément rectifiables. Les styles

⁶⁴Cette thèse cherche justement à démontrer le champ étendu de la typographie par la multiplicité des domaines qu'elle touche, ainsi que les réflexions et enjeux qu'elle amène. Elle ne saurait donc se contenter de la simple technique. À ce titre, lire le chapitre consacré à la redéfinition de la typographie.

⁶⁵Ce qui lui attira les foudres de la Sorbonne qui lui interdit la publication et la vente de bibles en 1547. Après la mort de François 1^{er}, dont il était le protégé, il dut fuir pour Genève.

⁶⁶La bible perverse ou bible vicieuse doit son nom d'une erreur de composition typographique. Ainsi le commandement « Thou shalt not commit adultery » (Tu ne commettras pas d'adultère) et devenu « Thou shalt commit adultery » (Tu commettras l'adultère) par l'oubli de la négation.

typographiques commencent à apparaître ainsi que la distinction entre le gothique et le romain.

I.1.2.2. L'ère industrielle

L'imprimerie se développe mais ne connaît pas d'évolution majeure avant le début du XIX^e siècle avec l'arrivée de la mécanisation. Elle passe alors du statut d'artisanat à celui d'industrie ce qui conduit à plusieurs bouleversements.

Tout d'abord, le passage à l'ère industrielle permet l'automatisation de l'impression, les machines passent du bois au métal et le support papier est préféré à tout autre support. Ensuite, il y a le développement du graphisme en tant que pratique qui conduit à une augmentation de l'offre sur le marché du livre et de la presse (journaux, magazines), à une prolifération des publicités et à une accélération de la diffusion de l'information et des savoirs dans la vie quotidienne. Au XIX^e siècle, le graphisme devient populaire. L'affiche notamment devient un support de communication visuelle pour valoriser le divertissement et la consommation.

Des manuels consacrés à l'imprimerie sont publiés, comme celui de Martin-Dominique Fertel⁶⁷ *La science pratique de l'imprimerie*⁶⁸ en 1723. Ces écrits permettent de diffuser les savoirs sur la pratique de techniques typographiques.

Plusieurs inventions naissent durant cette période. D'abord la lithographie, ce procédé chimique breveté par Aloys Senefelder⁶⁹ en 1799, permet d'obtenir une plus grande finesse que celle obtenue avec la gravure sur cuivre, de plus elle associe images et textes sur le même support. La combinaison des deux donne également une plus grande liberté car il est possible de dessiner les lettres soi-même au lieu de reprendre celles déjà existantes. La lithographie popularise l'illustration sur différents supports imprimés : livres, journaux, revues. Elle se propage rapidement en Europe, surtout à Londres et à Paris, grâce aux faibles coûts des tirages. Au XIX^e siècle, de nombreux artistes privilégieront cette technique principalement pour les estampes. Pour certains historiens, cela marque la naissance du graphisme. Plus tard cette liberté de création de reproduction de textes, lettres, se retrouvera via la photographie et l'infographie.

⁶⁷ Martin-Dominique Fertel (1684-1752) imprimeur français.

⁶⁸ Robin Kinross, *La typographie moderne un essai d'histoire critique*, Editions B42, 2012, p.23.

⁶⁹ Aloys Senefelder (1771-1834) acteur de profession, inventeur du procédé lithographique qui servait au départ à imprimer ses écrits à bas coûts.

Un des exemples marquants de ce que la lithographie peut produire, en termes d'innovation et de recherche sur la typographie et de mise en pages, est l'*Histoire du roi de Bohême et de ses sept châteaux*⁷⁰ de Charles Nodier⁷¹, livre paru en 1828 et écrit en collaboration avec Tony Johannot⁷². L'ouvrage de Charles Nodier exploite les possibilités de la lithographie et marque surtout la relation étroite entre texte et image qui y est très développée. La mise en pages élaborée donne à voir une certaine fantaisie : les illustrations sont insérées entre les paragraphes et lignes de texte sans logique apparente et servent les jeux de langage. Le texte encadre parfois les illustrations quand il ne s'agit pas de l'inverse mais surtout il joue avec l'espace. Chaque page du livre de Charles Nodier possède de grandes marges blanches, elle laisse aussi beaucoup de blanc tournant qui aère le texte. Ce dernier est parfois représenté sous forme de bloc. De temps à autre, des lignes se détachent du reste, comme celles formant l'escalier du portier évoqué dans le récit, ou encore, celles imprimées à l'envers, dans le chapitre sur la distraction, ou mieux elles formeront un « parallélogrammatique » typographique en jouant tant sur la longueur et l'étirement du mot, qu'en changeant la police de caractères, afin de souligner les propos de l'auteur. Dans cet ouvrage, texte et images collaborent grâce au procédé lithographique. Le texte s'émancipe et gagne en autonomie pour sculpter ce qu'il évoque, en jouant avec les mots et le langage. Charles Nodier, par le biais des nouvelles techniques, pousse plus loin les recherches sur la mise en pages, quitte à en briser les règles élémentaires. Il joue avec l'espace, les caractères (leurs corps, leurs tailles) et le langage jusqu'à mimer la parole.

Après l'invention de la lithographie, ce fut le tour de la chromolithographie⁷³ en 1837. Il s'agit d'un procédé de lithographie qui permet de renouveler les possibilités chromatiques en obtenant des tirages en plusieurs couleurs par impressions successives. Cette nouvelle technique fait ainsi entrer l'affiche dans une ère moderne avec parfois des illustrations photographiques. Ce dispositif offre la possibilité d'intégrer des images de la réalité dans l'espace imprimé. La chromolithographie ne prit réellement de l'ampleur qu'en 1866 grâce à Jules Chéret⁷⁴ et son imprimerie parisienne spécialisée dans la création d'affiches illustrées. Cette nouvelle forme de lithographie fut bientôt reprise par les artistes de l'époque lorsque

⁷⁰Charles Nodier, *Histoire du roi de Bohême et de ses sept châteaux*, publié en 1830 chez Delangle frères (Paris) et illustré par Tony Johannot.

⁷¹Charles Nodier (1781-1844) poète, romancier membre de l'Académie française.

⁷²Tony Johannot (1803-1852) dessinateur romantique comme son frère Alfred Johannot (1800-1837). Leur père, François Johannot, fut un pionnier de la lithographie.

⁷³Procédé mis au point par l'éditeur Godefroy Engelmann en 1837. Le dessin est tracé avec un crayon ou une encre grasse sur une pierre, puis l'imprimeur passe un rouleau d'encre grasse qui se dépose sur les parties non grasses. Pour ajouter une autre couleur il suffit de recommencer la même opération avec une encre de couleur différente.

⁷⁴Jules Chéret (1836-1933) considéré comme le père de l'affiche moderne. Il étudia à Paris, à l'École des Beaux-Arts et en Angleterre (chromolithographie). C'est lui qui, en quelque sorte, posa les bases des règles de la création d'affiche.

leurs dessins contenaient plusieurs couleurs. Ce procédé apporte beaucoup à l’affiche et crée un nouveau langage qui lui est propre : aplats de couleurs contrastées et formes simples, voire épurées.

Ces changements vont de pair avec les nouveaux modes de vie et de consommation. Des critiques comme Roger Marx⁷⁵ qualifieront l’affiche et sa présence dans les rues comme importante dans « l’éducation inconsciente du goût public » et de « musée en plein vent »⁷⁶.

Il y a donc plusieurs mutations : d’abord d’un point de vue technique avec les progrès technologiques et l’invention des nouveaux modes d’impression, puis d’un point de vue social avec la division du travail, mais aussi la transmission des informations ainsi que la rencontre entre art et design graphique. Le développement mécanique voit aussi un changement dans la façon d’aborder l’esthétique, notamment la typographie et ses supports. Il faut joindre l’utile et le beau, mais le tout doit être fonctionnel. Alors les formes doivent être simples et efficaces. Cette volonté de synthèse se trouve contrebalancée par des courants artistiques comme l’ à la fin du XIX^e siècle qui se diffuse à travers tous les domaines artistiques appliqués en art ou non. La surcharge ornementale se retrouve dans les affiches, bien qu’elle ne soit pas au goût de tous. Ce style finira en désuétude après avoir été vivement critiqué à la fin du XIX^e siècle. Néanmoins, il restera quelque part un symbole de la modernité en marche.

Si les machines à impression évoluent, la composition typographique reste néanmoins quelque peu en retrait. En effet, malgré une évolution qui améliore la rapidité d’exécution et de production menant à de plus grandes libertés surtout graphiques, composer un texte demande toujours de manœuvrer plusieurs caractères. Au XIX^e commencent à apparaître des composeuses mécaniques dont les mécanismes restent complexes malgré une volonté de simplification. Il y eut en France celle présentée en 1855 à l’Exposition universelle de Paris⁷⁷ par Adrien Delcambre,⁷⁸ dite « pianotype compositeur », abandonnée car trop coûteuse et peu maniable, puis la « stéréographe »⁷⁹ de Gérard de Nerval⁸⁰ en 1845 qui n’en resta qu’au stade de projet.

⁷⁵ Roger Marx (1859-1913) critique d’art et inspecteur des musées départementaux.

⁷⁶ Ernest Maindron, « Les affiches illustrées », *Gazette des Beaux-Arts*, novembre 1884, p. 426.

⁷⁷ La machine y reçut d’ailleurs un prix ainsi qu’un autre en 1844 à l’exposition industrielle. Cependant, avant d’être présentée en France, elle fut pensée, développée et brevetée en Angleterre avant de l’être à Paris en 1840.

⁷⁸ Adrien Delcambre industriel Lillois. Il s’associa avec James Hadden Young, directeur d’une filature de coton, et le mécanicien Henry Bessemer pour la fabrication de cette composeuse.

⁷⁹ La machine n’en est restée qu’au stade de projet, bien que Gérard de Nerval ait déposé un brevet à l’Institut national de la propriété industrielle le 9 octobre 1844.

⁸⁰ Gérard Labrunie dit Gérard de Nerval (1808-1855) écrivain et poète romantique français.

Après plusieurs années d'essais et d'échecs de ces divers systèmes servant à composer, 1884 voit l'apparition de la Linotype⁸¹, une composeuse fondeuse⁸², créée par Ottmar Mergenthaler⁸³. Elle permet une avancée majeure dans l'univers de la typographie ainsi que dans celui de la presse. Grâce à la Linotype, il est désormais plus simple de composer du texte qui peut apparaître parfaitement justifié. Toutefois, comme elle ne fonctionne que par lignes et non par caractères, il faut recommencer l'intégralité de la ligne si une faute de frappe s'y glisse. Par conséquent, toute erreur a un coût. De plus, de nouvelles erreurs peuvent être commises en réitérant la ligne. À la même époque d'autres machines sont présentées sur le même concept comme la Typograph de John Rogers⁸⁴ en 1889 et plus tard l'Intertype de Scudder et Ridder⁸⁵ en 1913.

En parallèle se développe également la Monotype⁸⁶ de Tolbert Lanston⁸⁷ imaginée en 1887. Cette dernière se présente de manière quelque peu différente de la Linotype, considérée comme sa concurrente directe, car elle utilise des bandes perforées et nécessite deux appareils : un clavier et une fondeuse⁸⁸. La Monotype ne fonctionnant pas par ligne mais par caractère, il est possible de corriger les éventuelles erreurs sans avoir à refaire l'intégralité de la ligne de texte. De plus, elle autorise une plus grande diversité dans les caractères employés et règle les problèmes de blancs et de justification⁸⁹.

D'autres changements s'opèrent avec le développement croissant de la photographie que l'on tente d'adapter à la composition mécanique. L'idée est de photographier les lettres afin de constituer des lignes et des pages et ainsi remplacer les procédés mécaniques du plomb fondu. Ainsi, les sociétés Intertype et Monotype tentent chacune de développer des machines utilisant ce système : Fotosetter pour la première et Monophoto pour la seconde, sans succès. Il faut attendre la fin de la Seconde Guerre mondiale pour voir apparaître la Lumitype-Photon de Moyroud et Higonnet⁹⁰. La photocomposition⁹¹ dominera le marché de

⁸¹La Linotype (Lynotype en anglais) est une machine munie d'un clavier dont chaque frappe active une matrice qui correspond à un caractère. Une fois la ligne de matrice ou ligne bloc formée, du plomb est ensuite fondu pour servir de moule afin de créer une seule ligne de caractères. L'avantage de la linotype est la justification des lignes-blocs, ainsi que le fait de pouvoir écrire du texte plus rapidement.

⁸²C'est à dire qu'elle permet de fondre les caractères au fur et à mesure. Après leur utilisation, les lignes blocs étaient refondues pour être ensuite réutilisées.

⁸³Ottmar Mergenthaler (1854-1899) inventeur américain d'origine allemande, créateur de la linotype.

⁸⁴John Raphael Rogers (1856- 1934) enseignant américain reconverti dans la création de machine à composer.

⁸⁵Herman Ridder (1851-1915) entrepreneur américain d'origine allemande.

⁸⁶À ne pas confondre avec le procédé d'impression.

⁸⁷Tolbert Lanston (1844-1913) inventeur américain.

⁸⁸Le clavier de la Monotype sert à perforer les bandes de papier en fonction des lettres demandées. La fondeuse aidée de la bande perforée fait fondre les caractères choisis.

⁸⁹En effet, la justification est calculée en avance et permet de combler les blancs au besoin.

⁹⁰Louis Moyroud (1914-2010) et René Higonnet (1902-1983) inventeurs français de la Lumitype. Ils firent don en 1993 de leurs archives au musée de l'imprimerie de Lyon.

⁹¹La photocomposition fonctionne comme suit : le texte est frappé sur un clavier qui permet de définir les polices

l'imprimerie et sera le standard de l'agencement des caractères jusque dans les années 1970 où elle sera progressivement remplacée par les systèmes informatiques. Il s'agit là d'une invention remarquable dont s'emparent rapidement les professionnels qui en profitent pour y inclure un grand choix de caractères courants et d'autres beaucoup moins. Pourtant, certains, comme Adrian Frutiger, s'inquiètent de cette effervescence. Celui-ci est préoccupé par cette course à l'innovation qui semble ouvrir la voie à des caractères mal faits au détriment de la fonctionnalité et de la lisibilité. Les designers semblent plus soucieux de l'esthétique et de la nouveauté à tout prix afin de se démarquer. Les caractères sont déformés artificiellement ce qui détruit l'harmonie visuelle. L'inquiétude semble être justifiée avec l'arrivée de l'impression offset qui autorise l'emploi de la typographie ailleurs que dans un cadre restreint et sous contrôle de professionnels.

1.1.2.3. Vers le numérique et la dématérialisation

En effet, les années 1970 voient l'arrivée de nouvelles technologies qui tendent peu à peu vers la dématérialisation. Nous passons des écrans cathodiques aux lasers. C'est ainsi qu'apparaît la photocomposition numérique. Le procédé de photocomposition fut important dans le développement typographique, notamment en France où des typographes en ont tiré partie, tels François Boltana ou . Ce dernier, est d'ailleurs l'initiateur de l'arrivée de la photocomposition qu'il achète et promeut en Europe. C'est d'ailleurs grâce et à cause de cette nouveauté qu'il crée l'ATypI⁹² en 1957 afin d'éviter les éventuels abus et dérives liés aux facilités apportées par cette nouvelle technologie. L'ATypI cherche également à protéger les créations typographiques en plus de les soutenir. En facilitant l'accès à la typographie, la photocomposition a permis de créer une communauté qui fédère et œuvre à la reconnaissance d'un domaine ainsi qu'aux corps de métiers qui lui sont liés.

La photocomposition est également importante dans la création de caractères. François Boltana⁹³ écrit d'ailleurs de cet outil qu'il est : « fait pour servir une nouvelle liberté en typographie. »⁹⁴. En effet, la typographie s'incorpore désormais à l'image, elle devient elle-

ainsi que leurs tailles (corps), leurs styles et la justification. L'espace entre les mots est ensuite calculé puis transmis à un disque de métal contenant les matrices des caractères. Chaque caractère est ensuite photographié sur une surface sensible d'où sont tirées des plaques offset.

⁹²ATypI : Alliance Typographique Internationale. Il s'agit d'une communauté de professionnels qui oeuvre à la préservation et la promotion de la culture et de l'histoire de la typographie. Charles Peignot en fut le président de 1957 à 1973 avant de laisser sa place à John Dreyfus. L'ATypI créa en 1982 le prix Charles Peignot qui récompense tous les 4 ou 5 ans, un designer de moins de 35 ans pour sa contribution au design de caractères.

⁹³François Boltana (1950-1999) graphiste et typographe français, créateur entre autre des caractères Stilla, Capitole, Aurore et Champion. En 1968 il intègre le Scriptorium de Toulouse dirigé par André Vernet pour qui l'enseignement de la typographie passe par le geste avec notamment la calligraphie.

⁹⁴Frank Adebaye et Suzanne Cardinal, François Boltana & la naissance de la typographie numérique. Atelier

même image. De plus, elle permet l'introduction de l'*Helvetica* sur l'hexagone. C'est en ce sens qu'est créée en 1970 ITC (International Typeface Corporation) par Herb Lubalin⁹⁵, Aaron Burns et Ed Rondthaler⁹⁶. ITC surfe sur la vague de la photocomposition et s'adapte aux nouveaux besoins des fabricants et graphistes. Elle commercialise ainsi plusieurs polices dessinées comme *ITC Avant Garde Gothic*, *ITC Franklin Gothic*, *ITC Bauhaus* et dont certaines sont tracées par Herb Lubalin. De plus, la société permet à des designers graphiques et dessinateurs de caractères (Ed Benguiat⁹⁷ avec *ITC Avant Garde Gothic*, *ITC Tiffany*) de vendre leurs propres travaux et propose également de nouvelles polices et d'autres plus anciennes mais redessinées. Elle aide à endiguer la contrefaçon de caractères très en vogue à l'époque et à s'assurer des droits d'auteur.

La photographie a constitué le salut technologique de la composition, mais lorsqu'elle est employée de façon contraire à l'éthique, elle peut priver le dessinateur de caractères de son gagne-pain. Elle peut même faire pire. Elle menace actuellement de précipiter dans le chaos le secteur créatif de notre métier.⁹⁸

ITC devient le nouveau modèle économique de fonderies de l'ère numérique et de nouvelles fonderies voient le jour en s'inspirant d'elle. Cependant, le monopole d'ITC sur le marché n'est pas forcément bien vu car leur style s'impose comme unique modèle.

La photocomposition a ensuite laissé sa place à la PAO⁹⁹ (Publication Assistée par Ordinateur). La technique a vite été accessible au plus grand nombre grâce au développement et à la démocratisation des ordinateurs, ou encore aux logiciels de composition et de mise en pages. Le principe de la PAO est de pouvoir créer et mettre en pages des documents pour l'impression (journaux, magazines, livres, affiches, etc.) à l'aide d'un ordinateur et de logiciels adaptés (traitement de texte, retouche d'images, mise en pages) pour ensuite les imprimer. En simplifiant la composition typographique, puisque les caractères sont dématérialisés, et en généralisant l'accès aux ordinateurs et aux logiciels de mise en pages, l'informatique fait peu à peu émerger de nouveaux rapports avec la typographie. Notamment, le dessin, la gestuelle qui servent à la conception, disparaissent.

Perrousseaux Éditeur, 2011

⁹⁵ Herb Lubalin (1918-1981) designer graphique et typographique américain, ancien élève de la Cooper Union School of Art. Dessinateur de la *ITC Avant Garde*, a travaillé notamment sur les magazines *Eros*, *Fact* et *Avant Garde*.

⁹⁶ Ed Rondthaler (1905-2009) typographe américain, co-fondateur de ITC.

⁹⁷ Ed Benguiat (1927-) designer graphique et dessinateur de caractères américain.

⁹⁸ Ed Rondthaler cité dans Lewis Blackwell, *Typo du 20^e siècle*, Flammarion, Paris, 2004, p.128.

⁹⁹ L'acronyme aurait été utilisé pour la première fois par Maurice Girod en 1975 en analogie avec le terme CAO (Conception Assistée par Ordinateur).

Les processus de création sont moins contraignants quant au temps passé et permettent un résultat immédiat avec l'apparition du principe de WYSIWYG¹⁰⁰ (acronyme de : *what you see is what you get*). Ce principe induit que ce nous voyons sur notre écran sera ce qui sera imprimé. Il est donc plus simple de visualiser le résultat final et de repérer les éventuelles erreurs. Les interfaces et logiciels de type WYSIWYG (style traitement de texte) commencent à se développer et se généraliser.

À la fin des années 1970, Donald E. Knuth¹⁰¹ crée Metafont, un langage informatique de création de fontes pour pouvoir être utilisé par TeX, un logiciel de composition élaboré la même année, puis LaTeX par la suite. Le dernier est un logiciel de mise en pages de documents avec son propre langage datant de 1983 et créé par Leslie Lamport¹⁰². Metafont proposait par son approche du dessin de caractères que « tous les éléments d'une même famille pouvaient dériver du dessin d'une seule lettre »¹⁰³. Il avait cependant suscité le débat, étant donné que son concepteur était mathématicien, informaticien et non du milieu typographique donc dépourvu de sensibilité esthétique de la lettre. Cependant, Metafont est libre de droit car son créateur l'envisage comme un projet non commercial accessible à tous et ouvert au dialogue. Peter Karow¹⁰⁴ met au point Ikarus qui convertit numériquement des dessins de caractères existants afin de les travailler sur écran. En 1984, le premier MacIntosh est mis sur le marché, plusieurs polices y sont incluses comme *Courier*, *Helvetica* ou *Times*. L'année suivante les logiciels de PAO Aldus PageMaker et Quark Xpress en 1987 aident les professionnels à réaliser eux-mêmes leurs objets de communication visuelle. Ainsi, avec la PAO dans les années 1980, la mise en pages traditionnelle franchit une nouvelle étape. Certains professionnels sont d'abord réticents alors que d'autres embrassent pleinement ces nouveaux outils, comme April Greiman, qui y voit un potentiel expressif. Notamment parce que les interfaces développées, d'abord chez Macintosh puis chez Windows, facilitent une prise en main plus simple et agréable et offrent de nouvelles méthodes de travail pour les utilisateurs (graphistes, maquettistes). Les procédés de création typographique évoluent, de ce fait la typographie aussi, ainsi que la manière de la penser.

L'ère du numérique entraîne aussi un renouveau typographique dans son langage avec le développement de nouveaux formats pour le web comme Postscript¹⁰⁵ dans les

¹⁰⁰Traduit en français par : ce que vous voyez est ce que vous obtenez.

¹⁰¹Donald Ervin Knuth (1938-) informaticien et mathématicien américain. Professeur émérite en Art of Computer Programming à l'université de Stanford.

¹⁰²Leslie Lamport (1941-) chercheur en informatique américain. Le prix Turing lui a été décerné en 2013.

¹⁰³Robin Kinross, *La typographie moderne un essai d'histoire critique*, Editions B42, Paris, 2012, p.164.

¹⁰⁴Peter Karow (1940-) informaticien allemand.

¹⁰⁵Créé par Adobe.

années 1980, suivi de TrueType¹⁰⁶ (TTF) et d'OpenType¹⁰⁷(OTF) dans les années 1990. Ils permettent aux polices de caractères de pouvoir être lues par n'importe quels types de machines en incluant des métadonnées. Le dernier format en date est le plus flexible car il est compatible sur Mac et PC. Il possède aussi une meilleure gestion des polices (en incluant plus de glyphes et de polices non standard).

Adobe est particulièrement fier de sa technique qui permet de créer des caractères bitmap de grande qualité en basse résolution « instantanément » sans recourir à la conception bit par bit. Ce langage permet de donner une licence à la production artistique de sociétés telles que ITC et de numériser directement les fontes.¹⁰⁸

Qu'impliquent ces nouveautés ? La certitude que nous sommes passés à l'ère de la diffusion d'informations puisqu'il est possible de procéder très facilement à des échanges ou des transferts de machine à machine. Les polices ne sont désormais plus réservées à un nombre restreint d'individus évoluant dans un milieu particulier. Les étapes qui consistaient, pour un dessinateur de caractères, à faire adapter son travail papier pour qu'il soit ensuite photographié et arrangé pour la composeuse, n'est plus. Les différents stades de la confection d'une police se réduisent et un créateur peut directement avoir accès au résultat final. C'est un gain de temps. De plus, le monopole des sociétés détentrices de photocomposeuses s'en retrouve ébranlé. Postscript marque le début de l'ère de la PAO ainsi que celle de la « guerre de fontes ».

L'arrivée de l'ordinateur personnel, beaucoup plus abordable financièrement et simple d'utilisation, donne la possibilité à de simples utilisateurs, pas forcément issus ou éduqués à la typographie, d'utiliser les logiciels. Puisque tout le monde peut avoir accès à un ordinateur et la PAO se développant, la mise en pages n'est plus l'affaire de professionnels. De plus, cette ouverture vers un public plus large laisse aussi apparaître de nouvelles formes de métiers comme celui d'infographiste. Si le graphisme a émergé au XIX^e siècle comme discipline, c'est bien la profession de graphiste ou designer graphique qui se développe dans les années 1970. La commercialisation des ordinateurs personnels favorise la mise en lumière de la typographie, puisqu'il n'est plus nécessaire d'être spécialiste en informatique pour utiliser des logiciels. Il n'est plus besoin de beaucoup de matériel et encore moins de machines lourdes.

¹⁰⁶Créé par Apple et Microsoft.

¹⁰⁷Créé par Microsoft, il mélange les caractéristiques du TrueType et du PostScript.

¹⁰⁸*Seybold Report*, volume 13, n°6, 28 novembre 1983, p.22. Cité dans Robin Kinross, *La typographie moderne un essai d'histoire critique*, Editions B42, Paris, 2012, p.166.

Les logiciels pour pouvoir créer ses propres polices ou modifier celles existantes, comme *FontCreator*, *FontForge*, *BirdFont*, *FontLab Studio*, *Glyph*, etc. dont certains sont opensource, se multiplient. Dernièrement, *Fontself*, un plug-in pour Illustrator conçu par Adobe qui se veut à la portée de tous, permet de modifier et de personnaliser les fontes OpenType. La typographie est ainsi passée de la 2D à une version complètement dématérialisée. De plus, la démocratisation informatique qui passe par des logiciels, parfois disponibles gratuitement sur internet ou aisément téléchargeables, permet à de nouvelles personnes de se lancer dans l'aventure typographique. Cependant, bien que les technologies soient plus facilement à la portée de tous, certains critiques du milieu restent sceptiques face à cette nouvelle génération qui s'autoproclame designer graphique et typographe.

L'évolution de procédés de composition, création et impression typographiques a amené son lot d'innovations pour une plus grande liberté de création. En parallèle, cette modification conduit à repenser le domaine typographique, sa culture et les formes de pensées qui lui sont liées. La typographie n'est plus cantonnée à l'artisanat. Si désormais nous pouvons dissocier les techniques d'impression de la création typographique pure, elles restent néanmoins intimement liées et témoignent de plusieurs siècles d'évolution autant sur le plan historique, économique que culturel. Peu à peu la typographie s'est éloignée de l'imprimerie qui l'a vue naître pour devenir une discipline autonome avec ses règles, ses mouvements stylistiques et ses artistes. La vitesse à laquelle les technologies évoluent accélère le rythme de parution de nouvelles polices. Après la révolution typographique, la révolution informatique propulse la typographie dans une nouvelle ère.

I.1.3. Caractéristiques des pensées de la lettre

I.1.3.1. Transmission des savoirs

Si, comme nous l'avons vu, l'imprimerie et la typographie sont au départ liées par leur histoire commune, elles prennent cependant des chemins différents. La première s'intéresse plus au côté mécanique, alors que pour l'autre : « L'histoire de la typographie s'est concentrée sur les produits imprimés et leur conception »¹⁰⁹. Depuis sa création, la typographie n'a cessé d'évoluer. En même temps que son dessin, c'est également la manière

¹⁰⁹Rick Poynor, *La typographie moderne un essai d'histoire critique*, Editions B42, Paris, 2012, p.13.

de la penser qui s'est modifiée en parallèle. La typographie s'adapte à son époque et à la société.

La transmission des savoirs est essentielle, en particulier à l'époque médiévale. Jusqu'à la mise en place de l'imprimerie, les ouvrages se diffusaient par les copies manuscrites réalisées dans les monastères. Cependant, la demande en textes augmente, la cause en est l'accroissement des universités et du nombre de personnes cultivées et lettrées, même si proportionnellement cet effectif reste minoritaire. Malgré une répartition des tâches, les ateliers de copistes ne pouvaient subvenir à l'ensemble des requêtes toujours plus nombreuses.

Le développement de l'imprimerie dans ce contexte est dû à plusieurs facteurs. Outre celui évoqué plus haut qui démontre un besoin croissant de diffuser les textes, l'arrivée du papier, moins cher que le parchemin, une encre adaptée à ce nouveau support ainsi que des caractères en métal nouvellement créés, sans oublier la presse, y jouent un grand rôle. Lorsque Johannes Gutenberg mit en place son système d'impression, il restait beaucoup à faire pour la typographie, notamment lui donner une forme véritablement indépendante. Comme évoqué précédemment, les premiers pas de la typographie ne font que suivre l'écrit et le style manuscrit. Cependant la Bible en 42 lignes de Johannes Gutenberg apparaît comme un premier changement notable en donnant des caractères (plus de 300) plus maîtrisés et reproductibles. Un des premiers livres à être imprimé par Johann Fust et Peter Schöffer, anciens collaborateurs de Johannes Gutenberg est le *Psautier de Mayence* le 14 août 1457. L'UNESCO le cite comme étant : « [...] le premier texte imprimé comportant des motifs décoratifs polychromes imprimés, et le premier exemple de livre entièrement fabriqué par des procédés mécaniques. »¹¹⁰. L'ouvrage est même considéré comme le premier modèle de la future typographie polychrome car, contrairement à la Bible de Gutenberg, les décorations et lettrines n'ont pas été ajoutées après coup manuellement. Les quelques exemplaires restants du *Psautier de Mayence*¹¹¹ attestent de son importance historique mais aussi technique, esthétique et témoignent des progrès de la typographie.

L'imprimerie s'étend dans la seconde moitié du XV^e siècle à travers le Saint-Empire romain germanique puis en Italie et en France. Cette technique se diffuse aussi dans les lieux de culture. Le collège de la Sorbonne accueille ainsi un atelier d'imprimerie en 1469 à

¹¹⁰« Registre de la mémoire du monde, Le Psautier de Mayence de la Bibliothèque nationale d'Autriche », site de l'UNESCO [En ligne], consulté le 1^{er} juin 2017.

URL: www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/mow/nomination_forms/autriche%20psautier.pdf

¹¹¹Il y en a dix exemplaires dans le monde. La seule édition complète se trouve à la bibliothèque nationale d'Autriche au département des manuscrits et livres anciens.

l'initiative de Guillaume Guichet¹¹² et Jean Heylin¹¹³, pour pourvoir les étudiants en publications érudites. Ainsi l'université de Paris devient le lieu de naissance du «second humanisme français»¹¹⁴ ainsi que le centre de la science et de la culture en Europe, notamment grâce à l'abondance de ses bibliothèques.

L'imprimerie contribue donc à la diffusion des savoirs humanistes à travers l'Europe qui eux-mêmes la dynamisent. Les deux deviennent interdépendants. Tout ceci stimule l'activité intellectuelle, technique et économique. La typographie n'est pas en reste car elle est une part importante dans le développement humaniste. Les imprimeurs typographes cherchent des procédés de mise en pages plus efficaces, apportant plus de lisibilité et de clarté aux textes. Chaque édition améliore la précédente par la correction d'erreurs et d'approximations allant vers des ouvrages laïcs dépourvus de commentaires (gloses¹¹⁵).

Comme nous l'avons mentionné plus haut, les incunables¹¹⁶ reproduisent dans un premier temps les manuscrits : mise en pages, style typographique manuel, organisation. Si la technique s'améliore du point de vue de l'imprimerie, ce n'est pas le cas de l'imprimé avant la première moitié du XVI^e siècle. Les livres finissent par s'éloigner peu à peu des manuscrits qu'ils cessent d'imiter fidèlement et des changements s'opèrent dans la page grâce aux améliorations techniques. Les imprimeurs commencent même à prendre part à l'élaboration des textes et ne se contentent plus de mettre seulement en pages. Ainsi des personnalités comme Alde Manuce ou Robert Estienne deviennent des modèles d'imprimeurs érudits, quelque part auteurs par leurs choix éditoriaux. Cette position leur vaudra, pour la plupart, les foudres de l'Eglise qui les suspecta de diffuser des textes hérétiques. Néanmoins, une pensée laïque se propage. Afin de mieux faire passer le message des textes, les imprimeurs et typographes cherchent à élaborer des alphabets qui soient clairs et lisibles. Nous pouvons y voir les prémices à la construction de la longue recherche autour de la fonctionnalité typographique, de ses règles et usages. Les mises en pages sont plus aérées et des notes sont mises en bas de page ou fin d'ouvrage. Une grande partie de la diffusion des savoirs se fait à travers le livre qui est le support de communication privilégié de la typographie mais non le seul. Ces documents répandent des savoirs dont les caractères se font messagers, justement par la clarté et la lisibilité du dessin des lettres. Cependant, au-delà du culte des beaux ouvrages, tous les tracts, affiches, revues qui existent en parallèle servent également à faire

¹¹² Guillaume Fichet (1433-1480) bibliothécaire du roi Louis XI et docteur en théologie.

¹¹³ Rhéan Jean Heynlin, prieur du collège de la Sorbonne, docteur en théologie.

¹¹⁴ « La fondation de la Sorbonne au Moyen Âge par le théologien Robert de Sorbon », site de la Sorbonne [En ligne], consulté le 1^{er} juin 2017. URL: www.sorbonne.fr/la-sorbonne/histoire-de-la-sorbonne/la-fondation-de-la-sorbonne-au-moyen-age-par-le-theologien-robert-de-sorbon/

¹¹⁵ Il s'agit de commentaires disposés autour du texte dans les marges pour expliquer certains termes.

¹¹⁶ Le terme incunable fait référence aux ouvrages publiés en Europe avant le 1^{er} janvier 1501.

passer un message. Ce dernier peut se faire au travers de la typographie ou venir d'elle-même. Au fil des siècles, livres et revues ont aidé à la diffusion du savoir typographique, que cela soit par des ouvrages qui lui sont entièrement consacrés (méthodes) : *First principles of typography* (Stanley Morison), *La nouvelle typographie* (Jan Tschichold), *Typographie: A Manual of Design* (Emil Ruder¹¹⁷), *Un essai sur la typographie* (Eric Gill¹¹⁸), etc. ou par des revues comme *Weingart*, *Merz*, *Mecano*, *Der Dada*, ou plus récemment *The Face*, *Emigre*, *Fuse*, *Octavo*.

I.1.3.2. Recherche du caractère idéal

Ce que nous pouvons constater avec le recul et plus de 500 ans d'histoire, c'est que l'histoire de la typographie s'est formée peu à peu à travers différentes recherches, notamment celle du caractère idéal. Le développement des techniques d'impressions dans toute l'Europe permet de réfléchir autrement la typographie. Elle explore de nouveaux supports (papier et non plus parchemin) qui font aussi grandement avancer son développement et sa diffusion en Europe. Comme l'explique Robin Kinross, il n'existait pas au début de l'imprimerie de nomenclature standardisée dans le dessin de caractères, ce qui laissait place à l'aléatoire. Les imprimeurs étaient donc libres de faire selon leur bon vouloir¹¹⁹.

Depuis la création de la typographie, ses concepteurs ont toujours cherché le dessin de caractère idéal. C'est dans le cadre de ces recherches humanistes autour de la lettre que paraît en 1509 le livre *La Divine Proportion* de Luca Pacioli¹²⁰. Il s'agit du premier livre traitant de la construction des majuscules romaines en reprenant les principes de la géométrie divine qui régit toutes choses. Les textes de Luca Pacioli font référence à ceux de Piero Della Francesca et de Léonard de Vinci. En se fondant sur l'architecture et la géométrie, Luca Pacioli crée une sorte de guide pratique dans lequel les lettres romaines majuscules se retrouvent dans une grille géométrique. Plus tard en 1525, Albrecht Dürer continue sur cette voie avec *Underweysung der Messung*, qui est un ouvrage traitant de la géométrie plane et spatiale qui contribua à la diffusion des savoirs de la Renaissance. Ce livre ne fait pas uniquement référence au dessin de lettre, néanmoins le modèle de grille de Luca Pacioli est présent ainsi que des schémas explicatifs. Les majuscules romaines sont représentées dans un carré et le dessin de leurs empattements formé à partir de cercles. Quatre ans plus tard est publié *Champ*

¹¹⁷Emil Ruder (1914-1942) typographe et graphiste suisse. Il a enseigné à l'école d'art de Bâle et fait partie de ceux qui ont développé le style suisse.

¹¹⁸Eric Gill (1882-1940) sculpteur et dessinateur de caractères anglais, associé au mouvement *Arts and Crafts*.

¹¹⁹Robin Kinross, *La typographie moderne un essai d'histoire critique*, op.cit., p.20.

¹²⁰Luca Pacioli (1445-1514) mathématicien italien.

fleury de Geoffroy Tory¹²¹ qui traite également des proportions des capitales romaines. A la différence des autres, l'imprimeur met en relation la construction des lettres avec les proportions anatomiques, ce qui n'est pas sans rappeler le *Modulor* de Le Corbusier presque 400 ans plus tard. Les lettres majuscules sont associées au corps humain à l'intérieur d'une grille. *Champ fleury* se veut un ouvrage de vulgarisation pour les peintres et sculpteurs plus que pour les typographes. Bien que Geoffroy Tory reprenne, comme Luca Pacioli, l'idée de géométrie comme fondatrice de toutes choses, les propos relatifs à la création et l'étude de la lettre ne se limitent pas à elle seule et mélangent pêle-mêle mythologies, allégories et idées issues de l'antiquité. Au XVII^e, Joseph Moxon¹²² commencera à proposer une méthode de dessin de lettre fondée sur les mathématiques afin d'arriver à des proportions harmonieuses et régulières. Derrière ces instructions, il y a une volonté de rationalisation et de standardisation. L'ouvrage de Martin-Dominique Fertel¹²³, qui suit, est l'un des premiers, explique Robin Kinross¹²⁴, dans lequel apparaît le dessein de structurer les informations par la mise en pages des éléments typographiques.

C'est avec Firmin Didot, au tout début du XIX^e siècle, que se poursuit ce travail de rationalisation. Construit plutôt que dessiné, le caractère *Didot* condense toutes les propriétés constitutives de l'architecture néoclassique. Rigueur, linéarité, l'axe de la lettre est droit et les tracés de construction orthogonaux. Les congés, éléments courbes de liaison entre les verticales et les horizontales, sont supprimés pour laisser la place à des angles droits. Ces derniers attributs disparaissent finalement avec les premiers caractères sans empattements du XIX^e siècle, au moment où le développement de la publicité lié à l'essor économique européen consécutif de la révolution industrielle, favorise la création de caractères radicalement différents, destinés à être vus plus qu'à être lus. Enfin, cette distinction capitale entre le voir et le lire trouve, un siècle plus tard, son prolongement direct dans les productions des avant-gardes, qui n'auront plus aucun complexe à s'affranchir de la tradition typographique dont elles vont tout faire pour s'en extraire.

Ces ouvrages permettent un éclairage sur les règles de construction de la lettre, toutefois ces études se concentrent uniquement sur la capitale romaine au détriment de la minuscule. Néanmoins, ils ont le mérite de montrer l'évolution de la pensée de la lettre. Il ne s'agit pas d'avancées techniques mais bien d'une manière de percevoir et concevoir des alphabets en lien avec de nouvelles façons de penser l'homme et son environnement.

¹²¹ Geoffroy Tory (1480-1533) éditeur, imprimeur, traducteur et graphiste.

¹²² Joseph Moxon (1627-1691) imprimeur, graveur et fondeur de caractères anglais.

¹²³ Martin-Dominique Fertel (1684-1752) imprimeur français.

¹²⁴ Robin Kinross, *La typographie moderne un essai d'histoire critique*, Editions B42, Paris, p.23.

C'est une pratique similaire que nous retrouvons des siècles plus tard au travers du Modulor de Le Corbusier. En effet, en 1945 l'architecte met en place, dans sa quête d'harmonie des formes et des proportions, ce système conçu sur les bases du nombre d'or et des proportions humaines. Il l'utilisera par la suite dans ses constructions comme la Cité Radieuse. Le Corbusier met en relation l'art de bâtir et l'art de la mise en pages en concevant livres et articles. Ainsi architecture et typographie se croisent autant sur le plan de la pratique que sur la manière dont elles sont abordées. Cette porosité n'est pas nouvelle car pour Catherine de Smet : «Le livre est habité par l'image de l'architecture, et ce bien avant l'invention de l'imprimerie.»¹²⁵

L'arrivée du Modulor est tout à fait en adéquation avec l'ère de son temps. En effet, la recherche d'harmonie n'a pas attendu Le Corbusier et nous la trouvons déjà au sein du Bauhaus. Herbert Bayer¹²⁶ avait notamment créé le caractère *Universal* en 1925 influencé par Lazlo Moholy-Nagy et l'expérimentation de la mise en place de normes. Les lettres y arboraient des formes simples, rondes, géométriques car construites sur la base d'un cercle. Les capitales sont bannies, car, pour Herbert Bayer, il n'y a pas besoin d'un second alphabet, surtout quand celui-ci est considéré comme peu lisible. Si le premier est efficace dans son rôle, inutile d'en rajouter un autre. Le superflu et l'ornementation sont proscrits.

Nous pouvons voir que dans un premier temps, les recherches typographiques s'articulent autour d'un idéal du beau à la fois physique et moral qui se retrouverait dans l'art chrétien. Un idéal qui tire ses influences de la nature, elle-même création divine par excellence. D'où le débat entourant l'ornementation et le décoratif. Ces derniers trouvent souvent leurs inspirations dans les formes de la nature. Néanmoins, comme nous le verrons avec Adolf Loos (*Ornement et crime*) la notion d'immoralité de l'ornement et son utilité attisent les réflexions autour de la typographie, auxquelles se joignent celles autour de l'historicisme. Daniel Kantor avec son ouvrage *Graphic Design and Religion* ira même plus loin en posant la question : est-ce que le design graphique, voire la typographie, peut être considéré comme un art sacré ?¹²⁷

¹²⁵ Catherine de Smet, *Le Corbusier : un architecte et ses livres*, Lars Müller Publishers, Suisse, 2005, p.8.

¹²⁶ Herbert Bayer (1900-1985) typographe américain d'origine autrichienne. Étudiant, puis enseignant au Bauhaus.

¹²⁷ D'autant plus que le premier ouvrage imprimé est une bible et que par la suite la typographie servira à mettre en pages de nombreux documents sacrés.

Daniel Kantor, *Graphic Design and Religion : A Call for Renewal*, GIA publications, Chicago, 2007, p.141-166.

Après une fin de XIX^e et un début de XX^e siècle qui avaient vu émerger bon nombre de typographies différentes dans une effusion en lien avec le développement de la publicité, l'après-guerre prône un certain retour à la simplification.

La standardisation de l'imprimé tend vers l'uniformité. En témoigne les recherches de Jan Tschichold avec sa nouvelle typographie qui en théorise les bons usages.

Cette recherche de la typographie parfaite, du caractère idéal dans le sens où il est à la fois esthétique, plaisant à voir, mais aussi utile en répondant à nos besoins, nous est confirmée par Neville Brody et Jon Wozencroft. Ces deux derniers arguent néanmoins que le caractère parfait n'existe pas. Par extension, nous pourrions dire que la recherche de cette forme parfaite est donc vaine, pourtant elle a un sens, celui de toujours questionner.

I.1.3.3. Typographie comme art pluridisciplinaire

Un autre point qui se singularise, est celui de la recherche typographique comme art pluridisciplinaire. En effet, la typographie s'est souvent abreuvée d'autres domaines, parfois éloignés pour construire ses méthodes, ses règles, son esthétique.

À la fin du XIX^e siècle et au début du XX^e siècle en pleine mutation due aux révolutions industrielles et aux progrès scientifiques, les modes de production changent et cela touche également les domaines artistiques où les supports et les pratiques se diversifient. Ce sont les mouvements des avant-gardes qui donnent à la typographie un nouveau rôle en la mettant au premier plan. Nous entamons une époque où les artistes commencent à chercher plus en profondeur de nouvelles « forme alternative d'écriture »¹²⁸ mais aussi de langage. Le développement des nouveaux moyens de locomotion (trains, automobiles, avions...) provoque des changements dans les rapports entretenus entre l'homme et son habitat. De plus, l'urbanisation croissante fait émerger de nouveaux rythmes de vie vers lesquels tend l'homme moderne.

Le mouvement qui semble le plus enclin à représenter cette modernité foisonnante est le Futurisme. Fondé en 1909 et porté par leur chef de file F.T. Marinetti, les différents artistes qui composent le groupe touchent à tous les domaines : architecture, peinture, poésie, mobilier, mode... et en particulier la typographie qui cristallise toutes leurs recherches. F.T. Marinetti souhaite organiser une véritable révolution typographique qu'il annonce dans

¹²⁸María del Carmen Solanas Jiménez, « La typographie dans la prose en liberté futuriste », *Cahiers de Narratologie* [En ligne], 24 | 2013, mis en ligne le 23 septembre 2013, consulté le 12 mars 2018. URL : <http://journals.openedition.org/narratologie/6699>

L'imagination sans fils et les mots en liberté dans sa partie consacrée à la révolution typographique :

J'entreprends une révolution typographique dirigée surtout contre la conception idiote et nauséuse du livre de vers passéiste, avec son papier à la main genre seizième siècle orné de galères, de minerves, d'apollons, de grandes initiales et de paragraphes, de légumes mythologiques, de rubans de missel, d'épigraphes et de chiffres romains. Le livre doit être l'expression de notre pensée futuriste. Mieux encore : ma révolution est dirigée en outre contre ce qu'on appelle harmonie typographique de la page, qui est contraire au flux et reflux du style qui se déploie dans la page. Nous emploierons aussi, dans une même page 3 ou 4 encres de couleurs différentes et 20 caractères différents s'il le faut. Par exemple : *italiques* pour une série de sensations semblables et rapides, *gras* pour les onomatopées violentes, etc. Nouvelle conception de la page typographiquement picturale.¹²⁹

Le Futurisme est un mouvement qui se veut violent, non pas tant en actes mais dans la radicalisation de la pensée. Les règles typographiques et orthographiques éclatent pour laisser apparaître l'expérimentation censée représenter un monde en pleine transformation. Les lettres ne sont pas juste plates, elles vibrent, font du bruit, sont éclatantes de couleurs et sortent du cadre de la page. Elles ne doivent pas uniquement être lues mais entendues. F. T. Marinetti cherche à convoquer tous les sens en employant de nombreuses innovations : l'orthographe libre héritée de Stéphane Mallarmé, l'emploi de verbes à l'infinitif, l'utilisation de signes courts issus des mathématiques et de la musique, de l'analogie, le rejet de l'adjectif qualificatif et surtout une place prépondérante à l'onomatopée dont il décrit les différents types inspirés des travaux de Luigi Russolo¹³⁰. Ainsi, *Les mots en liberté* cherchent à se dégager des contraintes de la mise en pages. Le langage est réinventé, l'écriture linéaire détruite, la lecture devient un assemblage, la ponctuation est supprimée.

F. T. Marinetti fait paraître plusieurs manifestes pour étayer sa vision, tels *Supplément au manifeste technique de la littérature futuriste* en 1912 ou *L'Imagination sans fils et les mots en liberté* en 1913. Dans ce dernier ouvrage, il pousse encore plus loin sa conception théorique, afin que peintres et poètes puissent utiliser de façon illimitée la typographie libre et expressive qui s'offre à eux :

Les mots délivrés de la ponctuation rayonneront les uns sur les autres, entrecroiseront leurs magnétismes divers, suivant le dynamisme ininterrompu de la pensée. Un espace blanc, plus ou moins long, indiquera au lecteur les repos ou les sommeils plus ou moins longs de l'intuition.¹³¹

Les recherches autour de l'onomatopée font travailler les liens qui existent entre typographie et langage. Elles inspirent notamment Fortunato Depero qui propose même un

¹²⁹Giovanni Lista, *Futurisme manifestes documents - proclamations*, Éditions l'Age d'Homme, Lausanne, 1973, p.146.

¹³⁰Luigi Russolo (1885-1947) membre du mouvement futuriste italien.

¹³¹ Giovanni Lista, *Futurisme manifestes documents - proclamations*, op.cit., p.140.

système de verbalisation abstraite : l'onomalange. Ce dernier permet de se débarrasser de toute grammaire et de tout instrument de communication linguistique.

Selon Fortunato Depero, «Au moyen de l'onomalange on peut parler et communiquer efficacement avec les éléments de l'univers poétique de compréhension universelle pour lequel les traductions sont inutiles»¹³².

C'est ici une vision du langage et de la typographie qui se rapproche du zaoum des Futuristes russes, présenté comme une langue unique et universelle. Dans les deux cas, zaoum et onomalange, le langage reposant sur les sonorités, est censé pouvoir être utilisé par tous et contribuer ainsi à l'union de tous les poètes. La volonté d'établir ainsi une langue universelle fait partie des utopies révolutionnaires du Futurisme, comme celle de vouloir que chaque pays révolutionne son propre art en se libérant des carcans passéistes. L'onomalange constituerait un pas de plus vers l'effacement des barrières entre les arts et la communication, entre les artistes de tous pays.

La lettre s'infiltré partout et devient alors, un matériau, un signe qui doit traduire une idée, un concept dans la page, ou encore des poèmes qui deviennent des tableaux parlants. Le but de Marinetti est d'effacer les différences entre les arts, surtout entre peinture et poésie, c'est ce qu'il souligne en écrivant :

Les mots-libristes orchestrent ainsi les couleurs, les bruits, les sons, forment des combinaisons suggestives avec des matériaux de la langue et du patois, les formules arithmétiques et géométriques, les vieux mots, les mots déformés et les mots inventés, les cris des animaux et les bruits des mots, etc.¹³³

Les planches de mots-libristes sont issues d'éléments visuels modernes comme le train, l'automobile, les avions... Pour traduire cela, les œuvres se servent notamment des avancées techniques en matière d'impression. Cependant, si l'imprimerie y tient une place prépondérante, la lettre dessinée et peinte y joue un rôle grandissant. En effet, l'on retrouve beaucoup de jeux de calligraphie et de textes écrits à la main dans *Les mots en liberté*. Ainsi les planches libristes ont une base commune mais avec des finalités et des solutions plastiques différentes.

Durant cette période les artistes endossent plusieurs rôles : peintre, poète, architecte, écrivain sculpteur, etc. La typographie s'invente de nouvelles règles pour pouvoir exprimer

¹³²Fortunato Depero, « l'onomalange – verbalisation abstraite », In: Giovanni Lista, *Futurisme. Manifestes, Documents, Proclamations, op.cit.*, p.152.

¹³³ F.T. Marinetti, *Les mots en liberté futuristes*, Éditions l'Age d'Homme, Lausanne, 1987, p.12.

tout son potentiel. Elle s'accorde avec une certaine philosophie de la vie prônée par le mouvement futuriste : une révolution culturelle permanente associée à une légèreté de pensée et de vie, poussée par la notion d'éphémère. Pour les Futuristes, ce qui compte c'est la vie en train d'être vécue, car l'art est sans cesse en devenir. Cette vision de la recherche du constant renouvellement devient un style de vie, une quête d'éternité.

Un point de vue et des méthodes partagés et adoptés par le mouvement Dada dans un premier temps. Mais les membres qui composent ce groupe sont, contrairement aux Futuristes, profondément anti-militaristes, anti-bourgeois et refusent de voir l'avenir et la modernité comme seul moteur du changement artistique. Malgré l'animosité de Dada envers F.T. Marinetti, ce qui ne manque pas de creuser un fossé entre les deux mouvements, ses membres aiment reprendre à leur compte certaines méthodes du mouvement italien (provocation, tracts, mise en scène, jeux de sonorités) dans un esprit plus mordant.

L'antagonisme des deux mouvements par leur façon de percevoir l'art, la vie et la modernité, explique en grande partie les divergences de l'utilisation de la typographie. Celle-ci se retrouve donc à la fois libre, théorisée, déconstruite dans un souci de modernité plastique et en même temps support de messages humoristiques et satiriques. Chez Kurt Schwitters, pour qui il est possible de faire de l'art avec tout, la typographie peut être elle aussi également un art. Il entend art ici, non au sens technique mais dans le sens d'une conception pluridisciplinaire. Il démontre que celle-ci n'est pas juste un outil. Chose que nous pouvons voir notamment au travers des revues publiées dans toute l'Europe comme *Merz*, *Der Dada*, *75 HP*, *LEF*, *Futurismo*, *The next call*.

La volonté de réinsérer l'art dans la sphère du social et de la vie moderne est aussi un désir de régir le quotidien. C'est une intention d'intégrer le spectateur à l'œuvre et cela de manière permanente pour lui permettre de modifier son comportement et sa façon de vivre. C'est poussé par cet élan, initié par le Futurisme, dans lequel la typographie peut être source de transformation, de changement, que va se développer peu à peu le Fonctionnalisme. Ce dernier simplifie les expérimentations pour aller à l'essentiel.

La collaboration entre Vladimir Maïakovski et Alexandre Rodtchenko marque ce début d'épuration de la typographie, notamment dans le domaine publicitaire. D'autre comme Kurt Schwitters dans sa revue *Merz*, où la typographie est importante mais hiérarchise l'information et l'espace. Si les mises en pages sortent de l'ordinaire pour l'époque, elles recadrent néanmoins les effusions que nous pouvions retrouver auprès des Futuristes. La même année, cette « découverte » sera adoptée par Severini, bientôt suivi de Boccioni puis

Carrà et Balla, qui vont inclure dans leurs travaux des collages et des lettres imprimées extraites de journaux, chacun à sa manière. La proximité des deux mouvements aussi bien géographique (France - Italie) que plastique, fait qu'ils vont s'influencer mutuellement, mais finalement, les résultats obtenus seront bien différents.

En effet, si ces artistes partagent les mêmes notions qui font entrer l'objet dans une ère du changement, leurs visions et leurs finalités restent cependant bien distinctes. Picasso jouera beaucoup plus sur le double sens du langage en employant des collages ou la typographie, contrairement aux Futuristes qui cherchent un dynamisme, une simultanéité en jouant avec les différents sens (l'ouïe, la vue...).

De Stijl propose d'étudier la lettre au travers de l'abstraction géométrique, toujours en lien avec d'autres domaines telles la peinture, la poésie, l'architecture. Plus tard, le Bauhaus reprend également ce travail de la lettre toujours ordonnée mais structurée différemment. La typographie sert la communication visuelle, néanmoins, des artistes la travaillent en lien avec d'autres médiums comme la photographie (les Typofotos de Lazlo Maholi-Nagy¹³⁴).

Beaucoup de professionnels ayant manipulé la typographie au début du XX^e siècle dans un cadre de réflexion artistique, sont souvent eux-mêmes issus des Beaux-Arts. Ainsi, de nombreux « ismes » de l'art utilisent la typographie comme matériau artistique et matériau de réflexion pour incarner leur vision du monde. La typographie s'imprègne des autres arts, travaille avec eux, s'infiltré en eux.

De manière générale, le travail de recherche des avant-gardes autour de la typographie cristallise une réflexion autour de l'expérimentation. Une expérimentation alimentée par les autres arts, théories et critiques. Un point qui ne s'effacera jamais totalement de la production typographique et qui reviendra en force dans les années 1980. Pour Katherine McCoy la typographie expérimentale baignée dans les influences poststructuralistes s'en est allée à la fin des années 1990¹³⁵. Aujourd'hui, il ne reste plus que la forme au détriment du fond. Les designers semblent, d'après elle, préférer les effets vernaculaires et l'impression manuelle. Il semblerait que nous n'ayons plus besoin d'experts puisque la réflexion n'est plus nécessaire et que tout le monde peut être designer.

¹³⁴Olivier Lugon, « La photographie des typographes », *Études photographiques*, 20 | Juin 2007, [En ligne], mis en ligne le 17 septembre 2008, consulté le 22 septembre 2017. URL : <http://journals.openedition.org/etudesphotographiques/1182>.

¹³⁵Katherine McCoy, David Frej, « Typography as a discourse » Design Open Data [En ligne], 1998, consulté le 12 juin 2018. URL : designopendata.wordpress.com/portfolio/typography-as-discourse-1988-katherine-mccoy-david-frej/

En définitive, il y aurait peut-être un effet cyclique de la recherche en typographie qui passe de l'ordre au désordre. Elle cherche, elle tâtonne, tente de nouvelles choses, s'adapte en fonction des époques, du public. La typographie aurait une ligne, un axe de conduite qui permettrait de la reconnaître dans toutes les disciplines et qui servirait de base fixe.

La typographie a au cours des siècles oscillé entre les recherches de rationalité, d'harmonie et les expérimentations des limites de son propre domaine. Entre une quête d'universalité, de neutralité et d'un individualisme. À travers ces différentes périodes qui se succèdent, il y a régulièrement une recherche de la forme mais également des utopies typographiques. Chaque courant semble vouloir redéfinir la typographie ou du moins tenter de la définir en montrant qu'il existe un vaste champ exploratoire.

I.2. Postmoderne et typographie

I.2.1. Caractéristiques du postmodernisme typographique

I.2.1.1. Définitions autour de la notion de postmoderne

Définir le postmodernisme n'est pas chose aisée tant le terme divise et prête le flanc à controverse. Dick Hebdige¹³⁶ le qualifie même de « buzzword » (mot tendance) dans *Hiding in the Light : On Images and Things*¹³⁷. L'expression peut en effet paraître imprécise et passe-partout pour qualifier tout ce n'est pas moderne ou du moins tout ce qui est plus moderne que le moderne. Plusieurs définitions ont été avancées par le passé pour comprendre l'origine du mot et ce à quoi il correspond. Lorsque nous évoquons le postmodernisme, la première impression qui vient d'abord à l'esprit est : ce qui viendrait après le modernisme. À partir de là, nous nous heurtons à une première problématique tant le sens semble diffus et les interprétations multiples. Néanmoins, il semble tout à fait possible de dégager certaines idées-clés afin de mieux en saisir l'essence. De plus, le postmodernisme paraît devoir se définir en lien avec le modernisme dont il rejette les idéaux ou du moins les remet en question. Là où le modernisme tentait de trouver des solutions universellement applicables ou, pour citer Rick

¹³⁶Dick Hebdige (1951-) sociologue britannique, auteur notamment de *Sous-culture : le sens du style*.

¹³⁷Dick Hebdige, *Hiding in the light : On Images and Things*, Routledge, Londres et New York, 1988, p.182.

Poynor, « des systèmes “totalisants” des valeurs »¹³⁸, le postmodernisme rejette ces formes d'unicité qui couvriraient tous les champs possibles.

¹³⁸Rick Poynor, *Transgression : graphisme et postmodernisme*, Pyramyd, Paris, 2003, p.11.

En réalité, l'expression postmoderne est un mot qui englobe trois termes, comme nous l'avons abordé en introduction, qui permettent une certaine coercition sur les définitions générales entre ces mots qui se divisent entre le contexte et l'analyse.

Pour commencer, la naissance du terme même de postmoderne est sujette à débat. Le terme aurait été utilisé pour la première fois en 1870 par John Watkins Chapman¹³⁹ qui aurait qualifié de postmoderne la peinture post-impressionniste. Cependant, l'appellation n'avait pas encore le statut que nous lui connaissons aujourd'hui.

Si nous considérons le postmoderne en tant que période historique, là aussi, la date qui fixe son point de départ varie. Arnold Toynbee¹⁴⁰, par exemple, qualifie l'Histoire après 1875 de postmoderne.

Quant à la critique du terme et la mise en place d'une réflexion philosophique, il faut attendre les années 1960-1970 pour voir émerger des théories sur le phénomène. Citons par exemple Charles Jencks¹⁴¹ dans le cas de l'architecture.

Tout d'abord qu'entendons-nous par « post » ? Pour développer un peu plus ce que nous déjà introduit. Le préfixe « post » de postmoderne et postmodernisme signifie qu'il se situe après le moderne ou tout du moins que le terme « postmoderne » ne s'établit qu'en rapport avec celui de moderne. Il n'existerait pas sans lui et sa définition même dépendrait de ce dernier. Le terme irait donc rejoindre la famille des « post » : postcolonialisme, postindustrialisme, poststructuralisme.

Cependant, cette affirmation est sujette à caution, car certains comme Zygmunt Bauman ou Jürgen Habermas considèrent que le terme postmoderne ne vient pas après, mais qu'il est inclus dans la modernité comme une nouvelle étape de cette dernière ; la modernité reste centrale¹⁴². Il s'agirait donc d'une autre façon d'aborder cette dernière, telle une forme de prise de conscience de soi et d'autocritique quand d'autres ne considèrent pas ce préfixe comme un remplacement ou un rejet, mais un ajout, quelque chose qui vient compléter la modernité. Il ne serait donc plus question d'une attitude ou d'une forme d'expression, mais d'une différence fondée sur un ordre chronologique.

¹³⁹John Watkins Chapman (1853-1903) peintre anglais.

¹⁴⁰Arnold Joseph Toynbee (1889-1975) historien britannique.

¹⁴¹Charles Jencks, *The Language of Postmodern Architecture*, 1977

¹⁴²Tim Woods, *Beginning postmodernism*, Manchester University Press, Manchester, 1999, p.8.

Il faudrait donc d'abord définir la modernité ou du moins le modernisme avant de définir le postmodernisme qui est son corollaire. Ainsi, il s'agit d'établir une forme de typologie des caractéristiques derrière le terme. Plusieurs traits émergent dont :

- Une conception de la forme sur des bases géométriques (cubes, 0 cylindres), comme expression d'un esprit rationaliste et d'une société progressiste,
- Une séparation claire entre la culture populaire et élitiste.

Comment définir le postmoderne malgré les diverses voies prises par le terme dans des domaines aussi variés que la littérature, l'architecture ou le design. Cependant, certains traits restent constants :

- Un rejet du modernisme,
- Une opposition aux discours totalisant qui ont des visées globales et universelles,
- Une sous-estimation de la rationalité.

Le premier point de définition rejoint les propos de Hal Foster pour qui il existe deux postmodernes¹⁴³. Le premier est une réaction de rejet contre le modernisme et ses dogmes, tout en ayant une position traditionaliste (néoconservatrice). Ce mouvement de rejet réduit le modernisme à un ensemble de styles pillables. Le postmodernisme serait ainsi un refus de concevoir l'humanité d'un seul bloc, comme un sujet unique avec une pensée unique, qui tend vers la perfection et la cohérence. Le mouvement défend une vision plurielle, fragmentée, individuelle. Selon lui, les gens auraient la capacité de modifier, altérer leur environnement, mais pas uniquement dans un but historique, mais plutôt dans une volonté de changement progressiste.

Le second point consiste en une opposition avec la culture dominante (poststructuraliste) et avec la première mouvance du postmodernisme abordée en amont. C'est pour cela que Linda Hutcheon¹⁴⁴ inclut les deux mouvances au sein du postmoderne, car c'est une critique à la fois de la représentation de la réalité et de l'idée d'homme au centre de cette représentation. Les deux coexistent et créent une tension qui engendre justement la réflexion¹⁴⁵.

¹⁴³Hal Foster, *Recodings : Arts, Spectacle, Cultural Politics*, Bay Press, Port Townsend Wash, 1985, p.121.

¹⁴⁴Linda Hutcheon (1947-) critique littéraire, universitaire canadienne spécialisée dans les théories littéraires.

¹⁴⁵Linda Hutcheon, *The Politics of Postmodernism*, seconde édition, Routledge, New York, 2002, p.2.

Dans les caractéristiques postmodernistes se trouve une forme de perte de foi en la science, en l'idéologie du progrès et du savoir infini, ainsi que dans la possibilité de construire un homme meilleur au travers de changements moraux et sociaux. Entre résistance et réaction, la barrière est parfois mince. Le postmoderne tout en étant complice, puisque conscient du système dans lequel il évolue, manque de transparence et d'intelligibilité dans les objectifs qu'il cherche à atteindre. Il oscille ainsi entre opacité du discours et volonté de clarté.

De ce fait, le postmodernisme ne peut être aussi radical que ne l'est le modernisme l'affirme Rick Poyner¹⁴⁶. Son nihilisme et son ton désabusé vont à l'encontre de l'utopie voulue par le modernisme. Ses contradictions aboutissent à un double discours qui peut être perçu de différentes manières. L'ironie, par exemple, souvent mise en avant comme sa caractéristique première, peut être à la fois vue comme quelque chose de positif (Alan Wildell) ou comme vulgaire et insignifiante, condamnant le mouvement au kitsch (Terry Eagleton). Tout comme le débat entre culture populaire et élitiste peut être senti comme stérile et navrant ou au contraire significatif. Ce trouble dans le discours, cette indétermination, sont pour Ihab Hassan¹⁴⁷ les symptômes d'une société occidentale en pleine redéfinition de ses codes.

Généralement, lorsque le mot « postmodernisme » est cité, il invoque souvent les propos de François Lyotard et Jacques Derrida qui avaient signé les bases de l'emploi actuel de cette dénomination. Plus globalement, le mot postmodernisme renvoie à la théorie française dans laquelle s'incrinvent, entre autres, Gilles Deleuze et Félix Guattari. Le mot prend alors plutôt l'appellation de « rhizome ».

1.2.1.2. Postmodernisme typographique

Le terme de postmodernisme en typographie semble être apparu dans les années 1980, soit plusieurs années après son emploi dans l'architecture. Le design graphique et la typographie sont des domaines récents, non pas en termes historiques mais en qualité de discipline, champ d'étude autonome. Rick Poyner dans son ouvrage *Transgression : graphisme et postmodernisme*¹⁴⁸ développe l'idée de postmodernisme comme suit : le postmodernisme ne défend plus les idéaux du modernisme d'un monde utopique, il ne

¹⁴⁶Rick Poyner, *Transgression : graphisme et postmodernisme*, Pyramyd, Paris, 2003, p.11.

¹⁴⁷Ihab Hassan, « Toward a Concept of Postmodernism », *From The Postmodern Turn*, Ohio State University Press, Colombus, 1987, p.84.

¹⁴⁸Rick Poyner, *Transgression : graphisme et post-modernisme*, Pyramyd, Pyramyd, 2003.

cherche pas à créer un monde meilleur, mais s'adapte à lui. Il se fait complice de la culture populaire et de masse avec qui il entretient une relation ambiguë. Il joue avec elle, il n'existe plus de hiérarchie de genres, car les deux se valent. Ce qui permet de voir apparaître des formes hybrides et des mélanges de styles.

Les différentes notions du postmodernisme ont en commun les idées de fragmentation, d'impureté de la forme, d'indétermination, d'intertextualité, de pluralisme, d'éclectisme, de retour au vernaculaire. À partir de là, naissent la parodie, le pastiche et le recyclage ironique de la culture populaire. Dans le domaine du design graphique et de la typographie, certains ont interprété cette libération culturelle comme une façon d'explorer et d'expérimenter sans se soucier des règles en vigueur. En effet, avec le temps, la typographie s'est pourvue de normes en termes de mise en pages, de lisibilité et d'esthétique qui régissent sa création et son utilisation.

La postmodernité est également perçue dans sa continuité historique comme une forme de perte d'innocence, de déshumanisation et de désintégration culturelle. C'est ce qu'exprime Dick Hebdige lorsqu'il considère l'ère postmoderne comme une : « modernité sans l'espoir et les rêves qui rendaient la modernité supportable. »¹⁴⁹

L'architecture a joué un rôle majeur dans la conception de la typographie postmoderniste. Bien que, comme nous l'avons vu en amont, la notion de « postmoderne » a touché d'autres domaines et à des époques diverses. Il est fait mention du postmodernisme architectural dans les années 1960 et 1970. Charles Jencks, dans son ouvrage *The Language of Postmodern Architecture* paru en 1977, fait état de changements qui s'opèrent dans la lecture et la critique de l'architecture qui lui est contemporaine. Pour lui, il n'y a plus un seul point de vue, un seul sens dans les choses, mais une multitude. Il semble désormais impossible d'avoir une unique lecture de notre environnement, mais il est tout à fait possible que les formes et les styles transportent, à travers eux, un sens original, plus en adéquation avec l'environnement contemporain. L'exemple du pastiche illustre cette pensée : il est à la fois une redite de l'original, de l'authentique, tout en étant sa forme travestie. Il ne renie pas l'ancien tout en incorporant une nouvelle vision de ce dernier. Il questionne ainsi la notion d'original à travers le recyclage de ce dernier. Ce n'est plus l'architecte, le créateur, qui détient le sens de son travail, mais le lecteur, celui qui l'éprouve à travers son vécu et ses expériences. Les choses prennent ainsi un sens différent à travers le regard des spectateurs.

¹⁴⁹ Dick Hebdige, *op.cit.*, p.195.

Il en va de même avec le design graphique et la typographie qui, en reprenant des éléments historiques, se réfèrent à une tradition tout en introduisant de nouvelles idées dans le langage visuel. Cette forme de pluralisme parvient à interroger la notion de « bon design », en brisant des règles établies.

Dans l'histoire de la typographie, la notion de postmodernisme est souvent indiquée comme ayant débuté à la Cranbrook Academy of Art dans les années 1980 sous l'influence d'écrits de la « *French Theory* » notamment *La condition postmoderne* de François Lyotard. De jeunes graphistes expérimentent alors la destruction des œuvres des générations précédentes. La lisibilité de l'information, si chère à la typographie, laisse place à l'illisibilité, au mélange des polices de caractères ainsi qu'à leur altération. Il en découle l'ouvrage paru en 1990 et intitulé *Cranbrook Design : the New Discourse*¹⁵⁰.

Le design de la page n'est plus naturel, la typographie n'est plus transparente là où elle s'effaçait pour laisser au lecteur la possibilité d'accéder directement au contenu et au sens du texte. La typographie et ses règles déconstruites laissent cours à l'illisibilité. Elles demandent au lecteur un effort de compréhension de ces nouvelles règles (ou non règles) qu'il doit apprendre à décoder. Cela amène à se questionner sur la notion de lecture (Comment lisons-nous ?) et sur l'utilisation de la typographie. Cette dernière n'est plus un simple outil, mais elle s'autorise à montrer qu'elle existe. Mais, si elle ne permet pas de lire aisément un texte, un mot, alors qu'il s'agit de sa fonction même, à quoi sert-elle ?

Cette déconstruction de la fonction de la typographie est ainsi en contraste avec les préceptes qu'énonçait Beatrice Wardee¹⁵¹ dans *The Crystal Goblet* en 1932. Dans son ouvrage, celle-ci comparait la typographie à un verre de cristal dans lequel était versé un vin rouge. Seuls les vrais amateurs de vin savent qu'il faut choisir un verre en cristal qui révèle les qualités de cette boisson. La typographie se doit d'être comme ce verre : transparente afin de dévoiler le sens du texte. La vision de Beatrice Wardee est favorable à une typographie moderniste qui a un but et une fonction précise qu'elle se doit de remplir : transmettre une pensée de façon claire et intelligible.

De plus, pour la typographe, considérer la typographie comme une forme d'art serait une erreur, car son rôle n'est pas d'être esthétique. Le typographe ne devrait pas se considérer comme un artiste, ses créations ne sont pas des œuvres. Cela nécessiterait de ressentir la typographie alors qu'elle doit être pensée. La calligraphie peut, à la rigueur, prétendre à ce

¹⁵⁰Hugh Aldersey-Williams, Lorraine Wild, Daralice Boles, Katherine et Michael McCoy, Roy Slade, Niels Diffrient, *Cranbrook Design : The New Discourse*, Rizzoli, New York, 1990.

¹⁵¹Beatrice Wardee (1900-1969) typographe et écrivaine américaine.

statut selon Beatrice Wardee¹⁵². Les vellétés créatrices typographiques seraient donc un frein à la vraie beauté qui se trouve dans le texte en lui-même et non dans la lettre.

1.2.1.3. Caractéristiques du postmodernisme typographique

Nous relevons dans le cadre du postmodernisme typographique plusieurs points récurrents qui nous apparaissent caractéristiques. Ils servent en quelque sorte à marquer le style de cette époque. Nous dénombrons entre autres comme Ihab Hassan¹⁵³ : le vernaculaire, la métaphore et l'appropriation, ainsi qu'un nouveau rapport aux règles.

- Le vernaculaire

En 1972, Robert Venturi publie *Learning from Las Vegas* qui met en avant l'esprit vernaculaire qui commence à se diffuser dans l'architecture moderne. L'environnement se construit au travers de l'omniprésence des néons et des enseignes de publicité. L'introduction du vernaculaire dans la création fait entrer la *Low Culture* (ou culture populaire) dans la *High Culture*. La consommation de masse est partie prenante du décor et de l'atmosphère que nous construisons. La ville se présente comme une accumulation de signes. En art, la culture populaire et l'univers commercial intègrent des mouvements comme le Pop Art. Cette hybridation touche également le design graphique qui mélange les références et les sens.

- Les métaphores et production de sens

En mélangeant les sens ou en laissant la porte ouverte aux interprétations, la typographie utilise les métaphores et les métonymies. Par les analogies et les comparaisons, elle offre aux lecteurs un choix d'interprétations plus ou moins restreint. Cela s'oppose ainsi aux idées de méta-narration qui seraient incluses dans les textes et objets comme des formes de vérités naturelles absolues. Le lecteur est engagé dans la production du sens des œuvres à travers la disposition des éléments de la page et les choix effectués par le graphiste, le designer ou le typographe.

Cela offre la possibilité également d'engager, en plus du lecteur, le designer graphique dans la création de sens. S'il n'est plus maître absolu des significations et laisse le choix à celui qui regarde d'interpréter son travail, il n'en reste pas moins que cette pluralité de sens lui permet d'illustrer son point de vue sur le monde.

¹⁵²Beatrice Wardee, *The Crystal Goblet, or Printing Should Be Invisible*, p.2. URL : www.arts.ucsb.edu/faculty/reese/classes/artistsbooks/Beatrice%20Warde,%20The%20Crystal%20Goblet.pdf

¹⁵³Ihab Hassan, « Pluralism in postmodern perspective », In: Charles Jencks, *The Post-modern Reader*, Academy Editions, Londres, 1992, p.196.

Dans le concept moderniste, le « bon goût » est considéré comme une valeur sûre que nous développons grâce à l'éducation et à un apprentissage de la culture élitiste. Le rôle du design consistait alors à éduquer les masses au travers d'exemples censés établir une échelle de valeurs de ce qu'est ou non une bonne forme. A cette fin, l'abstraction permettait d'atteindre une forme d'universalité dans une volonté de se détacher de toutes références culturelles ou historiques. A contrario, la culture joue un rôle important dans le concept postmoderniste. Nous sommes tous issus d'une culture différente qui influe sur nos expériences et notre subjectivité. De même le postmodernisme reconnaît tous ces assemblages culturels comme une forme de construction sociale. La culture est devenue une seconde nature. Le designer au sens large (graphiste) fait partie intégrante de cette culture, car il y participe. Tantôt il la produit, tantôt il la consomme.

L'absence de spécificités culturelles était justement un des points majeurs de la pratique moderniste qui tenait à faire preuve de formes et de propos les plus universels possibles. Pour cela, l'ornementation était bannie. Le style typographique international obéissait à ces règles modernistes dans la création de lettres et l'arrangement des pages. L'*Helvetica* et l'*Univers*, ainsi que globalement tous caractères sans empattements, étaient préférés.

Le développement de l'informatique et l'arrivée du MacIntosh ont permis de changer les règles. Il est désormais aisé de transformer des caractères existants grâce à des programmes et le designer n'est pas le seul à y avoir accès. Les polices se multiplient dont certaines fantaisistes. Il n'y a plus de contraintes, ni de diktats esthétiques de la forme. Ces nouvelles typographies numériques, dématérialisées sont produites en adéquation avec les changements sociaux, culturels et technologiques qui les entourent.

- Le respect des règles

A partir de là, deux types de formes de traitement de la lettre émergent : d'un côté, les règles sont connues, mais sont volontairement ignorées, d'un autre, ces mêmes règles sont dédaignées au profit de nouvelles créations.

Nous pouvons citer le cas emblématique de David Carson comme le porte-parole de la méconnaissance volontaire des règles. En tant que designer, ce dernier préfère se fier à son intuition pour se libérer des contraintes du format et de la grille par des associations libres. Il va jusqu'à vanter cette approche presque comme un modèle à suivre. Sa vision des choses reste néanmoins critiquée. Car, s'il est reconnu comme un graphiste et un designer influent, sa démarche n'est pas forcément considérée comme la meilleure à adopter sans au moins une

dose de talent et de sensibilité au graphisme et à la lettre, sous peine de faire émerger un désordre incohérent et vide de sens.

Il s'oppose en quelque sorte à Ed Fella qui, bien que mettant en avant lui aussi le concept de déconstruction du design et de la typographie, transgresse les conventions dont il a pleinement connaissance. « Les règles peuvent être transgressées mais ne doivent jamais être ignorées. »¹⁵⁴

I.2.1.4. La fin du postmodernisme ?

Le postmodernisme typographique peut être critiqué sur sa propre existence. Par exemple, Rick Poynor considère qu'il s'agit d'un mouvement éphémère qui s'est éteint dans les années 1990.

Dans son ouvrage *Graphisme et postmodernisme*, Rick Poynor tente d'analyser le postmodernisme dans le domaine du design graphique tout en admettant, comme nous l'avons vu précédemment, la difficulté de définir de manière concrète le terme lui-même. L'autre problématique soulevée est que beaucoup de graphistes réfutent ce mot. En effet, Rick Poynor évoque une aversion de la théorie au sein même du graphisme de la part de ses acteurs et seuls certains, surtout américains, osent se revendiquer du postmodernisme¹⁵⁵. Il est vrai que lorsque le mot est abordé dans la recherche graphique, seuls les Anglo-Saxons semblent ouverts sur le sujet et que lorsque nous recroisons les grands noms du graphisme des années 1980-1990, encore une fois, seuls les noms des Américains apparaissent.

Rick Poynor tente d'expliquer cette répulsion due à une forme d'incompréhension de ce qu'est concrètement le postmodernisme. Les graphistes ne se seraient essentiellement arrêtés qu'à la forme, l'aspect extérieur, l'esthétique en se fondant surtout sur l'architecture historiciste des années 1980. Alors que dans le cas du design, le postmodernisme naît en réaction au modernisme qui domine depuis les années 1930 jusque dans les années 1970. Il rompt avec l'idée de l'universalité et de la raison.

En typographie, cela signe la fin du style international. Le style reconnaissable par l'utilisation de lettres sans serif, du système de la grille qui organisait l'espace et les éléments graphiques et imposait une forme de neutralité de la forme (mise en pages, typographie) qui

¹⁵⁴David Jury, *About Face : Reviving the Rules of Typography*, Mies, RotoVision, Suisse, 2002

¹⁵⁵Rick Poynor, *Transgression : graphisme et postmodernisme*, op.cit., p.10.

se détachait de tout lien géographique ou historique. La typographie se devait d'être lisible, de transmettre l'information de façon claire et directe. Elle ne supportait pas d'ornementation ou de superposition et pouvait s'adapter à tout type de supports quelle que soit sa provenance. Le langage pour inculquer : c'était cela l'abstraction, souvent présumée universelle dans ses significations.

De plus, au sein du modernisme, le designer tient une place importante. Il fait partie de la culture et l'inculque. Cependant, contrairement à ce mouvement, qui prônait rappelle-l'on le, une universalité du bon goût, le postmodernisme part du principe que nos goûts et préférences sont propres à chacun en fonction de son vécu et de ses expériences et que tout point de vue se construit à partir de ces dernières. Pourtant, nous ne sommes pas libres, ni même innocents. Là où le modernisme tentait de construire des représentations vierges de toutes influences (historiques, sociales, géographiques), le postmodernisme considère que nous ne pouvons échapper aux constructions sociales et à la culture dominante qui nous prédisposent. Par le biais de leur représentation, le designer peut suggérer alors à d'autres ces positions culturelles. Néanmoins, après deux décennies d'expérimentations typographiques, que reste-il ? Rick Poynor dans un essai de 2011 posait la question : est-ce que le postmodernisme est terminé ? Voire, sommes-nous toujours postmodernes ?¹⁵⁶

Cette interrogation faisait suite à l'exposition *Postmodernisme : style et subversion 1970-1990* qui s'était tenue au Victoria et Albert Museum du 24 septembre 2011 au 15 janvier 2012. Cette rétrospective se proposait d'explorer le phénomène postmoderniste à travers les arts, le design et l'architecture. Elle prenait le parti de le faire débiter avec les réflexions architecturales des années 1970 avant de s'étendre à d'autres domaines, sans en donner cependant la moindre définition. Ce parti pris, assumé par les organisateurs de l'exposition d'après Rick Poynor, montre à quel point il est difficile et délicat de donner une définition claire et précise du terme¹⁵⁷. Toutefois, cette omission volontaire ne viendrait en aucun cas d'une élision du sujet, mais d'une volonté de laisser aux visiteurs le choix de se faire eux-mêmes leur propre opinion. Il y a donc bien deux termes : postmodernisme et postmodernité.

Le postmodernisme, en tant que mouvement stylistique, serait terminé bien que, toujours d'après Rick Poynor, il n'y eut aucune réelle unité, pas de « style

¹⁵⁶Rick Poynor, « Did We Ever Stop Being Postmodern ? », Design Observer [En ligne], mis en ligne le 16 octobre 2011, consulté le 15 octobre 2016. URL : <https://designobserver.com/feature/did-we-ever-stop-being-postmodern/30798>

¹⁵⁷ *Ibid.*

postmoderniste »¹⁵⁸. Néanmoins, c'est peut-être dans cette disharmonie, où chacun s'exprime selon son bon vouloir ou partage ce qui lui semble approprié, que nous pouvons déceler un style. Que les designers aient lu ou non les théoriciens et critiques de la *French Theory*, il semble qu'il y ait bien eu un mouvement général. De plus, en regardant les anthologies de Rick Poynor sur les réalisations des années 1980-1990 (*Type Now : the Next Wave*159, *Type Now 2 : implosion*160), nous pouvons déceler certaines caractéristiques esthétiques qui marquent clairement leur temps. Il y aurait donc bien un style dans la manière de réaliser des affiches, ou tout autre document de communication visuelle. Et si certaines polices sont très liées à une époque, quand d'autres sont oubliées, il y en a qui paraissent intemporelles.

Désormais nous sommes habitués aux nouvelles technologies et aux réponses ou réactions proposées par le postmodernisme. Serions-nous dans une phase d'entre-deux où l'ordre commence à reprendre ses droits ? Où ce que le postmodernisme a réalisé ou tenté de réaliser se retrouve absorbé ? Combien de temps avant une nouvelle tentative révolutionnaire typographique ?

I.2.2. Typographie et culture populaire

I.2.2.1. Pop Art prémices du postmodernisme

Maintenant que les différents aspects du postmoderne ont été posés, en particulier dans le domaine de la typographie, il nous semble désormais important de développer plus en profondeur certaines caractéristiques de celui-ci. En premier lieu, l'impact de la culture populaire dans la conception typographique postmoderniste. Il est question ici d'un des éléments importants qui la caractérise. En effet, cette réaction se fait en réponse au modernisme et son élitisme, et touche au vernaculaire que nous développerons plus loin. « La Pop, au sens le plus large, fut le contexte dans lequel une notion du postmodernisme a d'abord pris forme... et la tendance la plus significative dans laquelle le postmodernisme a défié l'incessante hostilité à la culture de masse du modernisme. »¹⁶¹

¹⁵⁸ *Ibid.*

¹⁵⁹ Rick Poynor, *Type Now : the Next Wave*, Booth-Clibborn Editions, Londres, 1991

¹⁶⁰ Rick Poynor, *Type Now 2 : Implosion*, Booth-Clibborn Editions, Londres, 1996

¹⁶¹ (Notre traduction) « Pop in the broadest sense was the context in which a notion of the postmodernism first took shape...and the most significant trends within postmodernism have challenged modernism's relentless hostility to mass culture » Andreas Huyssen « Mapping the postmodern », *The post-modern reader*, Academy editions, Londres, 1992, p.47.

La culture populaire ne s'est pas soudainement immiscée dans les arts dans les années 1980. Les hybridations graphiques et typographiques de cette période résultent d'un processus entamé en amont dans les années 1960 avec le Pop Art. En réalité, il faudrait remonter encore plus loin dans le temps. Néanmoins, afin de ne pas alourdir le propos, nous nous contenterons d'une brève approche de l'insertion de l'ordinaire et du populaire dans l'art, phénomène qui touche également la lettre. Ces éléments ont permis d'amorcer le postmodernisme et ont eu un impact sur le plan stylistique mais aussi critique.

La naissance du Pop Art se fait en réaction à l'austérité formelle des années 1960 dans lesquelles se développe l'art minimal, conceptuel ou encore pauvre. L'art après s'être dirigé de plus en plus vers l'abstraction, fait un retour vers la gestuelle en peinture. Il s'agit là presque d'une provocation vis-à-vis de l'expressionnisme abstrait. Cependant, il serait simpliste de ne voir le mouvement Pop Art que comme une simple réaction à un autre mouvement.

C'est en quelque sorte le retour des « neo » (neo expressionnisme) où l'on reprend ce qui a déjà été fait pour le remettre à jour. C'est le cas du Pop Art des années 1960, qui pris sous l'angle des théories poststructuralistes, s'autorise à ouvrir de manière plus large la critique de l'art et la société. Celle-ci avait déjà été entamée par les avant-gardes du début du XX^e siècle, face à la bourgeoisie jugée comme engoncée dans ses idéologies. Avant de s'orienter vers une certaine neutralité, le Pop Art joue sur la provocation et sur l'argent qui met l'artiste face à la réalité de l'art comme marchandise à la fois culturelle et économique.

Le mouvement se permet également de mettre en avant l'importance grandissante de la société de consommation et des médias dans nos vies en s'y référant souvent. En effet, les artistes n'hésitent pas à y piocher abondamment des images et des styles, en plus de ceux venus de la rue. La culture populaire devient un fond inépuisable et un nouveau matériau sur lequel travailler. À l'originalité, l'invention et l'authenticité, les artistes favorisent la copie de modèles existants.

Des artistes comme Victor Burgin¹⁶² ou Barbara Kruger associent images (issues ou non de réclames) et slogans souvent porteurs de messages sociaux. Ils reprennent l'esthétique et la rhétorique publicitaire au point qu'il aurait été possible de les confondre avec de véritables affiches, si elles n'avaient pas été présentées dans un musée ou une galerie, ce qui limite leur portée. D'autres, comme Andy Warhol, préfèrent réaliser des œuvres plus neutres,

¹⁶² Victor Burgin (1941-) artiste et écrivain anglais.

par la mécanisation du geste artistique, voire par l'anonymisation de l'aspect. Les séries qu'il réalise donnent un sentiment d'uniformité. Les œuvres reproduisant des produits de consommation, type boîtes de conserve de soupe de tomate ou encore barils Brillo, laissent entrevoir un effet de profusion. La répétition dans la production de ses œuvres n'est pas uniquement sur le plan formel mais aussi dans le processus de conception. Andy Warhol suit des méthodes de production commerciale afin d'appuyer son propos selon lequel, l'art, en plus d'être conçu en série, peut être réalisé par n'importe qui.

Le Pop Art permet de rendre floues les lignes de séparation entre les arts et la production de masse mais surtout ébranle les normes, règles et définitions qui font autorité et régissent nos existences. La non distinction entre les différents domaines et disciplines qui organisaient le monde participe à un processus de démocratisation de l'art et de la culture. Ceci est perçu comme une menace par l'élite et la critique conservatrice qui voient d'un mauvais œil cette mise en place égalitaire.

Puisque les définitions sont chamboulées, que l'art emprunte à ce qui est populaire et inversement, les valeurs esthétiques s'en retrouvent bouleversées. Le phénomène Pop Art est pressenti comme une sorte de réponse à la modernisation qui avait permis l'introduction de la consommation de masse. Il n'y a plus de distinction claire entre la production de masse industrielle et anonyme et des objets traditionnels, les deux s'hybrident pour investir notre quotidien.

Ce développement de la culture jeune et d'une aversion pour le système dominant (le capitalisme) semble être les prémices au mouvement punk des années 1980. Et cela fait sens, car le Pop Art aborde de nouvelles pratiques artistiques, en introduisant les concepts d'appropriation, de déconstruction et de bricolage/fait main. Notions que nous retrouvons dans le postmodernisme typographique.

La dichotomie, entre ce qui est authentique et artificiel dans les arts, se complexifie et prend une nouvelle voie plus alternative. Le Pop Art autorise en plus de l'hybridation et de l'appropriation, la dimension ironique. Il amorce et renforce en quelque sorte le caractère cynique du postmoderne qui déclare que nous n'avons plus rien à inventer. Or, comme nous avons pu le voir, la question de l'authenticité, que nous retrouvons parmi les valeurs prônées par le modernisme, s'est avérée être hypocrite, en plus d'être moralement discutable.

Le Pop Art partage des points communs avec le postmodernisme dont il a été une des bases. Cependant, au contraire de ce dernier, le Pop Art n'est pas nihiliste mais au contraire plus utopiste et tourné vers l'avenir. Le postmodernisme joue avec la culture populaire et se

tourne vers l'appropriation du vernaculaire. Il met en lumière ce qui ne l'était pas et révèle le potentiel artistique et le génie du quotidien intégré dans l'art. Une chose dont la culture populaire n'avait pas conscience. Cette dernière peut contenir de la banalité car il y en a en son sein, et les questions du vernaculaire que nous verrons plus avant, tourne autour de ces questions de culture. Ellen Lupton et J. Abbott Miller expliquent que toutes ces réflexions autour de la culture ne sont que l'effet d'une classe moyenne qui cherche sa place dans la société¹⁶³. Le modernisme est né de la contradiction culturelle qu'il a ensuite creusée aidé par le désir qu'ont les designers d'éduquer les gens à aspirer à mieux.

Le champ de la culture populaire est structuré par la tentative de la part de la classe dominante de gagner en hégémonie et sous des formes d'opposition à cette tentative. En tant que tel, cela ne consiste pas simplement à une culture de masse imposée qui coïncide avec l'idéologie dominante, ni simplement de cultures spontanément oppositionnelles, mais plutôt d'un espace de négociations entre les deux, au sein duquel... les valeurs idéologiques et culturelles dominantes, subordonnées et oppositionnelles et les éléments sont mélangés en différentes permutations.¹⁶⁴

Car le modernisme plaçait le designer comme un critique, un expert culturel qui avait une emprise sur la société et qui surplombait du regard l'ensemble de celle-ci. Le modernisme voulait aller au-delà de la culture. Cette attitude élitiste envers le public et la culture a été mise à mal par le Pop Art notamment et surtout par la publication en 1972 de l'ouvrage du couple Venturi sur le Las Vegas vernaculaire. Cependant, comme l'explique Ellen Lupton et J. Abbott Miller, le designer est à la fois en dehors et en dedans de la culture. Il est « spectateur de son propre monde »¹⁶⁵. La célébration dans les magazines comme *The Face*, de l'artificiel avec une préférence pour le pastiche, voire la blague grasse, est pour Dick Hebdige le signe que le postmodernisme cherche à se désengager du réel et refuse les responsabilités sociales par le biais de l'évasion¹⁶⁶. Si la vie devient effectivement un *soap opera*, comme le sous-entend Fredric Jameson, alors il est certain que la limite et la différenciation entre réel et fictionnel est brouillée, par l'entremêlement des deux. C'est pour cela que l'auteur parle de schizophrénie sociale au sein du postmodernisme qui s'est faite au profit de la mort de la subjectivité¹⁶⁷.

¹⁶³ Ellen Lupton, J. Abbott Miller, *Design Writing Research: Writing on Graphic Design*, Phaidon Press, Londres, 1999, p.165.

¹⁶⁴(Notre traduction) « the field of popular culture is structured by the attempt of the ruling class to win hegemony and by forms of opposition to this endeavor. As such, it consists not simply of an imposed mass culture that is coincident with the dominant ideology, nor simply of spontaneously oppositional cultures, but is rather an area of negotiation between two within which...dominant, subordinate and oppositional cultural and ideological values and elements are 'mixed' in different permutations. » Tony Bennett, « Popular Culture and the turn of Gramsci », In : Tony Bennett, Colin Mercer et Janet Woolcott (éds), *Popular culture and social relations*, Open University Press, Milton Keynes, 1986, p.12.

¹⁶⁵ Ellen Lupton, J. Abbott Miller, *Design Writing Research: Writing on Graphic Design*, op.cit., p.165.

¹⁶⁶ Angela McRobbie, *Postmodernism and Popular Culture*, Routledge, Oxon, 1994, p.15.

¹⁶⁷ Fredric Jameson, « Postmodernism and consumer society », In : Hal Foster (éd.), *The Anti-Aesthetic*, Bay Press, Washington, 1983, p.111-125.

Le design (graphique et typographique) s'engage dans une transformation tant de la culture élitiste que de celle populaire, en s'appropriant le vernaculaire entre autres. Il devient un matériau, en plus d'être une source d'inspiration.

1.2.2.2. Le vernaculaire

Rappelons que le terme vernaculaire vient du latin *vernaculus*, qui signifie « relatif aux esclaves nés dans la maison »¹⁶⁸. Avec le temps, le terme a commencé à faire référence à la langue commune et partagée au sein d'une société, tout en signifiant également ce qui est relatif à un pays. Actuellement, il est plus fréquemment employé comme synonyme de courant ou de vulgaire. Le terme est mis en lumière dans les années 1960 avec l'émergence du Pop Art, qui rompt avec la conception de la culture dans une hiérarchie verticale au profit d'une autre, alternative, horizontale plus inclusive et considérée comme plus démocratique. Certains artistes du mouvement Pop Art trouvent dans l'imagerie de consommation de l'Amérique cet aspect vernaculaire, c'est le cas de Robert Indiana¹⁶⁹.

¹⁶⁸Définition du CNRTL.

¹⁶⁹Robert Clark dit Robert Indiana (1928-2018) artiste américain. Il a contribué notamment au mouvement Pop Art.

Ce dernier, très versé dans la géométrie (*hard-edge pop*), s'oriente au début des années 1960 vers l'inclusion de mots et de nombres dans ses toiles. Les titres de celles-ci, qui reprennent des termes peints, font référence au rêve américain, quand ils ne sonnent pas comme des slogans publicitaires ou des marques, tels *The american reaping company* (hommage à Cyrus McCormick¹⁷⁰)¹⁷¹, *The american dream I*¹⁷² ou encore *God is the lily of the valley*¹⁷³. Dans ses toiles, les chiffres et les lettres sont de grands aplats de couleurs qui contrastent avec le fond, leur épaisseur les fait ressortir encore plus. Néanmoins, bien que visibles, ces lettres sont parfois difficilement lisibles comme dans *The great love*¹⁷⁴ et *Decade autoportrait 1968*¹⁷⁵ car les superpositions d'éléments aux contrastes forts forment des ensembles presque kaléidoscopiques. Ses peintures de lettres rappellent les effets pochoirs de la première moitié du XX^e siècle et ses sculptures du mot *Love*, présentes un peu partout dans le monde, évoquent la *Clarendon Black*. L'artiste s'inspire des panneaux croisés sur les routes américaines — Robert Indiana s'autoproclame d'ailleurs comme « peintre américain d'enseignes »¹⁷⁶ à partir de 1961 — ou de stations essence (*The great love*), des morceaux de musique (*God is the lily of the valley*) ou d'éléments de son enfance. Tout ceci fait appel à une

¹⁷⁰Cyrus McCormick (1809-1884) inventeur et industriel américain, créateur de la moissonneuse batteuse (mechanical reaper).

¹⁷¹Robert Indiana, *The american reaping company*, huile sur toile, 152,4x121,9 cm, Tel Aviv museum of art, 1961.

¹⁷²Robert Indiana, *The american dream, I*, huile sur toile, 182,9x152,7cm, 1961, museum of modern art New York.

¹⁷³Robert Indiana, *God is the lily of the valley*, huile sur toile, 152,4x121,9 cm, 1961

¹⁷⁴Robert Indiana, *The great love*, huile sur toile, ensemble de quatre panneaux de 152,4x152,4 cm chacun, 1966

¹⁷⁵Robert Indiana, *Decade autoportrait 1968*, huile sur toile, 121,9x121,9 cm, 1971

¹⁷⁶ « American painter of signs »

culture vernaculaire de l'imaginaire américain à la fois réel et fantasmé avec un ton plus ou moins ironique. Ce voyage à travers l'Amérique de Robert Indiana évoque celui des chasseurs typographiques, comme Ed Fella en quête de lettres vernaculaires dans *Letters on America*.



Robert Indiana, *The great love*, huile sur toile, ensemble de quatre panneaux de 152,4x152,4 cm chacun, 1966



Robert Indiana, *The American Reaping Company*, huile sur toile, 152,4x121,9 cm, Tel Aviv museum of art, 1961.

1.2.2.3. Postmodernisme et culture populaire

Contrairement au structuralisme, le postmodernisme préfère considérer une image comme une succession de couches ou une multiplicité de fragments. La *High Theory*, comme les Anglo-Saxons la nomment, a justement du mal avec cette pluralité de strates qui sont autant de niveaux et de manières d'interpréter une image. De plus, celle-ci peut se combiner avec d'autres médias ou domaines comme la musique ou encore le cinéma, ce qui engendre une interdisciplinarité ou intertextualité.

Pour Angela McRobbie¹⁷⁷, le phénomène du postmodernisme a cela de fascinant qu'il arrive à s'immiscer partout et parvient à diversifier son vocabulaire. Il est présent dans l'histoire de l'art, dans les théories sociales et politiques, tout comme dans les magazines de mode¹⁷⁸. Dans les pays anglo-saxons, comme le Royaume-Uni, il apparaît comme un changement bienvenu car il apporte avec lui « l'instantanéité de la communication » comme l'appelle Jean Baudrillard¹⁷⁹. Ce qui était auparavant privé devient public. Ce que confirme Ellen Lupton et Abbott Miller en s'appuyant sur Walter Benjamin¹⁸⁰, la culture de masse change la structure de l'art et du design et altère également notre manière d'appréhender la vie privée et publique.

Il y a une utilisation de l'imaginaire pop dans les arts et sciences sociales. De plus, le développement et l'impact des nouvelles technologies, qui intègrent désormais les institutions et notre quotidien, permettent la formation de nouveaux sens et expressions culturelles. Les objets du quotidien sont aussi vecteurs de signifiants comme le démontre Roland Barthes dans *Les Mythologies*. L'essor de la publicité et du design graphique revêt un certain intérêt pour les étudiants en art. Le Pop Art avait lui-même l'idée que la communication publicitaire et le marketing peuvent être incorporés à l'art comme fondement légitime. À Cranbrook, il est par exemple demandé de remettre au goût du jour des marques anciennes et bien connues du public, ce qui implique de travailler la culture populaire. De plus, certains étudiants, une fois

¹⁷⁷Angela McRobbie (1951-) féministe et sociologue britannique. Professeur en communication à Goldsmiths université à Londres.

¹⁷⁸Angela McRobbie, *op.cit.*, p.14.

¹⁷⁹Jean Baudrillard, « The Ecstasy of Communication », Hal Foster (éd), *The Anti-Aesthetic Essays on Postmodern Culture*, Bay Press, Washington, 1983, p. 129.

¹⁸⁰Ellen Lupton, J. Abott Miller, *Design Writing Research: Writing on Graphic Design*, *op.cit.*, p.161.

leur cursus terminé, vont même travailler chez The Face et applique ces principes comme en témoigne Angela McRobbie¹⁸¹, qui a été enseignante au *St-Martin's school of art* de Londres.

Angela McRobbie perçoit, au moins en Grande Bretagne, ces proliférations créatives dans lesquelles *high* et *low* cultures se mélangent comme une implication de la jeunesse pour la formation d'une nouvelle avant-garde hybride. Celle-ci ne s'attaquerait plus juste à la bourgeoisie et à sa pensée dominante mais chercherait la création d'un système plus égalitaire.

L'avant-garde du début du XX^e siècle investissait déjà plusieurs champs disciplinaires qu'elle mélangeait notamment au niveau des pratiques. Mais au sein du postmodernisme, c'est surtout l'entrecroisement des références qui est mis en avant, entre pop et art, esthétique commerciale et artistique. Les jeunes créatifs oscillent entre engagement personnel et mercantile. Le pastiche ainsi que le pillage de références populaires et artistiques peuvent aboutir à une véritable critique, au lieu d'être seulement perçus comme une esthétique bas de gamme déjà vue. Pourtant, pour Ellen Lupton et J. Abbott Miller, s'il y a eu échec du modernisme dans son idéologie, le postmodernisme est loin de la force héroïque des avant-gardes que néanmoins il reprend¹⁸². Il n'en a pas la force sociale libératrice.

Pour Angela McRobbie, la raison première qui fait que le postmodernisme séduit autant la jeunesse et la nouvelle génération d'intellectuels, vient certainement du fait qu'ils expérimentent eux-mêmes l'effet de fragmentation à travers la précarité de l'emploi¹⁸³. La saturation des médias jouerait également un rôle, néanmoins moindre, puisque ces groupes ou communautés la dompteraient, plus qu'il ne la subisse.

L'intégration de ce qui touche à l'ordinaire, auquel s'ajoute le réemploi et l'hybridation pose la question de l'authentique. Or, d'après Susan Sontag¹⁸⁴, il n'existe pas d'invention artistique pure ou originale, mais qu'au contraire les formes sont reprises, modifiées, réassemblées régulièrement afin de satisfaire de nouveaux groupes ou communautés en quête de changements. Par conséquent, les formes doivent être continuellement dépassées, tout comme le sens et la fonction.

Dans le cas de la typographie, ce qui touche à la culture populaire ajoute une pierre à l'édifice de la fin du modernisme ou, en tout cas, marque une réaction forte qui annonce l'ère du pillage. Car c'est surtout la culture populaire et les personnes entrées dans l'Histoire,

¹⁸¹Angela McRobbie, *op.cit.*, p.19.

¹⁸²Ellen Lupton, J. Abbott Miller, *Design Writing Research: Writing on Graphic Design, Op. Cit.*, p.166.

¹⁸³Angela McRobbie, *Postmodernism and Popular Culture, op.cit.*, p.14.

¹⁸⁴*Ibid.*, p.20.

comme les avant-gardes, que vont plagier les designers. Sans compter le saccage de caractères anciens afin d'élaborer de nouvelles formes typographiques.

I.2.3. Déconstruction

I.2.3.1. La déconstruction : une définition

La thématique de la déconstruction représente une part importante dans la compréhension du postmodernisme et plus spécifiquement du design graphique et de la typographie. Il faut revenir au concept de Jacques Derrida énoncé dans son livre *De la grammatologie* en 1967.

La déconstruction défie en premier lieu les oppositions binaires tels que signifié/signifiant, masculin/féminin, oral/écrit... des dualités tranchées qui façonnent un certain systématisme de nos pensées. C'est plus particulièrement sur le point oral/écrit que nous allons nous pencher car il représente le mieux, à notre sens, certains enjeux de la typographie. Cela vaut surtout si nous considérons cette dernière comme un système d'écriture standardisée, voire stylisée, qui met en forme le langage oral. La lettre travaille la forme écrite et certains designers jouent avec sa musicalité, son rythme qui sont propres à la langue.

Cette dualité entre les deux termes pose les bases d'une forme de hiérarchisation qui voudrait que l'oral, la parole, soit supérieur à l'écrit. Il serait perçu comme plus naturel et plus immédiat. Cette pensée apparaît dans *Phèdre* de Platon lors d'une conversation entre Phèdre et Socrate, alors que ce dernier relate le mythe de l'invention de l'écriture par le dieu égyptien Theuth. Dans ce passage, Platon, à travers Socrate, condamne l'écriture :

Car, à mon avis, ce qu'il y a de terrible, Phèdre, c'est la ressemblance qu'entretient l'écriture avec la peinture. De fait, les êtres qu'engendre la peinture se tiennent debout comme s'ils étaient vivants ; mais qu'on les interroge, ils restent figés dans une pose solennelle et gardent le silence. Et il en va de même pour les discours. On pourrait croire qu'ils parlent pour exprimer quelque réflexion ; mais, si on les interroge, parce qu'on souhaite comprendre ce qu'ils disent, c'est une seule chose qu'ils se contentent de signifier, toujours la même. Autre chose : quand, une fois pour toutes, il a été écrit, chaque discours va rouler de droite et de gauche et passe indifféremment auprès de ceux qui s'y connaissent, comme auprès de ceux dont ce n'est point l'affaire ; de plus, il ne sait pas quels sont ceux à qui il doit ou non s'adresser. Que par ailleurs s'élèvent à son sujet des voix discordantes et qu'il soit injustement injurié, il a toujours besoin

du secours de son père ; car il n'est capable ni de se défendre ni de se tirer d'affaire tout seul.¹⁸⁵

Cependant, ce discours ne serait pas un plaidoyer à l'encontre de l'écriture mais plus une critique de la logographie face à la philosophie.

Néanmoins, la critique à laquelle l'écriture, et par extension la typographie, se confronte lui appose une étiquette de simple traduction visuelle de l'oral sur un support (papier ou non). Bien que cette dualité existe toujours, l'écrit a tendance à prendre le pas aujourd'hui sur l'oral sur le plan de la valeur et renvoie à une forme de lutte des classes. L'écriture serait en effet la gardienne de la bonne tenue d'une langue au contraire de l'oralité.

Cette répartition renvoie également au classement des arts (arts majeurs/arts mineurs, le classement académique des genres de peinture¹⁸⁶) fondé sur des échelles de valeurs.

La théorie de la déconstruction a eu énormément d'influence sur la critique littéraire américaine mais également sur d'autres domaines tels que l'architecture, la mode ou encore le design graphique.

La déconstruction instaure surtout une manière de questionner le monde et ses représentations. Abolir, remettre en question la dualité existante entre oral et écrit serait en quelque sorte défaire les cases dans lesquelles la typographie est enfermée.

L'idée de déconstruction au sein de la typographie a émergé dans les années 1980 alors que les questions et les remises en question sur ce qu'est le « bon design » ou ce qu'est un « bon design typographique » commençaient à apparaître. Cependant, le phénomène s'est doucement immiscé sur le sol américain depuis la fin des années 1960 avant de toucher la typographie. Afin de comprendre plus amplement le contexte dans lequel s'est construite la pensée poststructuraliste, un des fondements du postmodernisme, il faut revenir aux sources.

1.2.3.2. L'influence aux Etats-Unis de la *French Theory*

François Cusset¹⁸⁷ explique que le structuralisme n'a pas vraiment cours aux États-Unis, au point qu'il se fait rare autant sur les étagères des librairies que sur celles des campus

¹⁸⁵Platon, *Phèdre*, traduction, introduction et notes Luc Brisson, suivi de J. Derrida, *La Pharmacie de Platon*, Garnier-Flammarion, Paris, 1989 p. XXX

¹⁸⁶Classement établi par André Félibien en 1668 dans la préface de Conférences de l'Académie royale de peinture et de sculpture. Classement dans lequel il indiquait notamment la peinture d'histoire comme supérieure à la nature morte.

universitaires. Pour changer cela, des enseignants (Richard Mackey et Eugenio Donato¹⁸⁸) organisent un colloque intitulé *The Languages of Criticism and the Sciences of Man*¹⁸⁹ en octobre 1966 auquel sont invités entre autres Roland Barthes, Jacques Derrida ou encore Jacques Lacan. Cet événement sera plus tard édité sous le nom de « controverse structuraliste »¹⁹⁰ car les Français invités, notamment Jacques Derrida, y prenaient une certaine distance avec le courant structuraliste, considéré comme n'étant plus vraiment actuel. Ils ouvraient ainsi la voie à la déconstruction et au *post*-structuralisme. Comme le dit François Cusset :

[...] le colloque qui devait présenter le structuralisme aux Américains servit plutôt à lui inventer, à quelques années d'intervalle, un successeur ouvert, autrement maniable, qui présente le double avantage d'une définition plus lâche, donc plus accueillante et de ne pas exister comme catégorie homogène sur le Vieux Continent¹⁹¹

Avec le recul, cet événement est aujourd'hui considéré comme décisif dans l'épanouissement du poststructuralisme et de la *French Theory* aux États-Unis. Il faudra néanmoins patienter une dizaine d'années avant que les théories et idées françaises ne fassent leur chemin sur le sol américain. Les auteurs et penseurs Jacques Derrida, Jean-François Lyotard, Michel Foucault ou encore Roland Barthes se sont ainsi fait une place outre-Atlantique pour constituer le corpus de la fameuse *French Theory*. C'est dans les années 1970 que sont édités leurs ouvrages. *De la grammatologie*, par exemple, fut publié en France en 1967 et en 1976 aux États-Unis.

Les penseurs universitaires des départements de littérature sont les premiers à s'en emparer, puis ce fut au tour des autres départements. La *French Theory* gagne en popularité et commence à s'épanouir en dehors du milieu universitaire, notamment dans les environnements artistiques de la contre-culture. Elle influence grandement tout ce qui touche aux questions de minorité ou de politique identitaire et fait émerger les études « post » comme le postcolonialisme.

Le cas de la *French Theory* est intéressant car en plus d'avoir fait des émules, il s'agit véritablement d'un cas de réappropriation plus que d'adaptation. Ainsi les penseurs, critiques ou encore étudiants ont repris ces thèses françaises qu'ils ont eu tendance à synthétiser. Évidemment, le design (graphique et typographique) n'est pas épargné.

¹⁸⁷François Cusset (1969-) historien des idées français. Enseignant à l'université de Paris Nanterre (Paris X).

¹⁸⁸Eugenio Donato (1937-1983) critique littéraire et déconstructionniste. Il enseigne à l'université de Californie.

¹⁸⁹Richard Mackey, Eugenio Donato (dir.), *The Structuralist Controversy: The Languages of Criticism & the Sciences of Man*, The Johns Hopkins University Press, Baltimore, 1972

¹⁹⁰François Cusset, *The French Theory : Foucault, Derrida, Deleuze & Cie et les mutations de la vie intellectuelle aux États-Unis*, La Découverte, Paris, 2003, p.41.

¹⁹¹*Ibid.*

Pour Robin Kinross, cette explosion théorique, qui touchait la typographie, est surtout très nord-américaine¹⁹². Elle est liée à une conception très protestante de la notion d'identité. Ainsi, le post-structuralisme s'est retrouvé réduit à quelques préceptes. De ces derniers, c'est surtout la défense de la liberté individuelle qu'avaient retenue les designers américains. Alors que de leur côté, la Grande-Bretagne et la France n'ont été que peu atteintes par le phénomène qui ne provoqua pas de guerre de la lisibilité.

Il faut maintenant regarder plus en détails comment ces théories ont touché et influencé la typographie des années 1980 et 1990. Il nous semble donc essentiel d'évoquer la Cranbrook Academy of Art qui est un point névralgique des changements vécus à cette époque.

1.2.3.3. L'académie de la déconstruction

La Cranbrook Academy fut fondée dans les années 1920 et se situe dans le Michigan près de la ville de Détroit. La trentaine de kilomètres la séparant de la ville joue un rôle important dans l'« isolement spatio-temporel de la vie étudiante »¹⁹³ qui favorise les débats théoriques dont celui que nous allons aborder. L'académie possède plusieurs départements (peinture, sculpture, architecture, métallurgie) dont un de design qui fut dirigé par Katherine¹⁹⁴ et Michael McCoy de 1971 à 1995¹⁹⁵. Le couple est surtout connu pour avoir proposé des programmes novateurs dans l'enseignement du design au sein du département, programmes qui ont grandement influencé des générations de designers. Leur méthode consistait surtout à encourager les élèves à lire et à s'approprier de nouvelles techniques, théories et conceptions issues d'autres champs disciplinaires.

L'école a ainsi accueilli de nombreux étudiants de tout âge aux parcours très diversifiés durant les vingt-quatre années où le couple fut à la tête du département. Qu'ils soient novices ou expérimentés dans la pratique du design, en recherche d'une structure pour se consacrer pleinement à leurs travaux ou à d'autres angles d'approches, Katherine McCoy souhaitait surtout des étudiants impliqués dans leur travail avec un esprit d'initiative. Le but de leur formation était de leur apprendre à apprendre, afin de pouvoir se dépasser et

¹⁹²Robin Kinross, *La typographie moderne, op.cit.*, p.171.

¹⁹³François Cusset, *The French Theory : Foucault, Derrida, Deleuze & Cie et les mutations de la vie intellectuelle aux États-Unis, op.cit.*, p.43.

¹⁹⁴Katherine McCoy (1945-) designer graphique américaine. Elle dirigea le département de design de l'université de Cranbrook de 1971 à 1995.

¹⁹⁵Katherine McCoy s'occupait de la partie 2D (communication visuelle) et Michale McCoy de celle 3D (objets, meubles). Le département fut ensuite scindé en deux parties distinctes.

éventuellement trouver une approche et une vision plus personnelles de leur art. Découvrir d'autres domaines, s'enrichir de leurs idées permet de les comprendre et ainsi d'introduire de nouvelles manières de conceptualiser le design, tout en développant sa propre stratégie personnelle. Chaque jeune génération d'élèves apporte avec elle ses questionnements et se demande comment laisser son empreinte.

La théorie post-structuraliste a commencé à faire son entrée au sein du département de design dans les années 1970. Plus précisément dans la revue *Visual Language*¹⁹⁶ à l'été 1978, dont le sujet principal « French current of the letter » concernait l'esthétique de la littérature post-structuraliste. Les étudiants avaient mis en pages l'ensemble en fragmentant les huit essais. Ils y avaient ajouté de l'espace entre les lignes et les mots jusqu'à en déformer la syntaxe. Les textes étaient ainsi complètement éclatés et ce qui aurait dû être des notes de bas de page se retrouvait intégré et intercalé entre les lignes.

Toutefois, pour réaliser ce projet, il fallait comprendre les textes qui étaient mis en pages et se les approprier afin d'en faire une interprétation graphique. Ainsi, Richard Kerr, Alice Hecht, Jane Kosstrin ont composé ce numéro sous la houlette et les recommandations de Katherine McCoy et Daniel Libeskind¹⁹⁷. Ce dernier leur avait d'ailleurs donné un cours sur la théorie littéraire afin de pouvoir analyser et critiquer et ainsi mettre en place une réponse graphique. Ce qui allait à l'encontre d'une communication claire, directe et efficace prônée par le modernisme. Ceci marquait l'entrée d'un design graphique et typographique expérimental et controversé.

Cependant, ce n'est qu'après plusieurs années de tâtonnement que le vrai pas en avant eut lieu en 1983-1984, avec la promotion au sein de laquelle se trouvait Jeffery Keedy. Bien que d'autres tentatives furent faites par le passé, cette nouvelle génération de designers était vraiment avide de théories et de concepts différents. Jeffery Keedy fut, par exemple, influencé par les écrits de Hal Foster et Roland Barthes. Le designer, alors étudiant, aurait introduit Roland Barthes auprès de ses camarades de promotion déclare Katherine McCoy¹⁹⁸. Ed Fella, de son côté, avait également les mêmes références auxquelles il ajoutait de la sémiotique et de la critique littéraire et poétique. Pour eux, « La déconstruction est un moyen d'exposer la colle qui maintient la culture occidentale »¹⁹⁹

¹⁹⁶Volume 7, numéro 3.

¹⁹⁷Daniel Libeskind était directeur de la section architecture de Cranbrook à cette époque.

¹⁹⁸Ellen Lupton, J. Abbott Miller, *Writing Design Research*, *op.cit.*, p.8.

¹⁹⁹« Deconstruction is a way of exposing the glue that holds together western culture », Ed Fella cité dans Philip B. Meggs, *A history of Graphic design*, 3^{ème} édition, 1998, p.460.

Cette envie forte trouve également ses influences dans la photographie. Comme la directrice du département de l'époque l'explique, la photographie a également eu son importance dans le développement du design. Car, d'une part la photo était la première à intégrer les théories poststructuralistes dans sa recherche, et d'autre part la proximité géographique des deux départements (design, photo²⁰⁰) a largement facilité les échanges de manière informelle. La combinaison de ces éléments a aidé à faire émerger ce nouveau souffle typographique.

La question restait donc de savoir comment toutes ces théories allaient prendre forme de manière concrète ? Comment représenter la déconstruction, le vernaculaire ou encore le lettrisme ?

Pour Jeffery Keedy, ses lectures servent à alimenter sa recherche du design (graphique et typographique) non dans une vision moderniste de résolution de problèmes mais plutôt comme pratique culturelle. Dans un de ses prototypes d'affiche de 1984, celle sur la *Bodoni* reprend cette célèbre police de caractères agencée de manière libre dans la composition qui inclut des extraits de textes biographiques. Néanmoins, le tout reste cadré et le nom du typographe, ainsi que sa date de naissance et de mort est centrée vers le milieu de la mise en pages. À la même période, Jeffery Keedy réalise une autre affiche (*Graduate studies in fiber*) avec des effets dégradés, sans hiérarchie d'informations, dans les dessins et croquis en arrière-plan. Le spectateur y entrevoit plusieurs couches qui se superposent et doit prêter attention à chaque détail tout en laissant son œil se balader.

En 1991, l'académie présente une exposition de travaux d'étudiants intitulée : *Cranbrook Design : The New discourse*, qui sera par la suite montrée à New York et Tokyo. Elle fera également l'objet d'un ouvrage²⁰¹. Dans ce dernier, outre les différents travaux rassemblés dans le livre autour de cette thématique de la déconstruction, il est possible de retrouver dans la mise en pages des textes de présentation un rappel de la composition du *Visual language* de 1978. Le tout n'y est pas aussi fragmenté mais nous retrouvons là aussi des mots ou phrases ainsi que des images intercalées dans le corps du texte.

Mais est-ce que les designers comme le public étaient prêts à accepter la remise en cause et la déconstruction de leur système de valeur ?

²⁰⁰ Dirigé à l'époque par Carl Toth.

²⁰¹ Wild, Lorraine, Katherine McCoy, Roy Slade, Hugh Aldersey-Williams, Daralice Boles, Michael McCoy, et Niels Diffrient. *Cranbrook Design : The New Discourse*, Rizzoli International, . New York, 1990.

D'après Ellen Lupton, cet engouement pour le post-structuralisme ainsi que pour les autres théories, tenait plus de la forme que du fond²⁰². Leurs sens étaient interprétés de multiples façons par les designers qui, de plus, en avaient une vision très romancée. Déconstruire d'anciens préceptes jugés obsolètes avait quelque chose d'excitant. En outre, cela laissait libre cours aux designers pour exprimer une vision plus personnelle des choses, parfois trop au goût de certains. En effet, cette démonstration d'individualité ferait passer la forme avant la fonction et toute attaque ou critique envers une création typographique le serait en conséquence envers son concepteur. De son côté Katherine McCoy, bien qu'ayant encouragé ces lectures, préférait néanmoins l'aspect plus formel du design. Selon elle²⁰³, beaucoup d'étudiants se sont arrêtés à la forme sans en comprendre véritablement le fond et ce que cela impliquait. Toutefois, certains étaient parfaitement conscients de ce décalage entre fond et forme, comme Jeffery Keedy : « C'était l'aspect poétique de Barthes qui m'attirait, non l'analyse marxiste. Après tout, nous sommes des designers travaillant dans une société de consommation, et même si le marxisme est intéressant en tant qu'idée, je ne voudrais pas le mettre en pratique. »²⁰⁴

Le fondement de tout ceci est la résistance ainsi que la compréhension de la relation entretenue entre le langage écrit et visuel. Ce n'était pas tant de défaire que de réformer en quelque sorte le modernisme. La déconstruction implique une reconstruction sur de nouvelles bases mais surtout elle implique d'en retirer quelque chose. Or, l'idée de déconstruction s'accompagnait d'une vision très nihiliste de la société. Cette dernière est complexe, confuse pour cette jeune génération de designers qui traduit ce tumulte de manière très littérale. Puisque tout a déjà été fait ou testé, il ne reste rien à faire de plus que reprendre ce qui existe déjà. Finalement, ils ne travestissent pas la réalité mais dépeignent avec leur art, leur image du monde. Et bien que Katherine McCoy ou encore de fervents modernistes comme Massimo Vignelli ne partagent pas leur point de vue, ils concèdent qu'ils le font avec la plus grande honnêteté.

Du reste, il y avait comme une forme de superficialité à ces emprunts théoriques, et ainsi que Katherine McCoy le souligne, cette superficialité faisait du post-structuralisme et de la déconstruction un style, un « isme » sans profondeur.

²⁰²Ellen Lupton, « The academy of deconstructed design », Eye magazine [En ligne], consulté le 2 juin 2018.

URL : <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-academy-of-deconstructed-design>

²⁰³Ellen Lupton, *Ibid.*

²⁰⁴(notre traduction) « It was the poetic aspect of Barthes which attracted me, not the Marxist analysis. After all, we're designers working in a consumer society, and while Marxism is interesting as an idea, I wouldn't want to put it into practice » Jeffery Keedy interview avec Ellen Lupton, février 1991, cité dans *Design Writing Research*, p.8.

I.2.3.4. Classement et déconstruction

Comme nous avons pu le voir, la déconstruction a été traduite graphiquement par les étudiants en design durant cette période des années 1980. Toutefois, celle-ci ne s'arrêtait pas uniquement à des effets de styles mais elle a également touché la hiérarchisation des éléments.

La classification existe au sein même du domaine de la typographie. Cette dernière, tout comme la peinture, a été rangée par genre. François Thibaudeau²⁰⁵ a été l'un des premiers à instaurer un système de classement typographique. Son idée première était de remettre un peu d'ordre dans le foisonnement des types et familles de caractères existants qu'il présenta dans *Manuel français de typographie moderne* publié en 1924. Il créa ainsi quatre grandes catégories fondées sur les formes des empattements des caractères : *Elzévir* (forme triangulaire), *Didot* (forme filiforme), *Égyptienne* (forme quadrangulaire) et *Antique* (sans empattements).

En 1954, un autre Français, Maximilien Vox²⁰⁶, élabore une méthode de classification différente fondée sur la précédente. Il y instaure trois grands groupes, eux-mêmes subdivisés en sous-groupes. Les *Humanes*, *Garaldes* et *Réales* représentent le groupe des caractères classiques ou historiques (empattements triangulaires), les *Didones*, *Mécanes* et *Linéales* constituent les caractères modernes (traits simples), vient enfin le groupe composé des caractères d'inspiration calligraphique avec les *Incises*, *Scriptes* et *Manuaires*. Cette classification fut complétée plus tard par l'ATypI avec les *Fractures* (« gothiques ») et les *Non-latines* (alphabets non latins). Ces classifications visent non seulement à ordonner la typographie mais également à la standardiser. Par-delà, elles servent également à une forme de langage universel puisque la classification Vox-ATypI est la plus couramment utilisée.

Après François Thibaudeau et Maximilien Vox, c'est au tour Jean Alessandrini²⁰⁷, en désaccord avec ses prédécesseurs, notamment avec la vision François Thibaudeau, de proposer son *Codex 1980* :

Je conteste le système Thibaudeau pour les quatre raisons suivantes :

1. Les caractères qu'il est convenu de regrouper depuis 1921 sous l'appellation générique d'Antiques n'ont d'antique que le nom.
2. Ceux qu'il est convenu de nommer Égyptiennes n'ont pas grand-chose d'égyptien.

²⁰⁵ François Thibaudeau (1860-1925) typographe et imprimeur français.

²⁰⁶ Samuel Théodore Monod, dit Maximilien Vox (1884-1974) éditeur et typographe français.

²⁰⁷ Jean Alessandrini écrivain et typographe français.

3. La raison pour laquelle le terme Elzévir serait censé recouvrir la totalité des caractères à empattements triangulaires ne m'apparaît pas aveuglante.
4. Conférer enfin au seul Didot le soin de définir l'intégralité des lettres à empattements effilés me paraît relever d'un nationalisme singulièrement restrictif.²⁰⁸

Il y expose une nouvelle classification typographique avec une nouvelle terminologie plus adaptée à son époque. Ce dernier s'inspire de la classification des espèces animales et expose ainsi six listes dites de « désignations préliminaires » et cinq « dites de renseignements d'appoint » qui vont des caractéristiques générales aux plus particulières. Il conteste les appellations de François Thibaudeau qu'il trouve inadéquates, ainsi que le fait de faire de la *Didot* une sorte de mètre-étalon pour les familles à empattements. La *Didot* n'ayant, selon lui, pas plus de légitimité qu'une autre, en outre ce choix privilégierait une forme de nationalisme de la lettre. Dans l'ensemble, il leur reproche surtout la simplification d'un vocabulaire et d'une pratique riche, ainsi qu'une forme de nationalisme mal placé.

L'une des catégories proposées par Jean Alessandrini se prénomme « Hybrides » ; il se propose d'y regrouper toutes ces polices jusqu'ici inclassables car mélangeant plusieurs familles en une seule fonte. Ce groupe est intéressant car il synthétise en quelque sorte le besoin de Jean Alessandrini de décroisonner les genres. Ce dernier va de la sorte à l'encontre de la conception de François Thibaudeau. En effet, celui-ci s'opposait à toute hybridation stylistique de caractères qu'il qualifiait de monstrueuse et de difforme car pour lui cela ne pouvait aboutir qu'à une perte d'identité par le mélange ou la séparation.

Or, l'hybridation est bien un des aspects importants de la déconstruction typographique. Les designers certes démantèlent mais pour mieux reconstruire autrement. Ils en profitent donc pour expérimenter de nouvelles formes de caractères produites par l'hybridation. Maximilien Vox avait déjà tenté une hybridation, rien que par le nom de ses catégories de classement : *Didone* est un mélange entre *Didot* et *Bodoni*, *Garalde* tire son nom de *Garamond*.

L'arrivée de nouvelles technologies dont le numérique dans les années 1980-1990 ne fait qu'accroître et renforcer le phénomène de l'hybridation. La déconstruction s'accompagne du démontage comme effet marquant d'une rupture. Les divers emprunts historiques, qu'ils soient partiels ou totaux, ne sont pas uniquement là pour faire joli ou par nostalgie. Ils peuvent

²⁰⁸Alessandrini Jean, « Une nouvelle classification typographique : le Codex 1980 », *Communication et langages*, n°43, 3^{ème} trimestre 1979, p. 36.

également démontrer de vrais questionnements ou remises en question de l'histoire et proposer ainsi une relecture d'œuvres sous un angle différent.

Comme nous l'avons souligné, plusieurs classifications typographiques ont été proposées afin d'organiser et de hiérarchiser les polices de caractères selon des règles et spécificités précises. L'effet de la déconstruction va au-delà du simple effet visuel et s'évertue également à défaire ces catégories de manière plus ou moins intentionnelle en proposant des fontes difficilement classables. Ainsi plusieurs polices de caractères créées dans les années 1980-1990 font appel à d'autres polices qu'elles citent en se servant du *sampling*, technique importée de la musique. Hervé Aracil²⁰⁹ dans «Hybridation, démontage et citation» extrait de *Histoire de l'écriture typographique*²¹⁰ désigne ces polices sous le terme de «nom-programme». En effet, le nom de celles-ci fait ressortir le fait qu'elles sont hors genre ou de mauvais genre, comme l'énonce l'auteur. Leur seule appellation est une convocation historique qui nous informe sur elles.

La *Dead History*, caractère créé par P. Scott Makela en 1990, devient ainsi un caractère emblématique de l'hybridation permise par l'introduction de l'ordinateur dans la conception des polices. En effet, la *Dead History* combine deux fontes existantes : *Centennial* (1986) d'Adrian Frutiger et *V.A.G. Rounded* (1979) de Gerry Barney²¹¹. La première rappelle la *Century* de Linn B. Benton²¹² et Morris F. Benton²¹³, dessinée au XIX^e siècle pour l'American Type Founders, et dégage une certaine neutralité. La seconde avait été créée pour être la police de l'entreprise Volkswagen qui l'utilisa pendant une dizaine d'années. Ses lettres aux extrémités arrondies lui donnent un effet agréable, familial et accessible.

Avec la *Dead History*, Scott Makela cherche à montrer plusieurs choses : d'une part les possibilités offertes par l'ordinateur comme nouvel outil d'assemblage et de collage, d'autre part une nouvelle attitude dans la conception et la création typographiques. Bien qu'il se serve de deux polices anciennes, dont l'une fait même référence à un passé plus lointain, l'histoire n'est pas pour lui une source d'inspiration contrairement à d'autres designers. Pour lui, le passé est mort. Il y voit l'annonce de la mort de l'Histoire ou tout du moins sa fin.

²⁰⁹Hervé Aracil, professeur de design graphique et de typographie.

²¹⁰Jacques André, Christian Laucou, *Histoire de l'écriture typographique le XXe siècle, tome II : de 1950 à 2000*, Atelier Perrousseaux, 2016.

²¹¹Gerry Barney, co-designer de la *V.A.G Rounded*.

²¹²Linn Boyd Benton (1844-1932) designer typographique américaine et mère de Morris Fuller Benton. Inventrice de la poinçonneuse pantographe.

²¹³Morris Fuller Benton (1872-1948) designer typographique américain, fils de Linn Boyd Benton.

Le même principe de déconstruction et de ré-assemblage se retrouve ailleurs dans d'autres polices de caractères des années 1990. Il était possible d'arriver au même résultat auparavant (photocomposition) mais tout ceci est facilité par la technologie.

Les catégories permettent de mieux visualiser les différents éléments et styles typographiques, ainsi que de les contrôler par la classification. Chaque police de caractères appartient ainsi à une famille avec une description précise. De la sorte, la typographie ne souffre pas de désordre. C'est justement en touchant ce point précis que la déconstruction vient remettre en cause une hiérarchie âprement défendue²¹⁴.

Enfin de compte, que dire de la déconstruction ? Qu'elle a été l'un des points de départ importants du mouvement constituant le postmodernisme au sein des arts, qu'elle a fortement influencé de nombreux artistes et designers. Mais qu'en retenons-nous ? D'après Katherine McCoy plus grand chose, ou du moins juste la forme. Ses propos n'ont plus rien de novateurs ou de provocateurs. La déconstruction a tenté de défaire des années de sobriété et de minimalisme, de reconfigurer des catégories, mais elle a en quelque sorte échoué. Aujourd'hui, elle est entrée dans les mœurs, rentrée dans le rang. Elle a été absorbée par la culture et il n'en resterait qu'une coquille vide sans aucun message ou intention derrière. Il est vrai que les designers se sont approprié la déconstruction pour le meilleur et pour le pire. Cependant, quelque part, au-delà de l'aspect esthétique éclaté de quelques polices et mises en pages, elle a sans doute procurer un élan de liberté et d'expression personnelle où il n'est plus besoin de se justifier ou d'avoir un discours pour créer. Au fond, au-delà de l'aspect commercial, à l'heure actuelle où l'efficacité semble de nouveau reine, il existe sans doute encore une petite place pour que les designers conceptualisent sans arrière-pensée.

Ces hybridations, qui décloisonnent les genres, ne sauraient se concevoir sans le développement de la pratique d'appropriation.

I.2.4. Appropriation, pastiche, détournement

« Les bons artistes copient, les grands artistes volent. »

Pablo Picasso

²¹⁴La catégorisation de Jean Alessandrini et sa réfutation de la classification Vox, lui avait valu pas mal de critiques, notamment de Gérard Blanchard, José Mendoza et Fernand Baudin.

I.2.4.1. Pourquoi copier ?

Dans son livre *Transgression : graphisme et postmodernisme*, Rick Poynor dédie tout un chapitre au thème de l'appropriation. Comme nous avons pu l'évoquer dans un précédent chapitre, l'appropriation ou la citation, voire le pastiche, le détournement jusqu'au plagiat font partie des caractéristiques du postmodernisme. Le design graphique et typographique n'y échappent pas. Encore une fois, ce n'est pas une nouveauté de faire du neuf avec de l'ancien en reprenant des œuvres du passé. N'encourageait-on pas les élèves à copier les maîtres ? Comme l'explique Tibor Kalman²¹⁵, la copie est une pratique et une erreur que nous faisons tous²¹⁶, surtout quand nous sommes étudiants. C'est une méthode d'enseignement qui permet d'appréhender et de mieux comprendre un style ou comment une chose est construite et pensée. Néanmoins, la période postmoderne semble donner une toute autre dimension à ce phénomène qui paraît ne pas se faire dans le respect des règles et des conventions. Comment expliquer cet engouement soudain pour l'ancien ? Pourquoi refaire, reprendre, voire copier ce qui a déjà été fait ? Est-ce que ces appropriations diffèrent de ce qui a été précédemment réalisé ? Et si oui, en quoi ?

Nous pouvons identifier plusieurs pistes de réponses. La première serait encore une fois technologique. L'arrivée des ordinateurs, de nouveaux logiciels de mise en pages et de créations typographiques qui se démocratisent, favorisent les appropriations. Ces dernières sont ainsi facilitées. De plus, il y a une forme d'engouement autour des ordinateurs qui sont vus comme de nouveaux outils ou jouets qu'il faut découvrir et avec lesquels il faut expérimenter.

D'un autre côté, le design graphique et la typographie ont toujours été sujets à l'appropriation. En effet, le design se serait toujours auto-référencé quand il n'emprunte pas à d'autres domaines, comme l'indique Rick Poynor²¹⁷. De plus, les codes et conventions typographiques ont commencé à intégrer notre quotidien et notre culture par le développement des médias et ont été relayés par l'enseignement des écoles.

Pour Kerry William Purcell²¹⁸, cette utilisation, ce croisement du passé dans le présent représente la fragmentation de notre époque. L'histoire du design graphique et typographique

²¹⁵ Tibor Kalman (1949-1999) designer graphique américain d'origine hongroise, fondateur de l'agence M&Co. Il inaugure la typographie en mouvement grâce au numérique, qu'il utilisera dans des clips musicaux.

²¹⁶ Tibor Kalman, J. Abbott Miller, Karriet Jacobs, « Good History/Bad History », *Print*, 1991, (non paginé)

²¹⁷ Rick Poynor, *Transgression : graphisme et postmodernisme*, op.cit., p.72.

²¹⁸ Kerry William Purcell, « Plundering history for handy hints », *Eye magazine* [En ligne], consulté le 2 juin 2017. URL : www.eyemagazine.com/review/article/plundering-history-for-handy-hints

est souvent écrite et représentée de manière chronologique, sur base de moments et d'œuvres-clés qui ont forgé l'Histoire. Il s'agit là d'une approche historiciste.

1.2.4.2. L'avant-garde réappropriée

Le phénomène n'aurait pas soudainement émergé de nulle part dans les années 1980 mais aurait commencé vers la seconde moitié des années 1970. Pour Rick Poynor, le designer graphique anglais Barney Bubbles²¹⁹ avait doucement entamé ce qui allait devenir l'ère du pillage. Barney Bubbles est influencé par la scène psychédélique des années 1960. Il finit par se faire connaître par son style singulier (*Cosmic*) au point de devenir le designer graphique de groupes rock britanniques. Glenn Adamson²²⁰, lors de l'exposition *Postmodernism : Style and Subversion 1970-1990*, décrit son travail comme précurseur. Il aurait ainsi anticipé l'éclectisme visuel de l'ère de l'informatique qu'il est possible de trouver chez des designers comme Peter Saville, Neville Brody, April Greiman ou encore David Carson. Ses œuvres réalisées à une période où tout était encore manuel, pourraient aisément faire croire qu'elles ont été conçues avec un ordinateur. L'aspect bricolé et la citation présents dans ses travaux font qu'il entre dans les critères du postmodernisme. Par cette conception ainsi que sa pratique qui a inspiré de nombreux designers du mouvement postmoderniste, Glenn Adamson le range au même niveau que Robert Rauschenberg ou encore Frank Gehry.

Ainsi, plusieurs de ses visuels pour des artistes musicaux semblent rendre hommage à des artistes connus : *Music for the pleasure* de Damned en 1977 à Kandinsky, *Armed Forces* d'Elvis Costello sorti en 1979 à Jackson Pollock, Paul Klee et Piet Mondrian. Le designer fait ainsi appel aux Beaux-Arts, au Pop Art ou à l'expressionnisme abstrait. « Comprendre que Kandinsky était un moderniste signifiait que Bubbles était littéralement un "post-moderne" en réutilisant son répertoire. »²²¹. Barney Bubbles, par son travail, facilite ainsi une transition douce entre les années 1960 et 1970 et prépare le terrain pour ce qui allait venir dans les années 1980. Philipp Brophy le classe dans les pre-postmodernistes au même titre que Neville Brody, Geoff Halpin, le studio Rocking Russian d'Al McDowell ou Graham Smith. En tant que prédécesseur des designers qui feront partie de la vague postmoderne, Barney Bubbles dans sa conception serait plus « simple » et « décontracté » dans le sens où il n'inclut aucune donnée ou référence philosophique à son travail. Le designer se contente juste de suivre un

²¹⁹ Colin Fulcher dit Barney Bubbles (1942-1983) designer graphique et artiste anglais.

²²⁰ Glenn Adamson, curateur, historien et écrivain américain. Il a été entre autre directeur du musée d'art et de design de New York.

²²¹ (notre traduction) « And the understanding that Kandinsky was a modernist meant that Bubbles was literally being 'post-Modern' by re-purposing his repertoire. », Glenn Adamson, « Moods for postmoderns: Barney Bubbles at the V&A », Barney Bubbles [En ligne], mis en ligne le 30 août 2011, consulté le 2 juillet 2018. URL: www.barneybubbles.com/blog/archives/5315

courant musical pop rock. D'autre part, Barney Bubbles ne tient aucun discours historique ou pseudo historique.

Paul Scher²²² explique qu'à la fin des années 1970, début des années 1980, tout ce qui avait trait à l'art moderniste russe était devenu la nouvelle tendance²²³. Suite au relâchement pendant la guerre froide, des échanges culturels sont entamés. Ces derniers se traduisent notamment par des expositions et des mises en lumière concernant le Constructivisme et le Suprématisme (*Art in Revolution : Soviet Art and Design since 1917* à Londres). Des artistes comme El Lissitzky ou Malevitch, encore mal perçus et prohibés par le gouvernement russe en place, sont présentés. Leurs œuvres donnent un arrière-goût de rébellion et apparaissent séduisantes étant donné le contexte socio-économique et politique maussade dans les pays anglo-saxons. Influencé par tout ceci, chaque designer cherche à inclure désormais ces styles à son travail au point de créer un véritable mouvement. En Grande-Bretagne, les partis et les partisans de gauche s'en inspirent, notamment pour faire passer un message politique. Ailleurs, l'esthétique est récupérée par les groupes musicaux punk et la sous-culture.

Toutes ces réutilisations ainsi que tous les designers qui les appliquent, Philip Brophy les range dans la famille des *retro design* du design post-punk. Ce qu'il entend par *retro design* concerne « [...] toutes les impulsions artistiques et design qui réutilisent quelque chose du passé en mettant l'accent autant que possible sur le fait de ne pas altérer ou transformer l'original. »²²⁴. Il peut s'agir d'un simple réemploi sans arrière-pensée ou encore l'inclusion d'une pensée critique. Philip Brophy dénote une certaine ironie dans l'utilisation du passé : ne pas vouloir retourner dans le passé mais retourner le passé. En effet, les designers sont assez enclins à piocher leurs références dans la première moitié de XX^e siècle (Kurt Schwitters, Piet Zwart, El Lissitzky, Théo van Doesburg, Dada, etc.). L'avant-garde subit une réévaluation dans les années 1960-1970. Les designers réemploient le modernisme pour le faire revivre. Mais il s'agit là d'un « modernisme bidon »²²⁵ qui n'a pas l'aura de l'original. Le modernisme croyait en le futur et s'investissait dans le présent pour cela explique Tibor Kalman²²⁶. Or le postmodernisme ne semble croire en rien, sauf dans le fait qu'il n'y a rien à croire. Il utilise de

²²² Paula Scher (1948-) graphiste américaine.

²²³ « [...] it was also no coincidence that many of my designer friends had gone « Russian crazy » at the same time. When 500 unrelated people say « That's great! » at the same time and incorporate the influence into their work, it constitutes a movement. » Paula Scher, *Back in the USSR (Or that Ukraine Type Really Knocks Me Out)*, p. 257.

²²⁴ (notre traduction) « [...] all artistic and design-oriented impulses to re-use something from the past with as strong an emphasis as possible on not altering or transforming the original. », Philip Brophy, *The Displaced Present, Perfectly Placed*, Phil Brophy [En ligne], consulté le 1^{er} juillet 2018. URL : www.philipbrophy.com/projects/rstff/PostPunkGraphics_A.html

²²⁵ Ou « Jive Modernism » comme le nomme Tibor Kalman.

²²⁶ Tibor Kalman, J. Abbott Miller, Karriet Jacobs, « Good History/Bad History », *op.cit.*

l'authentique pour faire de l'inauthentique. Il y a donc une transition de styles, de conceptions et d'engouements du futur vers le passé.

Néanmoins, Neville Brody distingue le simple décalquage que peuvent faire certains designers, du reste de la production plus réfléchi. Dans le premier cas, il s'agit d'une copie sans âme et sans réflexion qu'il juge critiquable, dans le second il s'agit de faire en sorte de tirer le meilleur parti du modernisme et de son style. Ainsi, Neville Brody rend hommage à El Lissitzky dans une double page consacrée à Kraftwerk dans un numéro de la revue *The Face*. À l'opposé, Malcom Garrett²²⁷, qui s'inspire également de El Lissitzky pour *A different kind of tension* de Buzzcocks 1979, déclare que tout art est un vol et va jusqu'à inventer le mot *Retrievalism* pour nommer cette tendance.

Nous vivons dans un monde récupérateur où le passé est un puits sans fond, que l'on exploite à l'infini. L'invention est un mythe. On ne crée qu'à partir de ce qui existe déjà. Il n'y a pas de nouvelles couleurs. Le Récupératisme accepte le passé mais déteste la nostalgie. Il faut l'en extraire pour réinventer le futur. Voici le nouvel âge futuriste.²²⁸

Mais pourquoi employer cette méthode ? Dans le cas de création de visuels dans le domaine de la musique, Philip Brophy donne quelques explications comme élément de réponse :

- Duper en quelque sorte le spectateur afin de lui faire croire qu'il regarde autre chose qu'une simple pochette de disque.
- Utiliser tous les moyens possibles pour éviter de rappeler les effets de styles des années 1970.

Ces codes sont devenus des lignes directrices pour tout créateur, leurs modes de pensée et de conception s'adaptent en fonction de la demande et des supports. Dans un sens, il faut s'appropriier ces codes pour pouvoir s'en détacher, comme il faut copier les maîtres avant d'acquiescer sa propre technique. Cependant, les innovations futuristes et avant-gardistes ont été reprises de multiples fois jusqu'au pastiche, et ce, sans réel recul. Ce qui entraîna chez plusieurs critiques un certain mépris pour la jeune génération et la nouvelle vague typographique qualifiant leurs travaux de pillages C'est ce que fit Jon Savage²²⁹ au sujet de Jamie Reid ou de la pochette *Ziggy stardust* du groupe Bauhaus en 1982 qui reprenait le logo de l'école du même nom.

²²⁷Malcom Garrett (1956-) designer graphique anglais, pionnier dans le travail sur l'art et le design interactif avec les nouvelles technologies.

²²⁸Malcolm Garrett, « A Dearth of Typography », *Baseline*, n°13, 1990, p.41.

²²⁹Jon Savage (1953-) écrivain et journaliste anglais, spécialisé dans la culture rock britannique. Il a notamment écrit des biographies sur des artistes comme les Sex Pistols.

Nous pourrions écrire que puisque l'utopie moderniste d'un monde meilleur a échoué, les designers ne cherchent plus à innover car « à quoi bon ? ». Ils s'intéressent donc plus à représenter le monde tel qu'il est. Et le monde n'aurait plus rien à apporter, nous serions dans une phase où tout aurait déjà été fait. Il y aurait un épuisement de la course à l'innovation qui n'aurait d'ailleurs rien apporté. Cet épuisement amène donc à s'orienter et à reprendre des styles considérés comme éteints.

1.2.4.3. Le désenchantement

« Le modernisme a échoué parce que son esprit, l'optimisme, fut perdu. Le modernisme sans âme c'est les Trump Tower. »²³⁰

En plus des normes détournées, chaque graphiste possède désormais son propre style et langage ce qui rend difficile de les relier avec une mouvance particulière, étant donné qu'ils n'ont pas de bases communes.

Les designers graphiques et typographiques postmodernes piochent dans l'histoire de l'art et dans la culture sans pour autant prendre du recul ou analyser leurs œuvres qui, pour certains critiques, sont vides de sens et de réflexion. Pourtant, bien que piochées aux mêmes endroits, leurs appropriations ne sont-elles pas différentes ?

Mais, toutes ces reprises sont-elles des hommages ou un effet de consommation de masse qui transforme les œuvres en produits jetables ? S'agit-il de plagiat ou d'appropriation, de ré-actualisation dans le style postmoderniste ?

La question est d'autant plus présente que cette tendance rétro est populaire aux USA. Ceci est formalisé autour de Paula Scher et son affiche de 1984 pour les montres de la marque Swatch qui reprend une affiche pour l'office du tourisme Suisse de Herbert Matter créée en 1934. Si Paula Scher joue en faisant un rappel des origines suisses de la marque, les critiques se posent la question de la frontière entre la ré-interprétation et le plagiat. Néanmoins, elle reste une figure marquante des années 1980 jusqu'à aujourd'hui pour son approche des formes historiques en faisant appel aussi bien au Futurisme, qu'au Constructivisme ou encore

²³⁰ (notre traduction) « Modernism failed because the spirit of it, the optimism, was lost. Modernism without the spirit is Trump Tower. » Tibor Kalman, J. Abbot Miller et Karrie Jacobs, « Good History/Bad History », *op.cit.*

au Bauhaus. D'autres designers graphiques suivent cette mouvance en Amérique, comme Louise Fili²³¹ et Carin Goldberg²³².

L'utilisation répétée par les graphistes et typographes, de références artistiques passées montrent bien qu'il y a finalement un bénéfice commercial. Toutefois, tous les graphistes ne suivent pas cette voie et certains comme Tibor Kalman gratifie cette pratique de parasite du modernisme pour des auteurs en recherche de prestige et de reconnaissance. Ce modernisme « bidon », comme le nomme Tibor Kalman, est perçu comme un parasite qui se moque bien de la profondeur de ce qu'il utilise car il ne reste qu'à la surface. Seul le style l'intéresse. « Les designers maltraitent l'Histoire quand ils l'utilisent comme raccourci, pour donner une légitimité instantanée à leurs travaux et en faire une... réussite mercantile. La référence historique et la copie pure sont des substituts bon marché au manque d'idées. »²³³

Cependant, comme le souligne Michael Bierut dans *Designing under the influence*²³⁴, qui peut aujourd'hui se targuer de posséder, d'être le créateur d'un design et d'un style totalement original ? Pour l'auteur, personne, notamment en matière de légalité, en particulier dans une société où la culture elle-même n'est que réappropriation, comme le design graphique pourrait-il faire autrement ? Les marques utilisent les mêmes polices de caractères (l'exemple de l'*Helvetica*) quand elles ne souhaitent pas en avoir une qui se rapproche de leurs concurrents. À titre d'exemple, Michael Bierut évoque une interview avec un jeune designer fraîchement sorti de l'école et dont le travail graphique se rapprochait fortement de l'artiste Barbara Kruger que pourtant il ne connaissait pas. À cela plusieurs possibilités et l'auteur d'opter pour celle où la production de l'artiste, anciennement designer graphique, est devenue tellement normalisée à force d'être utilisée qu'elle fait désormais partie du paysage. Néanmoins, si le style de Barbara Kruger est facilement identifiable, elle n'est pas pour autant l'unique détentrice et utilisatrice des couleurs rouges et noires, pas plus que de la police *Futura*.

1.2.4.4. Le revivalisme

La reprise dans les années 2000 des styles inspirés par l' dit rétro, vintage ou revivaliste traduit-elle la nostalgie d'un temps passé devenu fiction ? Ou est-elle le symptôme

²³¹ Louise Fili (1951-) designer graphique américaine.

²³² Carin Goldberg (1953-) designer graphique américaine.

²³³ Tibor Kalman, J. Abbot Miller et Karrie Jacobs, « Good History/Bad History », *op.cit.*

²³⁴ Michael Bierut, « Designing under the influence », *Looking closer 5 : Critical Writings on Graphic Design*, Allworth Press, New York, 2006, p.180.

d'une nouvelle imprécision des frontières entre les domaines dans la recherche d'une nouvelle approche de l'art total ?

La réutilisation du passé, qu'elle soit une appropriation ou une citation, évoque pour certains une forme de sentimentalisme biaisée d'époques dont nous ne retirons que l'esthétique. Nous en venons également à la question de l'auteur et ses paradoxes.

Si le designer graphique et le typographe souhaitent une reconnaissance de leur travail en tant qu'auteur comment le pourraient-ils dans un monde où chacun pioche constamment chez l'autre et où l'originalité n'est plus ? Comment se revendiquer au-dessus du lot alors que tout le monde peut être auteur ?

Ce qui distingue le postmodernisme du simple style revivaliste, que nous pourrions étendre à la mouvance retro qui émerge depuis les années 2000, c'est l'inclusion de la parodie, de l'ironie ou encore du déplacement. Si Peter Saville reprend une imagerie avant garde ou Bauhaus pour la conception de ses pochettes d'albums ou affiches publicitaires, il ne s'agirait pas d'un simple copier/coller par manque d'inspiration mais bien d'un réemploi sciemment étudié. Peter Saville sait et il sait que nous savons, surtout si nous baignons dans la culture et en particulier la culture populaire. La cible de ses créations saurait également d'où vient la référence. Le travail du designer s'adresse donc à une communauté un minimum érudite. Il y aurait donc une forme de double jeu, de dialogue entre le public et le designer. Il est peut-être ici question de ce fameux dialogue qu'évoquait Charles Jencks et qui manquait aux modernistes²³⁵.

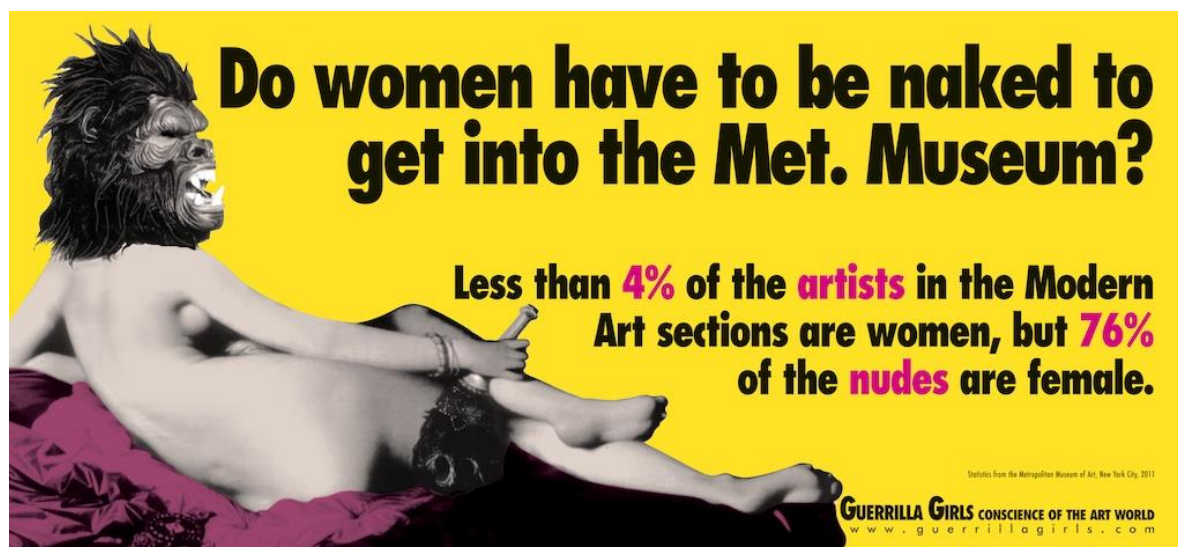
Néanmoins, la limite entre postmodernisme et revivalisme est assez floue. Le retour au vintage, au rétro et tous ces styles anciens, qu'il y ait un fond de pastiche ou non, peut être inclus dans le postmodernisme ou au moins perçu comme une conséquence de celui-ci.

1.2.4.5. Parodie et ironie

Pour en revenir à l'idée de la parodie ou de l'ironie, il s'agit là de concepts délicats qui sont à la limite du plagiat. Leur utilisation requiert une certaine pertinence avec le propos ou un certain regard éclairé sous peine de tomber dans le piège de la contrefaçon. Lors de ces reprises, les artistes et critiques font tout de même une distinction entre le pastiche et la

²³⁵Charles Jencks « What is postmodernism ? », In Lawrence Cahoon (éd), *From modernism to postmodernism : an anthology*, Blackwell, Cambridge, 1996, p.472.

parodie. Les deux impliquent l'imitation et la copie d'un style déjà existant. La parodie accentue les spécificités et bizarreries de l'original mais le tourne en dérision en créant un écart avec les conventions et normes habituelles tout en cherchant l'approbation du public. Le pastiche quant à lui, fait une imitation la plus proche possible de l'original mais sans humour. L'humour est par nature très ancré dans la culture, sa perception n'en est alors que plus personnelle. Il suffit de voir le procès qui opposait Jeff Koons au photographe Art Rogers en 1992. L'artiste américain avait utilisé une image d'Art Rogers sans autorisation préalable afin de la détourner. La photographie initiale intitulée *Puppies* montrait un couple assis sur un banc et tenant une portée de chiots. L'interprétation sculpturale qu'en fit Jeff Koons, nommée *Strings of Puppies*, en exagérait les traits et les couleurs au point de les rendre cartooniques. Le résultat ne pouvait être pris au sérieux et dénotait un effet parodique. Bien que l'artiste ait défendu son œuvre comme ayant un arrière ton de critique sociale, cela ne fut pas du goût du créateur de la photo originale à qui il dut payer des dommages et intérêts. Ce n'était évidemment pas la première fois que Jeff Koons se retrouvait dans cette situation²³⁶ mais cet exemple démontre bien qu'entre parodie et plagiat la frontière peut être mince. L'emploi de la critique ou du message en arrière-plan ne justifie pas tout. Il est possible face à ce genre d'événement de crier à la censure et à la limitation artistique. Mais le réemploi de choses déjà existantes, n'est-ce pas aussi de la limitation artistique ? De même choisir entre l'hommage, la référence historique ou le déplacement d'une référence est également délicat et dépend de l'intention initiale de l'auteur.



Guerrilla Girls, *Est-ce que les femmes doivent être nues pour entrer au Metropolitan Museum ?* Sérigraphie sur papier, 69,5 x 193 cm.

²³⁶En 1985, Jeff Koons eut également des déboires à cause d'une de ses œuvres qui réutilisait une affiche publicitaire élaborée par Franck Davidovici pour Naf-Naf.

De leur côté, les Guerrilla Girls se servent de techniques et de codes issus de la publicité afin de faire passer un message sur la place de la femme et des minorités dans le paysage artistique. Ici, l'intention est clairement établie. En plus des affiches noires et blanches, souvent sans images, le groupe élabore des affiches dans lesquelles l'art est directement convoqué. En effet, elles n'hésitent pas à piocher dans l'histoire de l'art et la publicité pour y ajouter un message clairement satirique et dénonciateur en usant des codes publicitaires. Leur affiche *Do women still have to be naked to get in the Met. Museum?*²³⁷ (mis à jour en 2005 et 2012) reprend *La grande Odalisque*²³⁸ de Jean-Auguste-Dominique Ingres affublée d'un masque de gorille, signe distinctif des Guerrilla Girls²³⁹. Le ton est ici clairement identifié. Cette jeune femme nue et langoureusement allongée sur son lit, transposée dans un Orient fantasmé et sensuel, condense ce que le groupe reproche aux musées comme le Met : une majorité de femmes nues, plus que de femmes artistes représentées. Ces images participent au détournement de l'art au profit de messages plus politiques et engagés.

1.2.4.6. L'historicisme

Néanmoins, il est souvent énoncé que nous sommes arrivés à un stade où tout aurait déjà été créé. Le réemploi ne serait alors qu'une mise au goût du jour, une actualisation de la pensée qui aurait atteint ses limites. À l'exemple de sites comme *Joe La Pompe* qui fait la chasse à la copie et dénonce les réemplois d'images et de concepts publicitaires. Ce genre d'initiative cherche à montrer le manque créatif que nous côtoyons.

Un designer typographique utiliserait dès lors tous les systèmes et stratégies contemporaines à sa portée pour atteindre son but. Le postmodernisme inclut ainsi la notion de pluralisme. Le designer ou l'architecte accepte le design pour différents publics, différentes cultures qui n'ont pas forcément ni les mêmes aspirations, ni les mêmes problématiques. Il n'y aurait donc pas une fonction commune à tous mais plusieurs fonctions qui s'articulent entre elles, voire s'adaptent selon les besoins. Cela produit un style éclectique, hybride qui autorise d'y ajouter sa propre vision des choses, d'être éventuellement plus personnel, plus radical dans les propositions.

²³⁷ Guerrilla Girls, *Est-ce que les femmes doivent être nues pour entrer au Metropolitan Museum ?* Sérigraphie sur papier, 69,5 x 193 cm.

L'affiche a également été traduite dans plusieurs langues.

²³⁸ Jean-Auguste-Dominique Ingres, *Une odalisque*, dit *La grande Odalisque*, huile sur toile, 91cmx162cm, musée du Louvre, 1814.

²³⁹ Jeu de mots entre guerrilla et gorilla.

S'accomoder à un monde postmoderne où l'information et la communication se déplacent et changent sans cesse demande une grande capacité d'adaptation.

Comme l'écrit Tibor Kalman dans son discours *Good History/Bad History* : « Nous nous sommes débarrassés de l'histoire dans les années 60 ; nous avons vu à quoi ressemblait le monde sans elle dans les années 70 ; et nous l'avons supplié de revenir dans les années 80. »²⁴⁰. Il s'agirait par conséquent d'un véritable phénomène qui a pris d'assaut tous les domaines et médias.

Tibor Kalman souligne qu'étudier l'Histoire n'est pas une mauvaise chose, elle peut même être importante afin de mieux nous comprendre et appréhender le futur²⁴¹. Toutefois, tout dépend de la manière dont nous l'écrivons. L'influence de l'Histoire est grande et de ce fait sa réécriture peut avoir des conséquences néfastes. Pour le designer l'histoire du design comporte deux problèmes : d'abord la manière dont le design est écrit et ensuite la manière dont il est plus montré que véritablement rédigé. En somme, il y a beaucoup de choses à voir mais peu à en tirer. Que le design graphique soit une discipline récente explique en grande partie cela. Et bien que la typographie soit plus ancienne, ce n'est que récemment que nous avons commencé à lui forger une histoire et que nous entamons sa critique. Néanmoins, la remarque est encore valable aujourd'hui, quand nous voyons le nombre de beaux ouvrages « catalogues » sur la typographie qui montre beaucoup de créations mais n'ont rien à en dire.

Le peu de choses existant sur le sujet vient sans doute de ce que les designers ne lisent pas, nous explique Tibor Kalman, idée que confirme Mr Keedy²⁴². Si l'argument peut sembler un peu caricatural, nous pouvons imaginer qu'il y a un fond de vérité étant donné que le design postmoderniste a véritablement pris de l'ampleur avec la lecture de critiques et théories d'autres disciplines. Cependant, cette justification implique autre chose : que les designers, parce qu'ils ne lisent pas (ou ne souhaitent pas lire ?), ne sont pas au fait de ce qui se passe, notamment dans l'univers de l'édition. De nombreux designers auraient donc les mêmes idées au même moment car ils n'auraient pas pris connaissance de ce qui se fait en matière de création contemporaine. Puisqu'ils auraient les mêmes références et influences qui viennent de la culture populaire et du domaine public, non protégés par les droits d'auteurs, il y aurait donc du plagiat inconscient. Ou au contraire, les designers s'approprieraient ce droit dans un élan de « pas vus, pas pris ». C'est ce que faisait déjà certains d'entre eux dans les

²⁴⁰(notre traduction) « We got rid of history in the '60s ; saw what the world looked like without it in the 70's ; and begged it to come-back in the '80s » Tibor Kalman, J.Abbot Miller et Karrie Jacobs, « Good History/Bad History », *op.cit.*

²⁴¹*Ibid.*

²⁴²Jeffery Keedy, « Graphic designers probably won't read this...but, », Emigre [En ligne], consulté le 2 juin. URL : www.emigre.com/Essays/Emigre/Graphicdesignersprobablywontreadthisbut

années 1970 en reprenant directement dans des livres des visuels qui leur plaisaient bien. Ainsi Alton Kelley était allé jusqu'à découper au canif l'image d'un squelette dans un bain de roses dans un livre de poésie pour créer la célèbre affiche du groupe Grateful Dead²⁴³.

L'histoire du design est comme toute histoire en général : elle fait le tri. Elle fait en sorte de garder ce qui lui semble important de se rappeler pour la postérité et au contraire d'oublier le reste. Les historiens sont ceux qui font l'Histoire, d'après Tibor Kalman²⁴⁴, en nommant des courants, des époques, des écoles de pensées. Quelque part ils forgent notre manière de penser le design. En conséquence, ils sélectionnent ceux qui seront représentatifs d'une décennie et qui seront des modèles à suivre et à copier. C'est l'Histoire qui dicterait ce qu'est un bon et un mauvais design, ce qui est *high* et *low*, ce qui est élitiste et populaire. Ajoutez à cela le filtre de la mémoire collective.

L'appropriation constante de l'histoire dans les années 1980 amène à décontextualiser ses éléments. Les designers les extraient et les dissocient de leur contexte. Il suffit donc de plaquer sur d'autres ces éléments qui sont autant de signes, des *ready-made* stylistiques. Or Tibor Kalman met en garde contre cette utilisation abusive qui conduit à un mauvais design. D'une part car cela montre un manque flagrant d'idées mais aussi un manque d'ambition et de travail en cédant aux sirènes de la facilité. Il est aisé de se laisser tenter, après tout ces styles ont fait leurs preuves. Souvent les gens les connaissent et les apprécient. L'appropriation joue sur la nostalgie et la familiarité d'une époque révolue, généralement fantasmée par les personnes qui ne l'ont pas connue. Sans doute que cet engouement pour le passé sert à compenser le pessimisme à l'égard du présent dont fait preuve le postmodernisme.

Ce qui démarquerait ces emprunts des précédents, c'est qu'ils seraient certes nostalgiques mais moins brouillons et plus branchés.

Finalement, ce n'est pas tant l'utilisation de l'historicisme qui pose problème à Tibor Kalman car, comme nous l'avons évoqué en amont, la référence historique peut être une bonne chose. Par contre, c'est son abus qui le gêne. L'appropriation ne devrait rester qu'une étape dans le développement de nos goûts et de notre style. Nous devrions, arrivés à un certain stade, pouvoir la dépasser pour passer à autre chose.

²⁴³Judith Perrignon, « Alton Kelley et Stanley Mouse, graphistes avant-gardistes », Le Monde [En ligne], mis en ligne 16 janvier 2017, consulté le 01 juin 2018.

URL : www.lemonde.fr/m-actu/article/2017/01/16/alton-kelley-et-stanley-mouse-graphistes-avant-gardistes_5063526_4497186.html

²⁴⁴Tibor Kalman, J. Abbot Miller et Karrie Jacobs, « Good History/Bad History », *op.cit.*

Ce que craint Tibor Kalman, c'est que nous nous dirigions vers un nouveau design historiciste mais qui cette fois-ci serait double (hyper-bidon²⁴⁵). Ce serait de la citation de citation qui ôterait ainsi tout le contexte original et exclurait le second des années 1980-1990. « Le mauvais historicisme réduit l'histoire au style. »²⁴⁶

Cette soudaine impulsion vis-à-vis de l'avant-garde n'est pas un phénomène nouveau. L'utilisation d'œuvres de cette époque traduit potentiellement un désir de raviver la flamme utopiste d'un modernisme qui commence à s'éteindre. Malheureusement, elle n'agira que comme une étincelle car l'effet de rébellion ne touchera que la surface à travers le style. L'emploi de la référence n'est cependant pas totalement négatif si cette référence est accompagnée d'une démarche consciente. « Une référence signifie seulement ça : vous faites référence à quelque chose. Cela vous donne une idée. Vous créez quelque chose de nouveau. »²⁴⁷

I.2.5. Transgression ?

I.2.5.1. La transition douce

Pour Steven Heller, la transgression typographique, qu'il nomme « crimes », a lieu tous les jours. Cependant, c'est à partir de la fin des années 1960 début des années 1970 que la « victimisation » commence à se faire vraiment présente. La désobéissance aux règles est progressive, comme le montre le designer Wolfgang Weingart, héritier du modernisme d'Emil Ruder. En effet, Wolfgang Weingart se trouve à cheval entre deux conceptions typographiques. Celle suisse lui sert de point de départ. Par la suite, il tentera de s'émanciper de cette tradition acquise, et de s'orienter vers une perception de la typographie plus postmoderne. Cependant, il ne se considère pas comme un pionnier de cette « nouvelle » typographie qui arrive avant l'ère du numérique.

Dans un premier temps, il a été un fervent admirateur de ce qu'on nomme communément le style suisse ou international, qui a fini par ne plus le satisfaire. En effet, dans les années 1960, Wolfgang Weingart arrive à une période de transition et il commence à percevoir les limites de ce style. « Poussés par les troubles sociaux de notre génération, les

²⁴⁵« Hyper-jive. », *Ibid.*

²⁴⁶(notre traduction) « Bad historicism reduce history to style » *Ibid.*

²⁴⁷(notre traduction) « Reference means just that : You refer to something. It gives you an idea. You create something new. », *Ibid.*

forces derrière la typographie suisse et sa philosophie de réduction perdaient leur emprise internationale. Mes étudiants étaient inspirés, nous étions sur quelque chose de différent, et nous le savions. »²⁴⁸

En parallèle, l'informatique se développe. Bien que le micro-ordinateur n'était pas aussi généralisé qu'aujourd'hui, son développement est une étape dans la démocratisation des outils numériques. Plusieurs designers profitent de l'opportunité pour expérimenter de nouvelles approches. Muriel Cooper est l'une des premières à l'utiliser afin de générer des systèmes et des outils de visualisations en 3 D. Son travail permet de faire prendre conscience que le traitement de l'information sur le support autre qu'imprimé est possible. Il s'inscrit dans la lignée des recherches sur les médias interactifs du Visible Language Workshop qu'elle a co-fondé en 1974 au département d'architecture du MIT. Néanmoins, bien qu'elle soit pionnière dans ce domaine, elle n'en reste pas moins du côté des modernistes.

De son côté, April Greiman, elle aussi, embrasse complètement l'arrivée de l'informatique. Elle est d'ailleurs considérée comme une pionnière dans l'utilisation et l'intégration des nouvelles technologies comme nouveau médium pour le design. Max Bruinsma²⁴⁹ la qualifie même de « dame de premier plan du design à la souris »²⁵⁰, alors qu'en France le journal *l'express* la surnomme la « dame au Macintosh »²⁵¹. Ancienne élève de Wolfgang Weingart, sous l'égide de qui elle a étudié à l'école de design de Bâle²⁵², elle permet l'importation des idées de la « nouvelle vague » (*New Wave*) aux États-Unis.

Un autre élève de Wolfgang Weingart, Dan Friedman, poursuit également cette voie. Cependant rapidement lassé, tout comme le fut son mentor autrefois avec le style suisse, il propose en 1994 une autre approche du design qu'il nomme le modernisme radical. En réalité, il ne s'agit pas tant d'une radicalisation du modernisme qu'un entre deux, entre modernisme et pensée postmoderniste. La démarche de ce « révisionniste suisse »²⁵³, comme le nomme Victor Margolin²⁵⁴, se veut être un compromis entre l'idéalisme du premier, où le design peut

²⁴⁸(notre traduction) « Accelerated by the social unrest of our generation, the force behind Swiss Typography and its philosophy of reduction was losing its international hold. My students were inspired, we were on to something different, and we knew it. » Wolfgang Weingart cité dans Philip Burton, « Wolfgang Weingart », AIGA [En ligne], consulté le 2 juillet 2018. URL : www.aiga.org/medalist-wolfgang-weingart

²⁴⁹Max Bruinsma est un critique et écrivain du design danois. Il est notamment fondateur du magazine *Items*.

²⁵⁰(notre traduction) « leading lady of design-with-the-mouse » extrait de Max Bruinsma, « A way to the mouse », *Items* n°3, vol.14, mai 1995, (non paginé).

²⁵¹Annick Colonna-Césari, « April in Bordeaux », *l'express* [En ligne], mis en ligne mars 1994, consulté 9 mai 2018. URL : https://www.lexpress.fr/informations/april-in-bordeaux_597599.html#W4EB1cqpp1G8M1xP.99

²⁵²Schule für Gestaltung Basel.

²⁵³Victor Margolin, « Dan Friedman : Radical Modernism (a review) », *Emigre* n°34, 1995.

Disponible : <https://victor.people.uic.edu/reviews/friedman.pdf>

²⁵⁴Victor Margolin est professeur en histoire du design à l'université de l'Illinois, co-fondateur de *Design Issues*, il participe également à la revue *Science du Design*.

aider à améliorer la société, et le rejet de certaines conventions du second, afin de s'adapter à une société plus contemporaine.

L'idée de modifier le modernisme plus que de le rejeter, le rapproche du design radical italien amorcé dans les années 1970 avec Archizoom ou encore Superstudio. Cependant, les designers radicaux italiens souhaitaient rompre avec le passé afin de bâtir un futur débarrassé du fardeau de l'Histoire, modernisme inclus. De son côté, Dan Friedman élabore en 1994 son projet en 12 points (travaillez avec passion et soyez responsable, exprimez vos valeurs, oui au passé non à la nostalgie, soyez inclusif, pensez votre travail comme important, utilisez le pour le bien de tous, soyez un leader provocateur, acceptez la compétition dans le travail, ne restez pas bloqué, utilisez la technologie, mettez en relations les disciplines créatives, soyez radical...)²⁵⁵

Ainsi, les recherches entamées en particulier par Wolfgang Weingart dans ses enseignements, se répercutent ailleurs. Elles permettent de faire le lien entre modernisme et postmodernisme.

1.2.5.2. Le culte de la laideur

Comme le dénote Steven Heller, l'époque postmoderne n'est plus à la célébration de la beauté, ni même à la dichotomie entre beauté et laideur. Nous ne retrouvons plus les valeurs positives généralement associées au premier (moralité, bonté, vertu), ni négatives liées au second (immoralité, méchanceté, perversité). Au contraire les tendances s'inverseraient. La laideur nous serait désormais coutumière.

Dans un article intitulé *Cult of the ugly*²⁵⁶, paru en 1993 dans le magazine *Eye*, Steven Heller évoque cette nouvelle célébration de la laideur de notre époque. Cette hideur se retrouve notamment dans les expérimentations graphiques et typographiques. Certes, les expérimentations sont justement faites pour faire évoluer une discipline, d'après l'auteur, mais l'amas de formes désorganisées ne sert qu'à rendre la communication difficile et à parasiter le message. Ce dernier compare même cet ensemble de styles hétéroclites à des peintures de

²⁵⁵AIGA, « « Be Radical : Dan Friedman's 12-point Modernist Agenda Still Utterly Relevant After All These Years », AIGA [En ligne], mis en ligne le 8 octobre 2014, consulté le 2 juillet 2018. URL : www.aiga.org/be-radical--dan-friedman-s-12-point-modernist-agenda-still-utterly-relevant-after-all-these-years

²⁵⁶Steven Heller, « Cult of the ugly », Typotheque [En ligne], mis en ligne le 29 novembre 2004, consulté le 9 novembre 2017. URL : www.typotheque.com/articles/cult_of_the_ugly

guerres, destinées à marquer, choquer même, dans un premier temps, pour ensuite inciter de nouveaux modes de lecture de la part des spectateurs.

Cette vague serait apparue dans les années 1970 avec le punk qui justement rejette l'*establishment* et donc la rigueur du modernisme. D'abord marginal, le mouvement prend ensuite de l'ampleur et devient un phénomène culturel. L'effet bricolé, avec ces polices découpées dans les journaux pour être assemblées de manière disparate, devient un peu la marque de fabrique du punk. Les créations, notamment celles de Jamie Reid pour les Sex Pistols, en rappellent d'autres : futuristes, dadaïstes ou encore situationnistes. Encore une fois, la référence à l'avant-garde est présente. C'est justement la scène punk (Jamie Reid), et par la suite grunge (Art Chantry), que Rick Poynor cite en modèle de transgression dans son ouvrage *Graphisme et postmodernisme*²⁵⁷. Il prend en exemple Art Chantry, graphiste passé de la scène punk à grunge, pour qui le design graphique doit refléter les aspirations d'une communauté dans un espace et un lieu donnés. Celui-ci possède une esthétique tournée vers le rétro et travaille en particulier le collage, le photomontage, le pochoir, à l'aide de la photocopie, avec des effets de textures plutôt rugueux, accidentels. L'album *Seven years golden* du groupe The Throw Ups dont la couverture est une photocopie d'une image agrandie et découpée tout droit sortie d'un magazine des années 1950.

Son travail privilégie toujours le fait main, alors qu'à l'heure actuelle c'est plutôt le numérique qui prime. Il est montré comme un pionnier dans cette approche où l'imperfection devient la norme. Art Chantry s'autorise l'erreur, l'incident et le « mal faire » dans une société où l'informatique cherche justement à éviter les défauts qui deviennent de moins en moins présents grâce à la retouche immédiate.

La présence de l'erreur permet justement d'ajouter une touche d'authenticité aux œuvres car ce qu'il fait ne peut être reproduit sur ordinateur. Et justement ces effets ratés qui en font sa marque de fabrique. Le designer oscille donc entre des effets vintages, une forme de faux amateurisme et une laideur assumée.

L'esthétique punk et grunge s'oppose à la recherche d'absolu voulu par le modernisme typographique. Là où ce dernier souhaitait répondre de manière universelle au plus grand nombre, la typographie dans le domaine du punk et du grunge, dans les années 1980 et 1990, s'attache à représenter une communauté. Aujourd'hui il n'est pas rare de voir ce genre de polices de caractères à l'aspect usé sur des visuels ou des emballages que nous croisons tous

²⁵⁷Rick Poynor, *Transgression : graphisme et post-modernisme*, op.cit., p.85.

les jours. Pour Jesse Reyes, c'est la preuve que le travail de Art Chantry s'est infiltré dans la culture dominante.

Ces difformités typographiques acceptées trouvent néanmoins ses détracteurs. Un de ceux à s'insurger contre cette montée de « laideur », qui va à l'encontre des principes du bon et du beau design, est Massimo Vignelli. Le designer réagit vivement, notamment contre la revue *Emigre* qui semble concentrer tous les défauts de ce mouvement postmoderniste. Dans un débat initialement publié dans le magazine *Print* en 1991, il va même jusqu'à traiter *Emigre* d'« ordure », voire carrément « d'usine à déchets »²⁵⁸.

Bien que Massimo Vignelli n'emploie pas le terme de « laid » pour parler de la revue, la description qu'il en fait y correspond cependant. Rappelons que, par définition d'après le *Littré*, le laid est ce : « Qui déplaît à la vue, pour quelque défectuosité dans la forme ou la couleur, en parlant du corps et de ses parties. ». Il est question là d'une approche esthétique du laid car celle morale amène de son côté une dimension autour du mépris et de la désapprobation. Les deux entrées sont néanmoins valables lorsque nous lisons les propos de Massimo Vignelli dont le dédain, la réprobation et l'irritation sont palpables. Le designer éprouve effectivement un déplaisir certain à feuilleter *Emigre* qu'il ne tient pas en haute estime, comme l'attestent les termes qu'il emploie pour évoquer la revue (disgracieuse, déchet). « Nous ne pouvons pas mettre de déchets sur un piédestal, juste parce cela existe, cela ne prouve pas que c'est de la qualité. »²⁵⁹

Ces protestations ont au moins le mérite de (re) lancer le débat sur la dichotomie beauté/laid, mais surtout sur ce qu'est le « bon design ». Est-ce que le design doit être beau ? Comment définir le « bon » design ? Comment déterminer ce qui est de la qualité ?

La première question mériterait une étude à elle seule et ce n'est pas le propos ici. Notons simplement qu'elle occupe les questionnements des designers puisque la biennale internationale du design de Saint-Étienne s'était penchée sur la question en 2015 avec sa thématique *Les sens du beau* et une exposition *L'essence du beau*. Les problématiques autour de l'esthétique du design allaient de pair avec celles de l'intention, des pratiques et des valeurs. La préoccupation majeure des artistes serait la quête du beau d'après Murielle Gagnebin²⁶⁰. Et si nous suivons la pensée de Baumgarten, le beau serait associé au parfait²⁶¹.

²⁵⁸ « Garbage factory » Julie Lasky, « Massimo Vignelli vs. Ed Benguiat (Sort of) », *Design Observer* [En ligne], 2010, consulté le 2 juin 2018. URL : <https://designobserver.com/article.php?id=15458>

²⁵⁹ (notre traduction) « We cannot put garbage on a pedestal; just because it exists does not prove that it is quality. », *Ibid.*

²⁶⁰ Murielle Gagnebin, *Fascination de la laideur : l'en-deçà psychanalytique du laid*, Editions Champ Vallon

En design, un bel objet serait également un objet parfait dans le sens où il répond à une ou des fonctions précises pour un ou des usages spécifiques. La beauté induirait donc l'utile, la fonction. Pourtant la perfection (dans la fonction) ne nécessite pas forcément que la chose (objet, être) soit belle. Karl Rosenkranz explique ainsi que les deux ne sont pas forcément en lien²⁶². Il prend en exemple la faune et la flore dont certains spécimens peuvent être parfaitement adaptés à leur environnement et à leur besoin en dépit de leur laideur. L'imperfection ne se conjugue pas avec l'esthétique. Ici ce sont plutôt les discussions autour de la beauté ou de la laideur typographiques en lien avec la fonctionnalité qui nous intéressent.

À la seconde question qui concerne la notion de bon design, nous avons vu que le beau induit des valeurs morales dont le bon. Mais est-il vraiment question de vertu ? Nous pourrions aller, là aussi, plus loin sur cette notion de bon design, en s'interrogeant déjà sur ce qu'est vraiment le design, mais les réponses sont multiples et là n'est pas non plus notre propos. Nous examinons plutôt la typographie à travers le design et l'art.

Concernant la qualité, cette dernière se définit, comme l'affirme Massimo Vignelli²⁶³, par la connaissance fondée sur une conscience et une compréhension de théories et d'études en lien avec l'information et la communication, telle la sémiotique. Or « les renégats », comme il les surnomme, cultivent la laideur par leur ignorance. Pour d'autres, comme le typographe Giambattista Bodoni, la beauté s'applique en quatre principes : régularité, clarté, bon goût et charme²⁶⁴.

Mais la beauté peut-elle être universaliste et s'appliquer en suivant des règles précises ? Les choix que nous faisons pour tendre vers la beauté sont personnels et subjectifs. Pourtant, certaines polices de caractères seraient unanimement défendues comme les plus remarquables par leur élégance comme celles de Jean-François Didot et de Giambattista Bodoni. Néanmoins, cette perfection n'est pas du goût de tous et certains la trouveraient ennuyeuse et insipide, déclare Peter Bil'ak²⁶⁵. De ce fait, la laideur, toute subjective qu'elle soit, serait plus intéressante car elle permettrait d'aller plus loin dans l'expérimentation et l'exploration. Il y aurait chez le typographe et le spectateur une fascination pour ce qui est

Seyssel, 1994, p.78.

²⁶¹Karl Rosenkranz, *Esthétique du laid*, Circé, Belval, 2004, p.47.

²⁶²*Ibid.*

²⁶³Ellen Shapiro, « Massimo Vignelli : Creator of Timeless Design and Fearless Critic of « Junk » », Print [En ligne], mis en ligne le 28 mai 2014, consulté le 2 juin 2018. URL : www.printmag.com/ellen-shapiro/massimo-vignelli-fearless-critic-of-junk/

²⁶⁴Giambattista Bodoni, *Manuel de typographie*, Taschen, Köln, 2016, p. 729-731.

²⁶⁵Peter Bil'ak, « Beauty and Ugliness in Type design », Typotheque [En ligne], mis en ligne le 25 septembre 2012, consulté le 16 janvier 2018. URL : www.typotheque.com/articles/beauty_and_ugliness_in_type_design

difforme. Ces typographies nouvelles introduisent de l'insolite dans le quotidien, mais leur contemplation ne semble pas provoquer un sentiment d'angoisse telle une inquiétante étrangeté ou bien une préfiguration de notre mortalité. Cependant, Emigre arrive tout de même à indisposer, c'est le cas pour Ed Benguiat qui se dit mal à l'aise sur le plan typographique en la consultant²⁶⁶. En ce qui concerne le sentiment esthétique de la laideur, il faudrait sans doute aller chercher plus du côté du manque et de l'incomplétude.

1.2.5.3. Emigre et la lisibilité

Si nous reprenons la définition du laid, la déféctuosité dans la forme, plus que la couleur, vient très certainement du fait que la revue n'est pas lisible, comme le soulève Andrew Kner²⁶⁷. La question de la lisibilité et de la compréhension est d'ailleurs un autre point de débat au sujet d'Emigre et plus généralement de la typographie des années 1980-1990, dont se plaignent Steven Heller et Massimo Vignelli. Les polices de caractères hybrides présentées, telle *Dead History* de Scott Makela en 1990, fusionnent plusieurs fontes en une seule et créent ainsi de l'ambivalence. Leurs auteurs extraient des morceaux d'autres polices pour les insérer dans un contexte nouveau. Ils opèrent une métamorphose qui passe parfois par l'expérimentation. Il semblerait néanmoins que mélanger plusieurs « belles » polices ou considérées comme ayant un « bon » design, n'occasionne l'apparition que d'une autre police à la beauté et à la fonctionnalité équivalentes, mais certainement pas plus belle.

De plus, certaines mises en pages ne permettent pas de se rappeler de l'information que nous venons juste de lire, tellement elles parasitent notre lecture. C'est ce que Ed Benguiat reproche notamment aux travaux de Paula Scher.

En effet, la lisibilité avec l'idée de clarté, contribue à l'effacement de la typographie au profit du message comme le préconise Beatrice Wardee. Cependant, privée de ce que certains considèrent comme ses fonctions premières (lisibilité, compréhension, communication etc.) la typographie devient handicapée et handicapante pour le spectateur-lecteur.

Dans *Cult of the ugly*, la cacophonie des styles rappelle à Steven Heller les créations des avant-gardes de la première moitié du XX^e siècle. Ces « rebelles de la communication du passé »²⁶⁸ comme il les nomme, s'amusaient déjà à troubler l'ordre et la rigueur

²⁶⁶Julie Lasky, *op.cit.*

²⁶⁷*Ibid.*

²⁶⁸« Communications rebels of the past »

typographiques. Si nous reprenons des œuvres futuristes comme par exemple, *Le soir couchée dans son lit, elle relisait la lettre de son artilleur au front*²⁶⁹ de F.T. Marinetti, le but n'est pas de lire la lettre d'un soldat mais bien de faire ressentir aux spectateurs ce qui se passe sur le champ de bataille. L'œuvre aurait pu être plus littéraire par le biais de descriptions longues et détaillées, ou encore de métaphores. Or, son auteur choisit ici d'enchevêtrer lettres manuscrites et préfabriquées de tailles et de polices différentes dont certaines ne sont plus que des éléments graphiques. Le spectateur peut discerner quelques mots (*esplosione, simultaneita*) mais ce sont surtout les onomatopées qui dominent l'ensemble. Nous ne lisons pas la lettre au sens traditionnel. Pour Steven Heller, le spectateur-lecteur doit s'adapter face à des formats originaux, des mises en pages nouvelles et donc à des modes de lecture différents. Ces expériences inhabituelles peuvent conduire au meilleur comme au pire. Soit le public adhère et adopte ces partis pris, soit cela rajoute qu'encre plus de désordre et entraîne un rejet.

La comparaison, entre les créations de l'avant-garde et celles des années 1980-1990, semble faire sens mais en parallèle elle pose question. La transgression est-elle volontaire et assumée ? Serait-elle un héritage du passé que les conditions socio-culturelles de l'époque permettent de convoquer ? Ou bien la laideur se serait-elle intégrée dans notre culture au point de devenir un effet de style ?

Steven Heller en vient d'ailleurs à se demander si la conjoncture actuelle de nos sociétés ne serait pas à l'origine d'une telle convocation de la laideur²⁷⁰. Cette théorie fait sens, lorsque nous consultons Murielle Gagnebin qui observe que le laid et les questions autour de celui-ci n'auraient été vraiment évoquées qu'à partir du XX^e siècle²⁷¹. Cet intérêt pour la laideur aurait justement permis son installation dans l'art. Lorsque nous nous y penchons de plus près, la question n'est pas tant le laid, que la mort de l'art par sa désacralisation.

Nous pouvons étendre ce postulat à la typographie qui présente des polices de caractères accidentées et des mises en pages hors normes qui éveillent méfiance, répulsion, voire colère, du moins si nous nous référons aux discours de Massimo Vignelli. Emigre désacraliserait l'art de la typographie et entraînerait la ruine de celui-ci. Donc, le beau apporte un certain ordre rationnel et le laid, lui, accompagne le désordre et l'anarchie.

²⁶⁹ F.T. Marinetti, *Le soir couchée dans son lit, elle relisait la lettre de son artilleur au front*, 1918, extrait de Les mots en liberté futuriste, 34x23,2 cm, Brooklyn Museum.

²⁷⁰ Steven Heller, « Cult of the ugly », *op.cit.*

²⁷¹ Murielle Gagnebin, *op.cit.*, p.77.

Néanmoins, la laideur volontaire et assumée — contrairement à celle naïve et accidentelle due à l'inexpérience — serait tout aussi difficile à atteindre qu'un idéal de beauté. C'est aussi cette inexpérience qui pose problème, puisqu'elle semble s'accompagner d'un manque flagrant de culture au nom du rejet de celle dominante. «C'est une calamité nationale. Ce n'est pas une liberté de la culture, c'est une aberration de la culture. Il ne faut pas confondre la liberté avec la [le manque de] responsabilité, et ça c'est le problème. Ils ne montrent aucune responsabilité.»²⁷²

Massimo Vignelli semble adhérer aux principes de la responsabilité du designer. Un bon designer est quelqu'un de responsable, d'instruit et de rigoureux. C'est lui qui doit donner l'exemple et éduquer le public au « bon » design. Ce dernier se doit d'être intemporel car il est fait pour durer dans le temps. Or, les créations d'Emigre rompraient avec une forme de tradition esthétique qui dure depuis des siècles. En substance, la revue brise l'harmonie. Or, comme nous l'explique Peter Bil'ak dans *Beauty and Ugliness in Type design*, la beauté est la première responsabilité du designer. Donc, si nous en revenons à la question « Le design doit-il être beau ? », ici adaptée en « le design typographique doit-il être beau ? », la réponse serait oui pour le designer typographique. Mais le oui serait plus une injonction formelle de celui-ci envers lui-même qu'envers le design.

Encore une fois *Emigre*, ainsi que les créations typographiques hors normes, rompent avec ces règles tacites qui inciteraient les designers graphiques et typographiques à produire de la perfection dans un but fonctionnel.

Massimo Vignelli assume sa position de conservateur et de garant de la qualité, voire de la beauté et donc de la bonne morale. Il ne comprend pas que l'on puisse défendre Emigre et encore moins l'adouber, notamment lors de l'AIGA. S'il admet que les designers participant à la revue ou adeptes de celle-ci sont sincères dans leur démarche et conscients de ce qu'ils font, il leur reproche leur manque de respect et leur inculture envers l'Histoire et la profession, rejoignant ainsi François Rabelais qui écrit : « science sans conscience n'est que ruine de l'âme »²⁷³. Pour Massimo Vignelli, le rejet de valeurs peut très bien aller de pair avec la beauté mais la jeune génération, par son attitude, mènerait le design à sa perte.

Si c'est ça le design graphique, alors je ne suis plus un designer ! Depuis des années, je suis obsédé et humilié par ces gens là. J'ai eu l'impression qu'ils dévalorisaient ma

²⁷²(notre traduction) «That is a national calamity. It's not a freedom of culture, it's an aberration of culture. One should not confuse freedom with [lack of] responsibility, and that is the problem. They show no responsibility.» Julie Lasky, *op. cit.*

²⁷³Rabelais, « Comment Pantagruel, étant à Paris, recueillit lettres de son père Gargantua, et la copie d'icelles », chap. VIII, *Pantagruel*, éditions Gallimard, 1964, p. 137.

profession. J'ai récemment réalisé qu'ils ne font pas partie de celle-ci. Et je n'appartiens pas à la leur. Tout ce qu'ils font n'est qu'un accident, un hasard.²⁷⁴

Massimo Vignelli tient donc à se désengager de ces conceptions transgressives du design qui n'ont pas lieu d'être. Il est ainsi question d'infantilisme. De ce fait, il apparaît, au vu de ses propos, que tous ces changements et remises en question esthétiques et théoriques ne se résument qu'à une crise d'adolescence. Une vision que nous pourrions trouver un brin condescendante et paternaliste envers cette nouvelle génération de designers.

Néanmoins, malgré ses griefs envers la revue, Massimo Vignelli défend tout de même la présence d'un design plus personnel, comme celui d'Herb Lubalin et d'April Greiman. En effet, il reconnaît à ces deux designers des qualités car ceux-ci pensent leurs créations au contraire des autres. Donc, en dehors du travail de quelques designers, incluant les deux mentionnés, le reste n'est que design au rabais (*junk design*). Ce qu'il entend par là, ce n'est pas tant une question de style ou de goût personnel que de qualité. Comme nous l'avons abordé en amont, la notion de qualité pour le designer italien va de pair avec une richesse intellectuelle personnelle fondée sur la diversité de la recherche. Massimo Vignelli n'est pas contre le pluralisme, qui fait justement la profondeur de la discipline, mais il s'oppose à la multiplicité de ce qu'il nomme la « malbouffe » ou encore le « bruit ».

Le souci majeur avec *Emigre*, selon les conservateurs modernistes, c'est que la revue reprend certains codes de l'avant-garde européenne, comme Dada, mais de manière totalement superficielle. La revue réagirait à un monde qui n'a plus de sens pour elle, ainsi, les emprunts culturels qu'elle fait sont vidés de leurs signifiés. En conséquence, elle ne dit rien, ne communique rien. Or, enlever la fonction de communication à la typographie, c'est lui ôter son usage premier. Il s'agit là d'un non-sens total pour les défenseurs du modernisme. *Emigre* brasse du vent, s'agite mais n'apporte rien au débat ou à l'évolution typographique. Ce ne sont que des fruits de la mode sans réflexion. Les défenseurs du modernisme rejoignent ainsi l'opinion de Jan Tschichold qui avait une aversion pour tout effet de mode considéré comme inutile.

²⁷⁴(notre traduction) «If this is what graphic design is, then I'm not a graphic designer any more! For years, I've been obsessed and offended by these people. I felt they were demeaning my profession. I have recently realized that they do not belong to my profession. And I do not belong to their profession. Everything they do is an accident, happenstance.» (notre traduction) Ellen Shapiro, « Massimo Vignelli : Creator of Timeless Design and Fearless Critic of « Junk » », *op.cit.*

I.2.5.4. Le crime typographique

Pour en revenir à cette idée de crime typographique énoncée par Steven Heller, Paul Shaw dans son article *Decriminalizing Typography : Declaring an End to the War on « Type Crimes »*²⁷⁵ (Décriminaliser la typographie : déclarer la fin de la guerre aux « crimes de caractères ») remarque l'obsession que peuvent avoir les gens (professionnels ou non) envers ce qui semble être des sacrilèges typographiques. Mais que sont en réalité ces crimes typographiques qui semblent provoquer autant de remous en bravant la bienséance ?

Nous avons pu voir qu'il y avait des crimes esthétiques, avec l'exemple d'Emigre qui proposait des mises en pages et des polices de caractères qui changeaient tout ce qu'il était possible de voir à l'époque. Il y a également des crimes contre la fonctionnalité dans laquelle se trouve la lisibilité. Il existe aussi des crimes typographiques dans un sens orthographique. Une ponctuation au mauvais endroit, une trop faible justification, des espaces exagérés, la présence de veuves ou d'orphelins sont pointés du doigt comme représentant des fautes graves. Ne pas respecter ces règles donne l'impression que c'est la typographie qu'on assassine. Pourtant en 1913, lorsque F.T. Marinetti entamait sa révolution typographique dans son manifeste *Imagination sans fils et les mots en liberté*, il était question d'orthographe libre expressive, d'introduction d'onomatopées et de signes mathématiques et de « nouvelle conception de la page typographiquement picturale »²⁷⁶.

Les mots délivrés de la ponctuation rayonneront les uns sur les autres, entrecroiseront leurs magnétismes divers, suivant le dynamisme ininterrompu de la pensée. Un espace blanc, plus ou moins long, indiquera au lecteur les repos ou les sommeils plus ou moins longs de l'intuition. Les lettres majuscules indiqueront au lecteur les substantifs qui synthétisent une analogie dominatrice.²⁷⁷

Le but était justement de provoquer un choc auprès du public, de faire bouger les mentalités afin de les faire évoluer, notamment en Italie, et de rayonner à l'international.

²⁷⁵Paul Shaw, « Decriminalizing Typography: Declaring an End to the War on « Type Crimes », Print [En ligne], mis en ligne le 31 août 2016, consulté le 2 juin 2018. URL : www.printmag.com/typography/decriminalizing-typography-type-crimes/

²⁷⁶Giovanni Lista, *op.cit.*, p.146.

²⁷⁷F.T. Marinetti, *Les mots en liberté futuristes*, édition futuriste de Poesia, Milan, 1919, p.32.

I.2.6. Modernistes contre postmodernistes

I.2.6.1. La querelle des modernes

Comme nous avons pu le voir, l'évolution de la typographie au cours du temps s'est faite en suivant les changements culturels, historiques et sociaux. Nous pourrions les comparer à une pile de dominos où chaque renversement d'un élément a une incidence sur un autre. Cependant le XX^e siècle a connu beaucoup de bouleversements dont certains radicaux, alternant périodes de calme et d'agitation. Il reste à savoir si ces radicalisations ont eu un impact sur la typographie et si oui de quel ordre.

Ces changements ne se sont pas faits ni du jour au lendemain, ni sans heurts. Il y eu ainsi plusieurs débats et des querelles au sein du monde des praticiens qui ont durablement marqué la discipline.

Il y eut d'abord la « querelle typographiques des modernes » en 1946 comme la nomme Gerd Fleischmann²⁷⁸, par échanges d'articles interposés. Ce différend eu lieu entre Max Bill et Jan Tschichold suite à une conférence donnée par le second à Zurich vers la fin de l'année 1945. Dans l'allocution intitulée *Konstanten der Typografie* (Constantes de la typographie), Jan Tschichold aurait soutenu que la nouvelle typographie, si populaire, était désormais dépassée donc à éviter. Max Bill, l'ayant pris personnellement, s'est fendu d'un article très critique « über typografie » (De la typographie), envers son homologue, dans la revue *Schweizer Graphische Mitteilungen*. Jan Tschichold y a répondu avec « Mythe et réalité » dans la même revue. Après cela *Schweizer Graphische Mitteilungen* a considéré la discussion comme close.

Si nous devons résumer ce désaccord entre les deux typographes, nous le qualifierions de débat d'idées. Chacun y défend une position bien spécifique dans son rapport à la typographie et le chemin que celle-ci doit prendre. Jan Tschichold soutient désormais une typographie plus traditionnelle, soit tout le contraire de ce qu'il prônait en 1920 dans son ouvrage *Le nouvelle typographie*. Max Bill, quant à lui, se bat pour une typographie moderne, renouvelée, sans empâtements.

Cette disparité se comprend car elle est le point de croisement de plusieurs facteurs. Il y a tout d'abord le contexte historique. Ce litige par articles interposés prend donc place en

²⁷⁸Hans Rudolph Bosshard, *Max Bill – Jan Tschichold : la querelle typographique des modernes*, Editions B42, Paris, 2014.

1945-1946. L'Europe, et en particulier l'Allemagne, vient tout juste de sortir de la Seconde Guerre mondiale. Revenir vers une typographie plus classique, défendre les valeurs historiques, est, pour Max Bill, comme ne pas prendre en compte les erreurs de l'Histoire, faire fi des horreurs du nazisme. Nazisme que Jan Tschichold avait d'ailleurs fui pour aller s'installer en Suisse. Dans son article réponse, dans lequel il montre un certain esprit d'apaisement ou du moins de conciliation, Jan Tschichold ne dit pas remettre totalement en cause la typographie moderne mais uniquement le fait qu'elle ne soit perçue que comme la seule valable.

1.2.6.2. Modernistes contre postmodernistes

Les positions évoquées dans ces échanges démontrent que le modernisme, bien qu'il ait des lignes directrices, n'est pas immuable et que tous les designers ne partagent pas un point de vue unique.

Si des propos autour de l'emploi ou non de la typographie arrivent à créer autant de remous, cela laisse entrevoir l'agitation que la déconstruction va occasionner. Y-a-t-il donc eu une querelle entre modernes et postmodernes ? S'il y eu effectivement des désaccords sur le fond, la querelle ne semble pas avoir autant marqué l'histoire que la bataille artistique et littéraire entre les Anciens et les Modernes sous le règne de Louis XIV. Néanmoins, il existe certaines similitudes dans le schéma.

Nous avons déjà souligné dans le chapitre précédent que ni Steven Heller ni Massimo Vignelli n'étaient très partisans de ces nouveaux changements stylistiques. Les modernistes, ou en tout cas ceux qui n'appréciaient pas le postmodernisme typographique (et graphique), n'hésitaient pas à le dire.

Pour Steven Heller, qui a vécu cette période de transition débutée vers la moitié des années 1980, il ne s'agit pas à proprement parlé d'une querelle, ni même d'une guerre qui aurait opposé modernistes et postmodernistes²⁷⁹. En réalité, il est plus question, d'après lui, d'une fracture idéologique entre les designers plus anciens, adeptes des principes modernistes dans lesquels ils ont évolué, et la jeune génération, pour qui le rejet des règles était nécessaire et salutaire afin de s'orienter vers la contemporanéité. Une vision partagée par Gunnar Swanson. Ce dernier, de son côté, se montre plus conciliant que Steven Heller ou Massimo

²⁷⁹Steven Heller, « The Legibility Wars of the '80s and '90s », Print [En ligne], mis en ligne le 5 décembre 2016, consulté le 2 juin 2017. URL : <http://www.printmag.com/typography/legibility-wars-translation-typography/>

Vignelli vis-à-vis de ce foisonnement typographique. Effectivement, Gunnar Swanson perçoit cela comme une crise d'adolescence où la jeune génération envoie balader le monde adulte que représente la tradition, tout en étant en quête d'identité. Certes les travaux des étudiants de Cranbrook ou CalArts ne sont pas toujours lisibles, souvent de manière volontaire, mais ils sont réalisés avec honnêteté²⁸⁰.

Effectivement, comme nous l'avons abordé précédemment, les nouvelles technologies apportaient avec elles de nouvelles possibilités créatives que certains se sont empressés de tester. « Les standards esthétiques étaient en train de changer car les jeunes designers voulaient tout essayer, alors que les anciens, particulièrement les fervents modernes, croyaient que tout avait déjà été essayé. »²⁸¹

Steven Heller avoue lui-même avoir été dans un premier temps plus en faveur des modernistes, notamment car il défendait un design fait en toute conscience même si il était hideux, expérimental ou mal réalisé²⁸². À ce titre, il cite en exemple Art Chantry dont les réalisations, notamment les affiches, empruntent à l'iconographie du Pop Art, de la bande dessinée aussi bien que du punk. L'esthétique de celles-ci laisse transparaître un budget limité et un réemploi de matériaux et visuels récupérés qui sont ensuite découpés et collés. Art Chantry travaille surtout manuellement. Il préfère d'ailleurs cette conception à celle sur informatique dont les contraintes diffèrent et ont tendance à dénaturer ses idées. Steven Heller respecte son travail car il élève le *street art* en outil de communication²⁸³.

Ce qui gêne principalement Steven Heller, avec le recul, c'est la lisibilité (*legibility*), en particulier l'intelligibilité (*readability*). Pourtant, il le souligne²⁸⁴, ces problèmes de lisibilité ne datent pas d'hier comme en témoignent les expérimentations des avant-gardes qui se souciaient peu de la lecture. En effet, dans le cas du mouvement futuriste, c'était plutôt les expériences visuelles et sonores qui étaient recherchées. Steven Heller perçoit même ces expérimentations comme des casse-têtes à résoudre pourvu que l'on ait la clé de décryptage et de la patience. Ce jeu de traduction, nous pouvons le retrouver chez David Carson ou encore Stefan Sagmeister. Ces questions de lisibilité, corollaire de celles de la laideur, abordées par Steven Heller, Gunnar Swanson les trouve un peu simplistes²⁸⁵ comme nous l'avons mentionné dans le chapitre précédent.

²⁸⁰Gunnar Swanson, « Letter to Emigre », Gunnar Swanson [En ligne], consulté le 2 juin 2018. URL : <https://www.gunnarswanson.com/writing/UglyLetter.pdf>

²⁸¹Steven Heller, « The Legibility Wars of the '80s and '90s », *op. cit.*

²⁸²*Ibid.*

²⁸³Michael Dooley, « Emigre An interview with Steven Heller », *Azimuts*, n°40-41, Cité du design, Saint-Étienne, 2014, p.333.

²⁸⁴Steven Heller, « The Legibility Wars of the '80s and '90s », *op. cit.*

²⁸⁵Gunnar Swanson, « Letter to Emigre », *op. cit.*

Paul Rand, dans un texte intitulé *From Cassandre to Chaos* (De Cassandre²⁸⁶ au chaos), revient sur ce désordre qu'est en train de vivre le design graphique et typographique. Cet agglomérat, ce mélange de couleurs, de textures, de polices de caractères qui empruntent aux expérimentations et aux collages dadaïstes et futuristes, n'est qu'une sorte de bouillie infâme. Ces emprunts à des styles multiples font que le résultat semble sans esthétique propre. Paul Rand peste contre la présence de texte en majuscule, alors que de son point de vue, et de manière indiscutable, les minuscules sont plus lisibles. Il semble également sceptique face à ces nouvelles réalisations et expérimentations exécutées sur ordinateur. Pour lui, tous ces effets sont de l'esbroufe destinée à masquer le manque flagrant de véritables idées. Michael Bierut ne manque pas de relever les propos du designer comme des attaques personnelles à l'encontre de tous ceux qui emploieraient des styles qui sortent de l'ordinaire :

Au même moment où les forces du « déconstructivisme » détrônent les concepts du modernisme, Rand intervient en juge. Le design graphique contemporain dans la grande majorité, dit-il, dégrade notre monde, « pas moins que la drogue ou la pollution ». Aucun nom bien sûr, mais les coupables sont aisément identifiables à travers la transparente liste de modi operandi que dresse Rand : « gribouillis, pixels, griffonnages » (Greiman *et al.*), « mièvres gravures sur bois en bruns et roux maussades » (Duffy, Anderson, *et al.*), « typographie indéchiffrable, bouffonne » (Valicenti *et al.*), « pêche, vert pomme et lavande » (tout Californien répondant au nom de Michael *et al.*), voire « minuscules photos couleur perdues dans un immense espace blanc » (rien que de très innocent, finalement)²⁸⁷

Comme l'explique Steven Heller²⁸⁸, Paul Rand ne fustige personne en particulier mais les personnes visées se reconnaissent aisément.

Tout comme Massimo Vignelli, Paul Rand voit dans cette profusion typographique une imitation des avant-gardes. Ce que reprochent les défenseurs du bon design, c'est cette intelligibilité du postmodernisme. Pour eux, l'avant-garde avait de sérieux motifs pour être en révolte contre la société, de plus ses partisans étaient de grands artistes. Or, pour des conservateurs comme Massimo Vignelli ou Paul Rand, un designer n'est pas un artiste.

Ces emprunts ne sont rien d'autre que du plagiat mis sous une couche de désinvolture qui fait fi des contraintes. « Le Dada d'aujourd'hui, si du moins on peut ainsi le nommer, est

²⁸⁶ Ici Paul Rand fait référence à Adolphe Mouron dit Cassandre, célèbre graphiste, affichiste français.

²⁸⁷ Michael Bierut, « Playing the game by Rand's rules », Eye magazine [En ligne], consulté le 2 juin 2018. URL : <http://www.eyemagazine.com/review/article/playing-the-game-by-rands-rules>

²⁸⁸ Steven Heller, *Paul Rand*, Phaidon, Paris, 2006, p.220.

une révolte contre tout ce qui est estimé dépassé. Éphémère et frivole, il nourrit son propre ennui. »²⁸⁹

Il s'agit juste d'une mode, d'une tendance. Les designers qui y adhèrent, dénigrent quelque part les créations de ceux qui les ont précédés. Le danger pour Paul Rand, c'est que ce nouveau type de design séduit les jeunes designers inexpérimentés qui reproduiront à leur tour ces effets néfastes. Le designer avait d'ailleurs démissionné de son poste à Yale, outré lorsque Sheila Levrant de Bretteville avait intégré la faculté avec ses idées progressistes. Il s'était d'ailleurs fendu d'un manifeste rageur dans le *Journal of Graphic Design* de l'AIGA en 1992.

Il est donc important de se soumettre à l'esthétique et aux règles qui sont faites pour aider à la compréhension. Et des règles les modernistes en ont plusieurs. Pour le couple Vignelli, le design se doit d'être : syntaxiquement cohérent, sémantiquement correct, pragmatiquement compréhensible, visuellement puissant, intellectuellement élégant et intemporel²⁹⁰. Le design nécessite d'être universellement compréhensible, tous les éléments utilisés doivent partager la même signification, le même langage et pointer vers un même but. Si celui-ci n'est pas atteint, c'est que le design est raté.

Ce que dénote Steven Heller²⁹¹, c'est que cette montée aux créneaux de la part de modernistes comme Paul Rand ou Massimo Vignelli, pour défendre les valeurs auxquelles ils croient, a pour conséquence de les faire passer pour réactionnaires. Ceux qui ont largement contribué au design graphique et typographique par le passé sont désormais étiquetés passésistes et leur travail réduit à une vision totalitaire et fonctionnaliste.

La réponse du camp adverse, les jeunes designers adeptes de la déconstruction, ne se fait pas attendre. Les propos des différents défenseurs du modernisme ont suscité de vives réactions. *Cult of the Ugly* est l'un des articles ayant reçu le plus de lettres de réponses au sein du magazine *Print* de l'aveu de son auteur²⁹².

Pour Rudy VanderLans, les propos de Massimo Vignelli au sujet d'Emigre ont été blessants, surtout venant d'une personne qu'il admire. Cependant, Rudy VanderLans n'a pas

²⁸⁹ (notre traduction) «Today's Dada, if it can be called that, is a revolt against anything that is deemed old hat. Faddish and frivolous, it harbors its own built-in boredom.» Paul Rand, « From Cassandre to chaos », Paul Rand [En ligne], consulté le 2 juin 2018.

URL : www.paul-rand.com/foundation/books_by_rand/from_cassandre_to_chaos/#.WzIaNUiFOUk

²⁹⁰ Massimo Vignelli, Lella Vignelli, *Design is one*, Images Publishing, 2004, p.4-5.

²⁹¹ Stevn Heller, *Paul Rand*, op.cit., p.220.

²⁹² Michael Dooley, « Emigre An interview with Steven Heller », *Azimuts*, n°40-41, Cité du design, Saint-Étienne, 2014, p.320.

directement remis en cause le travail de Massimo Vignelli, qui reste, pour le créateur du magazine, important et conséquent au sein du design²⁹³.

D'autres se sont montrés plus virulents, comme Jeffery Keedy. Dans son article *Zombie Modernism*²⁹⁴, il reproche notamment au modernisme d'avoir monopolisé la scène du design et d'avoir écarté tout ce qui était nouveau ou différent, sans jamais remettre en cause son idéologie. Le design ne se définissait et ne se concevait qu'à travers le modernisme. Il n'aurait dû être qu'une période, un événement dans un cycle plus grand, comme cela s'est produit dans les autres domaines tels l'architecture ou la peinture. Cependant, le design encore jeune, historiquement parlant, et pas assez mûr n'a pas su prendre le recul nécessaire.

Les modernistes, qui étaient radicaux autrefois et opposés à la tradition, sont devenus avec le temps obsédés par la lisibilité, la clarté ou encore la résolution de problèmes.

Michael Bierut, tout comme Jeffery Keedy, critique en quelque sorte la toute-puissance des designers modernistes qui se pensent essentiels et intouchables, tout particulièrement Paul Rand. Lorraine Wild rapporte que, dans les années 1980, tout projet devait être approuvé par « le roi du design graphique américain »²⁹⁵. Dans *Castles Made of Sand*, elle cite une anecdote dans laquelle Bill Bonnell²⁹⁶ s'était fait vertement réprimander par le designer pour avoir ajouté des signes inspirés par El Lissitzky dans une brochure²⁹⁷. Paul Rand détestait toutes altérations, surtout typographiques.

Jeffery Keedy parle du modernisme comme d'un zombie, car lui et ses adeptes refusent de mourir tout comme ils se repaissent du postmodernisme. Bien que Massimo Vignelli affirme le contraire²⁹⁸.

²⁹³ Julia Schrift, « Réputations : Rudy VanderLans », Eye magazine [En ligne], consulté le 2 juin 2018.

URL : <http://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-rudy-vanderlans>

²⁹⁴ Mr. Keedy, « Zombie Modernism. It Lives ! », *Emigre*, n°34, 1995, (non paginé)

²⁹⁵ Michael Bierut, « Playing the game by Rand's rules », *op.cit.*

²⁹⁶ Bill Bonnelle était alors designer pour IBM où Paul Rand était consultant.

²⁹⁷ Lorraine Wild, « Castles made of sand », In : Michael Bierut, William Drenttel, et Steven Heller, éd. *Looking Closer 5: Critical Writings on Graphic Design*, Allworth Press, New York, 2006, p.152.

²⁹⁸ Massimo Vignelli, « Long Live Modernism : Massimo Vignelli Reaffirms his faith in Form and Function », AIGA [En ligne], mis en ligne le 31 juillet 2014, consulté 2 juin 2018. URL : <http://www.aiga.org/inspiration-massimo-vignelli-long-live-modernism>

1.2.6.3. Apaisement ?

Considérant les propos tenus par Paul Rand ou Massimo Vignelli, la conciliation entre les deux parties semble difficile, voire impossible. Lorsqu'en 1994, Michael Dooley interviewe Steven Heller et revient sur son article qui a fait débat, *Cult of the Ugly*, il n'est pas question de régler des comptes. Steven Heller pense toujours ce qu'il a écrit un an plus tôt. Néanmoins, son article n'aurait eu pour seul but que de créer du dialogue. C'est le style qu'il n'apprécie pas, non les designers qui en sont à l'origine.

Les propos de Steven Heller confirment qu'il y a effectivement mésentente et incompréhension entre les deux parties, ce que Rudy VanderLans conforte²⁹⁹. Les Modernistes se sentaient menacés et ont réagi en conséquence. Pourtant, ceux qui adoptaient la position déconstructiviste et postmoderniste ne souhaitaient pas forcément la disparition pure et simple du modernisme mais seulement le droit de pouvoir s'exprimer autrement.

Steven Heller avait d'ailleurs proposé à Rudy VanderLans de rencontrer Massimo Vignelli, de discuter avec lui, d'apprendre à le connaître. Car si Rudy VanderLans connaît le travail de Massimo Vignelli, et en est un admirateur, l'inverse n'est pas forcément vrai. Cela aurait potentiellement dissipé des malentendus ou du moins permis de mieux accepter la critique. Massimo Vignelli, figure du modernisme, n'en reste pas moins un être humain avec ses préférences.

Comme pour la querelle des modernes, nous retrouvons des débats d'opinion via des articles interposés. Néanmoins, cela va plus loin que le simple débat stylistique. Il y a là aussi des luttes d'ego et des batailles au sujet de l'avenir du design, typographique notamment. Toutefois, nous retenons surtout la fracture générationnelle.

Les réactions de Paul Rand, Massimo Vignelli ou encore Steven Heller, dans une moindre mesure, auraient tendance à nous faire penser que Jeffery Keedy touche juste en parlant du modernisme. L'ancien monde, celui que nombre de designers ont toujours connu, est en crise, plus encore il s'effondre.

Pourtant, les postmodernistes ne souhaitaient pas tous la mort du modernisme. Ce dernier aura toujours une place selon Rudy VanderLans³⁰⁰. Le tout est de savoir qui, de

²⁹⁹ Julia Schrift, « Reputations : Rudy VanderLans », Eye magazine [En ligne], consulté le 2 juin 2018.

URL : <http://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-rudy-vanderlans>

³⁰⁰ *Ibid.*

Massimo Vignelli, pour qui, le postmodernisme n'était juste que d'une crise passagère, ou de Jeffery Keedy, qui enterrait ses prédécesseurs, a eu raison sur le long terme.

Comme le souligne Robin Kinross, il y a toujours un éternel débat³⁰¹, voire dispute, entre deux groupes de pensées : l'un rationnel et l'autre esthétique. La typographie n'y échappe pas. Les échanges autour de celle-ci et plus largement du design ont toujours eu lieu et continueront. Il y avait déjà eu celui entre Wim Crowel (le rationnel) et Jan Van Toorn (l'intuitif) en 1972 et en 1989 celui entre Joe Duffy et Tibor Kalman.

Ces débats aussi importants soient-ils, pour questionner et remettre en cause le design de manière régulière afin de le repenser, n'auraient eu cependant qu'une incidence minime dont l'impact n'aurait pas dépassé le milieu de designers.

Concrètement, il n'y a pas de retour en arrière possible et plutôt que de s'opposer aux nouvelles technologies, comme l'ont fait et le font encore certains designers, il vaut mieux les embrasser en les considérant comme un nouvel espace créatif avec possibilités créatives inédites.

³⁰¹ Robin Kinross, *La typographie moderne, op.cit.*, p.164.

II. La typographie liquide : porosité des frontières

La typographie est une discipline qui a toujours travaillé en lien étroit avec d'autres domaines (architecture, poésie, sculpture pour ne citer qu'eux). De ce fait, elle a toujours su s'adapter bien qu'elle ait toujours été perçue comme assujettie au monde de l'édition. Ainsi, la typographie explore d'autres espaces, dépasse les frontières et montre à quel point celles-ci sont poreuses.

II.1. À la conquête de nouveaux espaces

II.1.1. Architecture de la lettre

II.1.1.1. Conceptions partagées

L'architecture tient une grande importance dans la typographie et cela pour plusieurs raisons. Les deux ont toujours été étroitement impliquées. Nous parlons bien de construction et d'architecture ainsi que du traitement de l'espace dans les deux disciplines. Lorsqu'il est fait mention de l'espace occupé par la typographie, il vient d'abord à l'esprit l'espace bidimensionnel de la page imprimée. Il est possible de parler d'architecture de la lettre en faisant explicitement référence à son dessin, à son anatomie. La typographie partage avec l'architecture le tracé construit, la recherche d'un design harmonieux d'un équilibre de la

forme. « Les connaissances et les pratiques communes aux imprimeurs et aux bâtisseurs de la Renaissance, auxquelles correspond l'usage partagé des instruments que sont l'équerre et le compas, contribuent à faire de la typographie un art proche, sinon dérivé de l'architecture. »³⁰²

Comme nous l'avons mentionné avec la *Divine proportion* de Luca Pacioli ou encore *Champ Fleury* de Geoffroy Tory, les typographes et dessinateurs de caractères partagent avec l'architecture les questions liées à la construction de la lettre.

Il n'est pas rare que des architectes, des artistes ou encore des graphistes, notamment dans la première moitié du XX^e siècle, se consacrent à plusieurs activités comme l'indique Catherine de Smet³⁰³. Cela renforce l'idée de pluridisciplinarité.

L'exposition *Graphisme... architecture*³⁰⁴ qui s'est tenue en 2010 tentait de mettre en lumière le partage de conceptions de ces deux disciplines dans lesquelles s'insère la typographie. Elle mettait notamment en avant que si un designer graphique est naturellement au fait de l'architecture, l'inverse n'est pas forcément vrai. Alors que de son côté, le designer Bruce Mau, qui avait travaillé avec Rem Koolhaas, tient à défendre le contraire en préférant embaucher des architectes³⁰⁵. Malgré des conceptions partagées, comme les notions de contexte, de construction, de paysage et de commande, l'architecture est classée au rang des Beaux-Arts et a atteint son autonomie comme discipline, alors que la reconnaissance du design graphique, et son corollaire la typographie, tarde. Les deux domaines sont pourtant capables de critiques afin de tenter de dépasser leurs propres limites, bien que chacun d'eux possède une dimension fonctionnaliste. Ils produisent un discours sur les formes, par les formes.

La typographie a en effet une place de choix dans le domaine de l'architecture. Néanmoins, si elle a récemment exploré d'autres supports avec les nouvelles technologies et s'est aussi affichée sur des matériaux divers et variés, elle a très tôt été employée dans l'espace tridimensionnel. Il est effectivement possible de trouver de nombreux exemples de lettres incluses dans l'architecture comme au château de Ashby³⁰⁶ datant du XIV^e siècle, au temple Newsam³⁰⁷ ou encore à Felbrigg Hall³⁰⁸ dont les mots reprennent les capitales latines

³⁰²Catherine de Smet, *op.cit.*, p.26.

³⁰³*Ibid.*

³⁰⁴Graphisme...architecture exposition à la MAV (Maison de l'Architecture et de la Ville), Lille du 19 octobre au 23 décembre 2010.

³⁰⁵Catherine de Smet, *op.cit.*

³⁰⁶ Le château de Ashby se situe dans le Northamptonshire en Angleterre. La construction de l'édifice actuel débuta en 1574 sous l'égide de Henry Compton. Le pourtour du château est composé d'une citation en latin qui forme le parapet en pierre ajouté en 1624 par Inigo Jones, architecte classique anglais.

³⁰⁷ La maison Temple Newsam est située à Leeds.

³⁰⁸Felbrigg Hall est une maison située dans le Norfolk en Angleterre. La citation « Gloria deo in excelsis »

romaines. Cependant, toutes ces lettres ne sont pas incorporées dans le bâtiment mais restent le plus souvent du domaine du décoratif. Elles sont appliquées directement sur les surfaces des édifices comme du papier peint sur un mur ou sont insérées dans l'architecture sans réelles justifications autres qu'esthétiques.

II.1.1.2. La lettre dans l'architecture d'avant-garde

Les avant-gardes des années vingt et trente avaient entamé une réflexion pour tenter de dépasser cet aspect en croisant les disciplines, architecture et typographie, avec d'autres comme la peinture. Il y avait une volonté de création d'œuvres multi-facettes, voire totales.

Antonio Sant'Elia³⁰⁹, architecte futuriste, a pour projet la *Città Nuova* (la ville nouvelle) entre 1913-1914. Bien que l'ensemble reste au stade de croquis théoriques, il propose une cité moderne d'où jaillissent d'immenses immeubles droits, en matériaux nouveaux proposés par l'industrialisation. Néanmoins, il est possible de pressentir dans son travail les prémices de ce que sera l'architecture moderne et moderniste. Il crée ainsi un espace urbain en devenir où tout semble possible.

Dans cet espace d'expérimentation moderniste d'une ville utopique, où l'art transforme le monde et où chaque chose a un rôle à jouer dans la société, la typographie s'intègre parfaitement dans la composition de ces nouveaux projets architecturaux. Elle peut être slogan publicitaire ou signalétique. Elle est travaillée comme un matériau à part entière. C'est ce que certains artistes de la seconde vague du mouvement futuriste avaient proposé avec le soutien de leur chef de file F.T. Marinetti. Par exemple, Fortunato Depero envisageait une architecture entièrement composée de lettres, qu'il réalisera à l'occasion de la biennale internationale des arts décoratifs de 1927 pour le compte de maisons d'édition italiennes sous le nom de *Pavillon du livre*. Cette expérimentation architecturale restera à l'état d'installation éphémère, puisqu'il ne subsiste rien dudit pavillon à part quelques photos, croquis et une description qu'en fait F.T. Marinetti.

[...] des lettres prises dans les noms de Bertelli, Tumenelli et Treves forment la partie centrale de l'édifice et les éléments latéraux extérieurs. La porte elle-même est composée de lettres au relief imposant. L'intérieur prolonge l'extérieur — les trois grandes vitrines sont composées de ces mots gigantesques, Bertelli-Tumenelli-Treves gravés dans le mur. Chaque lettre forme une vitrine pour les livres. Les sièges sont aussi des E et des R majuscules. Le plafond est une

(Gloire à Dieu au plus haut des cieux) est incrustée dans la balustrade du bâtiment.
³⁰⁹Antonio Sant'Elia (1888-1916) architecte membre de la première vague futuriste. Il est l'auteur du Manifeste d'architecture futuriste.

décoration typographique. Les tablettes qui soutiennent les volumes dans les vitrines sont des majuscules grises et plastiques, horizontales, verticales ou renversées. Tout le pavillon est blanc, gris et bleu. Cette coloration nuancée et fraîche sous-tend et oriente l'unité organique de la construction³¹⁰

Cette approche de la typographie et de l'architecture chez les Futuristes ne représente en soi qu'une autre approche, une autre expérimentation de la typographie adaptée à un support bâti. Ici, elle n'est pas juste décorative et appliquée à un bâtiment préexistant, elle est le bâtiment même. Elle ne représente rien d'autre qu'elle-même en tant que matériau. Bien que sa construction ait un but publicitaire, avec le nom des commanditaires inscrit en toutes lettres, le pavillon n'en reste pas moins une forme de manifeste concret et tridimensionnel sur les possibilités typographiques.

Les projets de bâtis des avant-gardes sont également intéressants dans les relations pluridisciplinaires qu'ils entretiennent. Afin de mieux comprendre ces architectures, Sonia de Puineuf nous invite à revenir vers la conception des espaces *Prouns*. Les *Prouns* (contraction de *Pro*, signifiant avant, et de *un*, abréviation de *unovis/ounovis*) sont des tableaux-objets développés par El Lissitzky. Ceux-ci modèlent l'espace avec des effets de texture, sorte de suprématisme tridimensionnel architectural. Les recherches typographiques de El Lissitzky sont à l'image de ses recherches sur les *Prouns* dont il arrive à synthétiser les formes du Constructivisme dans son travail graphique. L'affiche *Battez les blancs avec le coin rouge*³¹¹ en est un bon exemple. En 1923, à la *Grande Exposition* de Berlin, l'artiste présentera un espace-proun où des sculptures géométriques envahissent la surface de la pièce. Par cette mise en scène, ces œuvres apportent une réflexion sur le rapport qu'entretient le spectateur avec l'espace.

Les Prouns représentent des modèles originaux de l'architecture nouvelle, des expériences architectoniques dans le domaine de la création de formes, la recherche de nouvelles représentations géométriques dans l'espace, des compositions « préparant » les futures constructions en volume dans l'espace.³¹²

C'est justement ce « rapport entre espace (*Raum*) et tableau/image (*Bild*) »³¹³, qui sert de fondation à la recherche d'architecture-image (*Bildarchitektur*) de Lajos Kassák³¹⁴ en 1921, nous explique Sonia de Puineuf. Les œuvres qu'il compose sont des assemblages organisés de manière sobre avec un vocabulaire de formes plastiques réduites. Du texte est

³¹⁰F.T. Marinetti, *op.cit.*

³¹¹El Lissitzky, *Battez les blancs avec le coin rouge*, affiche, 1919-1920

³¹²Selim Khan-Magomedov, « Un style nouveau. Le Suprématisme tridimensionnel et les Prouns. » dans *El Lissitzky architecte peintre photographe et typographe*, musée d'Art moderne de la Ville de Paris, 1991, p.45.

³¹³Sonia de Puineuf, « Les Avant-gardes et la métropole » In Lyon, École nationale des beaux-arts, *Architecture et typographie : un atelier éditorial*, B42, Paris, 2011, p.10.

³¹⁴Lajos Kassak (1887-1967) poète et écrivain hongrois.

également intégré dans ses projets, un peu à la manière de slogans publicitaires ou d'enseignes. Des éléments similaires se retrouvent par la suite chez De Stijl qui vise justement des moyens d'expressions élémentaires (élémentarisation). Ses membres décomposent les différentes pratiques et les réduisent à quelques éléments indissociables : angles droits, utilisation des trois couleurs primaires, en plus du noir, du blanc et du gris. La couleur participe notamment à la construction architecturale. La manière dont le mouvement pense les relations des arts entre eux font que la typographie ne peut pas être juste un élément décoratif posé sur un mur car « Les murs deviennent le support privilégié de l'expression plastique, ils sont en même temps l'architecture et l'image »³¹⁵. De plus, la typographie y est incluse selon un modèle bien précis fondé sur une grille qui permet de construire les lettres grâce à des lignes verticales et horizontales.

Théo van Doesburg reprend pour ses créations d'alphabets le principe de la grille modulaire initié par Mondrian, qui souhaitait trouver un système de répartition des plans colorés sur la surface de ses tableaux. Les lettres imaginées par Théo van Doesburg répondent à la rigidité artistique et architecturale moderne. Néanmoins, malgré des principes rigoureux, la typographie de l'artiste souffre d'une lisibilité ardue, provenant, en partie, de la présence de majuscules et de lettres parfois peu harmonieuses.

Du côté du Bauhaus, l'approche de la typographie et de l'architecture y est plus industrielle et structurée, à l'image du design industriel des années 1920-1930. C'est ainsi que des membres du mouvement, comme Herbert Bayer et Laszlo Moholy-Nagy, développent plutôt des typographies sans empattements, plus géométriques, qui tendent vers une certaine sobriété de la forme. Cependant, à la différence des écritures de De Stijl, elles sont en minuscules, considérées comme plus lisibles et plus efficaces pour communiquer. Nous sommes en pleine réforme pour une écriture typographique universelle. Toutefois, comme le souligne Sonia de Puineuf, des majuscules demeurent sur la façade du bâtiment de Dessau construit en 1925-1926 par Walter Gropius :

La typographie choisie est une linéale souple qui correspond à l'idéal de la Grotesk des années 1920 en même temps qu'elle s'éloigne de la rigidité formelle doesburgienne. Mais il s'agit malgré tout de majuscules, qui sont au même moment critiquées avec virulence au sein même de l'école.³¹⁶

L'explication de cette exception tiendrait au fait qu'il s'agit d'une enseigne au titre court. Elle n'est donc pas destinée à la lecture, en tout cas pas comme un texte long dans un livre. Son but est d'attirer le regard, le temps que nous mettrions à la lire et la décrypter est

³¹⁵Sonia de Puineuf, *op.cit.*, p.12.

³¹⁶*Ibid.*, p.13.

secondaire. Dans ce cas, la *Domino house ice cream shop*, construction temporaire dans les années 1930, conçue comme un assemblage de dés sur lesquels étaient peints des mots et des lettres en capitales, poursuit le même objectif. Nous pourrions alors nous demander ce qui la différencie de la simple peinture d'enseigne vernaculaire et publicitaire ? Sans doute son emploi, bien que la frontière semble mince. La typographie murale peut être à la fois un art et un artisanat.

La typographie aborde néanmoins le côté moderniste fonctionnel de la même manière que l'architecture car elle entre dans un projet plus vaste de réforme du monde. « D'accord avec Moholy-Nagy pour façonner la vie, Gropius était convaincu que la tâche des architectes et des designers était de définir des "formes-types" qui seraient les réponses "standards" répondant à des "besoins-types". »³¹⁷

La typographie suit en tout point cette volonté d'aboutir à un résultat, une œuvre fonctionnelle, adaptable aux besoins et qui y répondrait efficacement. C'est dans cette optique que sont créées des polices de caractères qui reprennent ces principes. La théorie moderniste met en avant, dans cette volonté d'unité des arts, leur interdépendance.

C'est ainsi qu'Herbert Bayer, responsable du département imprimerie du Bauhaus de 1925 à 1928, crée l'alphabet *Universel* en 1925. Cette police de caractères est sans empattements et ne propose pas de majuscules, ni de variantes tels l'italique ou le gras. Il faut aller à l'essentiel. Il n'est pas nécessaire d'avoir plusieurs alphabets pour représenter un seul son : a est a, comme b est b. L'alphabet universel est construit à partir de lettres rondes. Les lettres a, b, c, d, e, g, h, n, o, p, q, u partent de la forme d'un cercle identique auquel sont ajoutées des lignes afin de les différencier. Le b, d, p, q ont ainsi, la même forme, et seule la position de la barre permet de les distinguer. L'alphabet *Universel* est l'exemple même de la volonté du Bauhaus de créer des formes-types qui peuvent répondre à tous des besoins.

En Europe, le modernisme architectural, en particulier allemand, est représenté par Walter Gropius et Ludwig Mies van der Rohe avant de s'exporter aux États-Unis. Au-delà du désir d'unité, il répond également à des besoins économiques et sociaux comme la construction de logements par exemple.

Pour Virginia Smith³¹⁸, un designer (graphique ou typographique) qui accepte les principes modernistes de l'unité des arts, accepte que le design graphique et la typographie

³¹⁷Éric Michaud, « Œuvre d'art totale et totalitarisme », In : Jean Galard et Julian Zugazagoitia (dir.), *L'Œuvre d'art totale*, Gallimard, Paris, 2003, p.55.

³¹⁸Virginia Smith, Professeur émérite au Baruch College de CUNY (City University of New York), praticienne et

partagent les mêmes bases théoriques que l'architecture, c'est à dire — comme nous l'avons évoqué plus haut — une occupation similaire de l'espace et du paysage. Selon elle, la typographie et le design graphique ne font que répéter en miniature ce que l'architecture fait à plus grande échelle. Elle met en avant les approches pratiques et théoriques similaires entre architectes et designers tout particulièrement dans la première moitié du XX^e siècle, autant chez les Européens que chez les Américains.

Ici, il ne s'agit pas d'évoquer des typographies incluses dans des architectures à des fins décoratives mais de montrer des typographies pensées et dessinées en lien avec des architectures existantes. Ce qui est le cas par exemple de la police *Empire*, nommée d'après l'Empire State Building construit entre 1930 et 1931³¹⁹, ou encore de la *Huxley vertical* conçue par Walter Huxley³²⁰ en 1935. Chacune d'entre elles présente des caractéristiques spécifiques qui rappellent les gratte-ciels : leur allure allongée et leur grande finesse.

II.1.1.3. L'architecture à l'ère postmoderne

Cependant, Virginia Smith en vient à se poser une question légitime : qu'en est-il de l'ère postmoderne ?³²¹ Qu'en est-il de cette volonté d'interdépendance ? Pour cela il faut revenir au discours postmoderniste architectural. Le postmodernisme typographique est aussi tributaire de l'architecture pour l'introduction des concepts postmodernes en son sein dans les années 1980. *Learning from Las Vegas* de Robert Venturi et Denise Scott-Brown fait partie des ouvrages de référence et cité comme lecture première aux étudiants de cette époque, notamment ceux de Cranbrook. Encore aujourd'hui le livre marque par son aura et l'empreinte qu'il a laissée dans l'histoire et de plusieurs disciplines. De plus, il ne faut pas oublier que le directeur du département d'architecture de Cranbrook est intervenu dans celui de design au début des années 1980.

La conception du postmoderne en architecture a donc joué un rôle essentiel dans la manière dont la typographie et le design graphique l'ont abordée par la suite. C'est aussi elle qui semble avoir synthétisé le mieux les problèmes liés au modernisme. Problèmes que nous retrouvons également dans le domaine typographique. Bien que la répudiation et les

observatrice du design graphique et de l'histoire du design.

³¹⁹Le bâtiment fut réalisé par les architectes Shreve, Lamb et Harmon associates. Il fut inauguré par le président Hoover le 1^{er} mai 1931.

³²⁰Walter Huxley (1890-1955) typographe américain et l'un des fondateurs de la firme Huxley House, spécialisée dans le design, la typographie et l'impression.

³²¹Virginia Smith, « Architecture and Type: a Modern Marriage », AIGA [En ligne], mis en ligne le 21 mars 2006, consulté le 2 juin 2018. URL : <https://www.aiga.org/architecture-and-type-a-modern-marriage>

questionnements engendrés soient globaux, il y a vraiment une relation forte entre typographie et architecture. L'une ayant influencé l'autre et inversement car elles partagent une recherche de la forme via les mathématiques et la géométrie. De plus, le postmodernisme a d'abord touché l'architecture (Charles Jencks, Robert Venturi) avant d'aborder la typographie. L'architecture est elle-même influencée par d'autres domaines. Pour revenir plus en détails sur ces questions de postmodernisme typographique, il faut regarder plus amont de l'architecture.

C'est le 15 juillet 1972 à 15 h 32 qu'est mort le modernisme, annonce Charles Jencks³²². C'est l'heure exacte où l'ensemble des bâtiments du quartier social Pruitt-Igoe a été démolé. Le Pruitt-Igoe représentait pour l'architecte la quintessence de l'architecture moderne et de ses problèmes. Il s'agit pour lui d'une construction au style pur et épuré. Propre, presque insipide nous pourrions dire. Une vision que nous retrouvons également chez Robert Venturi. Ce dernier évoque lui aussi cette pureté, propreté, simplicité, impersonnalité de l'architecture moderne à laquelle il préfère l'hybridité, l'ambiguïté, la distorsion, la perversion. La comparaison du Pruitt-Igoe avec un hôpital faite par Charles Jencks³²³ ne fait que renforcer la métaphore clinique. Cependant là où Charles Jencks y voit presque de l'insipide, pour Robert Venturi, cet ennui architectural est à mettre au même plan que n'importe quel autre bâtiment qui serait potentiellement plus intéressant ou avec plus de caractère³²⁴.

Le concept derrière ce parti pris moderne, que nous retrouvons dans ce quartier social, est de donner l'exemple : vivre dans un environnement sain induit de la part de ses habitants une conduite exemplaire. L'habitat se conjugue ainsi avec la pensée d'un « esprit sain dans un corps sain »³²⁵, que nous pourrions traduire ici par « un esprit sain dans un habitat sain ».

Cependant, le Pruitt-Igoe devient un exemple symptomatique de l'échec de l'utopie moderniste, car il était soumis à la ségrégation : les personnes de couleurs résidant dans Pruitt et les autres dans Igoe. Une réalité assez ironique puisque le modernisme architectural se proposait justement de résoudre les problèmes, notamment sociaux et raciaux. Il s'agit là cependant de résolutions par exclusion et non inclusion. Pour Robert Venturi, l'exclusion par et sous le prétexte d'unité cède à la facilité, alors que l'inclusion refléterait la difficulté³²⁶.

³²²Charles Jencks, « The Death of Modern Architecture », In : Lawrence Cahoon, *From Modernism to Postmodernism an Anthology*, Blackwell Publishers, Oxford, 1996, p.470.

³²³*Ibid.*

³²⁴Robert Venturi, « Complexity and Contradiction in Architecture », In : Lawrence Cahoon, *From Modernism to Postmodernism an Anthology*, Blackwell Publishers, Oxford, 1996, p.326.

³²⁵Traduit du latin « mens sana in corpore sano », issu de l'ouvrage *Juvénal*, satire X, p. 346-366.

³²⁶Robert Venturi, « Complexity and Contradiction in Architecture », *op.cit.*

Comme l'architecte, Charles Jencks, le dit lui-même, cet ensemble d'habitats social a été construit avec en tête les idées les plus progressistes du CIAM³²⁷. Il avait même gagné un prix, sa démolition en est donc plus qu'un symbole, celui de la fin d'une ère et de la chute du modernisme.

Cet échec du modernisme prend source, selon Charles Jencks, dans le manque de dialogue avec les utilisateurs³²⁸. Les objets et œuvres créés devaient être compréhensibles et/ou utilisables par tous, sans avoir besoin d'explications superflues. Cependant, si le public visé n'adhère pas aux concepts élaborés et peine à comprendre l'utilisation de ce qui lui est proposé alors la mission fonctionnelle échoue. En extrapolant, le modernisme pense à la place des gens. Il imagine ce qui est le mieux pour eux et pour la société. D'après l'architecte³²⁹ l'absence de lien entre la ville et son histoire en serait en partie responsable. La volonté d'uniformité afin de gommer tout nationalisme ou lien identitaire historique entraîne quelque part un effet d'aliénation.

Pour l'architecte Thom Mayne³³⁰, qui a débuté dans les années 1960 au moment de l'essoufflement du projet moderniste en architecture, les ouvrages de Robert Venturi, notamment *Complexity and contradiction*, ont permis de souffler un vent de liberté³³¹. Plus que le postmodernisme dans son ensemble, Thom Mayne est surtout intéressé par l'hybridation, l'ambiguïté et la contradiction. Dans une volonté de créer et mettre en pratique son propre langage, il opte pour la déconstruction dans le bâti et fonde son agence Morphosis. Les architectures qu'il élabore ne sont pas des blocs en béton brut mais des matériaux éclatés. La déconstruction dans ses créations permet de comprendre le processus de création de l'œuvre architecturale.

Le bâtiment *Cooper Union*, à New York, qu'il a réalisé, par exemple, semble endommagé avec sa façade fendue. Son créateur embrasse les nouvelles technologies dans la conception de designs innovants qui se retrouvent dans la modélisation de ses bâtiments. Pour lui, le hasard y tient également un rôle dans ce qu'il apporte à la ville et son organisation. Il donne à voir l'architecture comme un assemblage de systèmes dynamiques, des systèmes qui s'adaptent à l'activité humaine dans des espaces produits par les architectes. Thom Mayne considère l'architecture comme un domaine lié à tous les autres, avec lesquels elle crée des

³²⁷ Congress of International Modern Architects (Congrès des architectes modernes internationaux).

³²⁸ Charles Jencks, « What is Post-Modernism ? », *op.cit.*, p.472.

³²⁹ *Ibid.*

³³⁰ Thom Mayne (1944-) architecte américain. Il fonde en 1972 le cabinet d'architecture Morphosis dont les pratiques interdisciplinaires tentent de répondre aux différents besoins de la vie moderne.

³³¹ Vladimir Belogolovsky, « Interview with Thom Mayne : « I am a Pragmatic Idealist » », Arch daily [en ligne], mis en ligne le 9 mai 2017, consulté le 1^{er} juin 2018. URL : www.archdaily.com/870873/interview-with-thom-mayne-i-am-a-pragmatic-idealist

relations et avec lesquels elle dialogue, tout comme peut le faire la typographie. En un sens, la *Cooper Union* est parfaitement en adéquation avec son époque et reflète les aspirations postmodernistes qu'ont et qu'ont pu avoir ses étudiants. Le *CalTrans building*³³², une autre de ses réalisations, incorpore son adresse dans la façade du bâtiment. Le chiffre 100 est comme projeté sur un côté dont il semble émerger.



Thom Mayne, *Cooper Union* (photographe anonyme)

II.1.1.4. Architecte et designer

La typographie peut également travailler en relation avec l'architecture dans le sens où les deux abordent des conceptions similaires et se répondent en quelque sorte. C'est par exemple le cas au sein du travail du Bauhaus, notamment des lettres sur la façade du bâtiment qui contrastaient avec les standards allemands comme la gothique, pour être plus en adéquation avec l'enseignement.

³³²District 7 Headquarters, Los Angeles, Californie, 2004. Le bâtiment est le siège social du département des transports de Californie.

Plus récemment, des designers graphiques œuvrent en étroite collaboration avec des architectes sur des projets de plus ou moins grande envergure. Pierre di Sciullo travaille ainsi régulièrement avec des architectes sur des projets comme le 1 % artistique. Dans le cas présent, le graphiste, typographe et concepteur de caractères n'intervient pas après le travail de l'architecte mais en concertation avec lui. La typographie n'a pas pour seul objectif de décorer un bâtiment ou de donner une information sur le lieu.

La façade aux mille lettres, également appelée « moucharabieh des Écritures du monde », de Figeac inaugurée en 2007, est un exemple de ce type de collaboration. Derrière la façade historique en pierres se cache une feuille de cuivre dans laquelle est incorporée une quarantaine de systèmes d'écritures.

Il en va de même avec le mémorial international de Notre-Dame-de-Lorette, dit *Anneau de la mémoire*, conçue conjointement par l'architecte Philippe Prost et Pierre di Sciullo. Ce dernier avait d'ailleurs dû concevoir une police spéciale (Lorette) pour que les 600 000 noms puissent entrer dans l'anneau tout en restant visibles et lisibles même de loin. Son concepteur explique d'ailleurs qu'il fallait également prendre en compte les contraintes extérieures de luminosité, tout en respectant et en s'harmonisant avec les partis pris architecturaux³³³.



Philippe Prost et Pierre di Sciullo , *Anneaux de mémoire*, Notre-Dame-de-Lorette

³³³Dossier de presse du Mémorial international de Notre-Dame-de-Lorette, septembre 2014
URL : www.cheminsdememoire.gouv.fr/sites/default/files/editeur/nsmail-87.pdf

Ce type de travaux donne plus de visibilité à des acteurs de la commande publique comme les designers. De plus, il questionne leur place (architecte, designer) ainsi que celle de la typographie.

Néanmoins, celle-ci ne saurait s'arrêter au simple cadre architectural car elle déborde sur la communication. Or, à plusieurs reprises, comme l'exprime Pierre di Sciullo, elle n'a pas été comprise, ni même envisagée de manière globale, notamment dans ce qui est en dehors du bâti comme la communication ou la scénographie. Plus que le simple lien architecture-typographie, cela englobe des enjeux plus large de la place d'auteur et la manière dont nous envisageons la conception de lettres.

[...] quand tu intervies dans le cadre du 1 %, ou de la commande publique artistique, on te situe dans le champ de l'art, on te reconnaît en tant qu'auteur et créateur de formes. Mais par contre, quand il est question d'identité graphique, les commanditaires pensent encore que c'est du ressort de "la communication"...³³⁴

Ceci donne un autre exemple des problématiques autour statut du designer mais également de la typographie que nous aborderons dans la troisième partie de cette recherche. Mais avant cela, nous pouvons constater que l'architecture ouvre la voie à de nouveaux questionnements sur les conceptions de la lettre dans notre environnement.

II.1.2. Espace urbain et typographie vernaculaire

II.1.2.1. La typographie urbaine vecteur d'expression sociale

Le philosophe Jürgen Habermas définit l'espace public du XX^e comme un espace au sein duquel les citoyens peuvent participer à la vie politique en débattant des questions qui sont liées et favoriser ainsi la démocratie. L'espace public est ainsi présenté comme un lieu ouvert à tous. Il y a ici comme une forme d'idéalisme. Cependant, la réalité peut s'avérer être tout autre et cet espace si ouvert ne le serait pas tant que cela, excluant une certaine partie de la population, de certains groupes. Cela rend caduque le terme même de «public». Évidemment la théorie de Jürgen Habermas entre en contradiction avec d'autres qui ne perçoivent pas l'espace public de la même façon. Pierre Bourdieu, Bernard Miège, pour ne

³³⁴Presse papier, « Typographie et architecture », *étapes*, n°154, Paris, 2008, p.52.

cités qu'eux y incorporent la hiérarchie et la division sociale. En somme, soit cet espace est gouverné par les classes dominantes, soit il est la place du débat démocratique.

C'est dans ce cadre que s'inscrit la typographie. Comme nous l'avons indiqué, celle-ci s'infiltré partout notamment dans l'espace urbain. Elle peut donc s'afficher sur les murs qui deviennent médiums d'expressions artistiques et/ou de revendications sociales. Le graffiti, par exemple, peut, par des jeux d'écritures dans l'espace, affirmer une identité et afficher dans l'espace public son point de vue, son opposition ou bien inciter les gens à réagir.

La conception postmoderne de la ville font de celle-ci un assemblage fractionné de collages éphémères et d'éléments qui se superposent. Le design urbain postmoderniste perçoit donc la métropole comme une composition hétéroclite et éclectique où se côtoie le vernaculaire, la tradition, les histoires locales³³⁵. Les espaces sont indépendants et autonomes. De son côté la conception moderne conçoit les espaces à des fins précises englobées dans un projet social plus vaste. Dans ce but, il fallait rendre les espaces neutres, ce qui illustre une position politique fonctionnaliste de l'espace en ville. Chaque zone occupe un rôle déterminé. Les lieux finissent par devenir inhospitaliers et mornes. Il existe ainsi une différence de regard sur la notion d'espace entre les modernistes et les postmodernistes.

De son côté Roland Barthes comprend « la cité comme un discours »³³⁶ En tant que passants, nous absorbons tous les jours les messages et écrits de la ville. L'espace public est donc aussi un lieu d'expression typographique. Les écrits peuvent parcourir les murs et dire quelque chose de la ville et du citoyen. Les espaces publics urbains au XX^e siècle sont souvent perçus comme restreints dans le sens où ils peuvent être vus comme des espaces contrôlés exclusivement dédiés à de consommation. Tania Mouraud questionne justement les rapports entre art et liens sociaux. Ses œuvres, oscillant entre art urbain et art conceptuel, s'articulent autour de la transmission d'un message et d'une recherche formelle. L'artiste partage des similitudes esthétiques avec l'Atlas : leur tracé de grandes lignes noires et blanches, leurs lettres allongées. Dans les deux cas, il faut souvent du recul pour appréhender l'ensemble de leurs œuvres et de leurs messages. Il s'agit donc de changer la vision des gens en enlevant ce qui est considéré comme superflu. Le travail de Tania Mouraud nécessite donc de la patience car il demande aux passants ou aux spectateurs de s'arrêter afin de comprendre et de déchiffrer. L'artiste reprend ainsi la philosophie d'Agnès Martin :

Elle disait qu'elle peignait pour les personnes capables de s'asseoir sur un banc et prêtes à

³³⁵David Harley, *The Condition of Postmodernity*, Blackwell Publishing, Oxford, 1990, p.66.

³³⁶Maria Herminia A. Laurel, « Barthes en espace urbain », Carnets [En ligne], Deuxième série - 6 | 2016, mis en ligne le 31 janvier 2016, consulté le 23 septembre 2017. URL : <http://journals.openedition.org/carnets/740>

contempler un coucher de soleil. Je ne peux pas mieux dire, car l'art doit se mériter. Selon moi, l'art c'est prendre du temps. Il faut pouvoir rester devant les œuvres, être capable de changer de monde, de traverser les univers proposés.³³⁷

Les œuvres de Tania Mouraud ne sauraient être confondues avec de la publicité ou l'ensemble des écrits qui composent la ville et qui contribuent ainsi à la « pollution visuelle ».

Dans le cas de l'Atlas, l'artiste a un rapport calligraphique avec l'écriture dans l'espace, puisque ses lettres sont élaborées à partir de koufi géométrique arabe. Il fait un travail de compromis. En effet, il cherche à transgresser les règles tout en tentant de garder une forme de lisibilité ainsi que la compréhension du message. Cela se traduit par des lettres géantes aux proportions déformées. « La position d'une résistance politique m'importe tout autant que celle d'une puissance esthétique. »³³⁸

Il est bon de s'interroger sur le rôle de la typographie dans ces espaces. Il est indéniable qu'elle intègre l'espace de « consommation » par le biais de slogans, de lettres géantes ou de textes qui font partie des campagnes de marketing. La typographie peut-elle être un choix politique ? Une identité dans l'espace ?

Les œuvres de Barbara Kruger rentrent dans ce cadre d'espace public (muséal ou non) que l'artiste s'accapare à coup de slogans en lettres grands formats et de techniques issues de la publicité. Elle aborde ainsi des thématiques qui ont trait au féminisme, à la consommation. Ses visuels captent l'attention du spectateur et son emploi d'une palette de couleurs restreintes (rouge, noir) et du caractère *Futura*, souvent utilisé dans des tailles immenses, aident à rendre la communication plus efficace. Le système plastique (ou graphique ?) qu'elle emploie, n'est pas sans rappeler celui des Constructivistes (photographies en noir et blanc, couleurs, texte en corps gras en majuscules ou minuscules). Outre des œuvres parfois disséminées dans la ville, elle n'hésite pas à recouvrir des pans entiers (sol, murs, plafonds).

Dans une approche similaire Jenny Holzer, projette de grands énoncés dans les espaces publics où la typographie crée un choc visuel. Ses mots sont aussi désabusés que politiques. Cependant, à la différence de Barbara Kruger, Jenny Holzer fait défiler le texte en discontinu grâce au médium des LEDs. Le mouvement attire l'attention du passant. Cependant, les messages passent et s'enchaînent parfois à vitesses variables sans que le spectateur n'ait le temps de les assimiler. Pour l'artiste le choix du langage comme matériau d'expression est significatif. « Vous voulez montrer que le langage écrit et imprimé est relié à la vie et doit

³³⁷Felice Varini, « Tania Mouraud », Paris art [en ligne], consulté le 2 juin 2018. URL : <http://www.paris-art.com/tania-mouraud-2/>

³³⁸L'Atlas, *L'art du sens*, Critères, Grenoble, 2004, p.4.

idéalement s’y mêler. »³³⁹ De plus, elle souhaite en envahissant l’espace public sortir du cadre du musée ou de la galerie d’art.

Dans les deux cas, les artistes cherchent à faire sortir les gens de leur langueur afin qu’ils s’intéressent « à ce qu’ils ne regarderaient pas autrement »³⁴⁰.

La typographie envahit ainsi des espaces urbains que cela soit pour des raisons fonctionnelles et pratiques (panneaux de signalisation, renseignements), politiques ou esthétiques (décorer un lieu). Mais surtout, la typographie dans la rue devient un musée en plein air jouant avec le regard du spectateur. Philippe Artière dans *La ville écrite* parle du lien qui existe entre le regard, celui du passant ou du photographe, et les inscriptions sur les surfaces :

À l’image du tatoué, nos cités ont, depuis le XIX^e siècle, été recouvertes d’une épaisse pellicule d’écritures, investies par des coulées de signes peints qui marquent autant d’événements, de strates, de moments. Il y a eu des éruptions de mots qui, telles celles des volcans, ont changé le paysage urbain. Ce ne sont plus seulement des inscriptions gravées mais des mots, des flèches, des emblèmes, des plaques, des affiches, des calicots. Cette prolifération d’écrits a, à certaines périodes, pris le pas sur l’architecture.³⁴¹

Il faut imaginer la ville et ses espaces de manière plus large, se représenter les deux comme un ensemble devenu à la fois lieu et sujet d’exposition. « La ville n’est pas tant devenu un livre ouvert qu’une nouvelle forme d’écriture [...] la ville n’a pas singé le livre mais elle est devenue [...] un nouvel objet de la culture écrite. »³⁴²

Il est ainsi possible d’envisager les lettres dans la ville autrement que comme de la pollution visuelle qui s’ajoute aux bruits ambiants.

Entendons-nous, il ne s’agit pas d’un problème de visibilité ou même de lisibilité, l’écrit n’est pas ici un ornement urbain de plus, il n’est pas un complément. Ce que l’écrit fait à la ville [...] c’est qu’il l’oblige à changer, il rend nécessaire une modification de sa conception même.³⁴³

Le lien étroit entre typographie, architecture et urbanisme, notamment chez les Anglo-Saxons, passe par les immeubles et gratte-ciels. Leur présence monumentale, leur aspect parfois longiligne sont source d’inspiration. Mais ce qui semble primer, c’est que ces bâtiments sont l’image, la représentation de la ville dans l’imaginaire collectif.

³³⁹ Malroux Claire, « La poésie au fronton de la ville : Jenny Holzer », *Po&sie*, n°120, 2007, p. 248-255. URL : <https://www-cairn-info.ezproxy.u-bordeaux-montaigne.fr/revue-poesie-2007-2-page-248.htm>

³⁴⁰ *Ibid.*

³⁴¹ Philippe Artières, *La ville écrite, La collection de photographies*, Editions du Centre Pompidou, Paris, 2012, p.9.

³⁴² *Ibid.*

³⁴³ *Ibid.*, p.11.

II.1.2.2. Le voyage vernaculaire

Les polices types néons représentent cette ville vernaculaire. En effet, les enseignes lumineuses sont des textes visibles même la nuit comme identité visuelle de boutiques, casinos ou de lieux de divertissements. L'étude du fameux *strip* de Las Vegas par le couple Venturi met en évidence ces écritures représentatives de Las Vegas et généralement du monde de la nuit. Leur but premier reste la visibilité, néanmoins, Peter Hall dénote plusieurs échecs à ces polices de caractères : malgré la fascination qu'elles provoquent, elles restent très connotées univers des jeux d'argent et du crime, elles représentent le superficiel et l'éphémère,

De plus, les néons étant remplacés peu à peu par des LEDs, cette forme de typographie vernaculaire tend à disparaître mais reste tout de même bien ancrée dans l'imaginaire collectif. L'histoire et la mémoire de ces enseignes sont conservées au musée du Néon.



Edward N. Edstrom, *Fremont Street Las Vegas*, photographie, 1952

Las Vegas n'est pas la seule ville traduite typographiquement, des artistes et des designers ont travaillé à cette représentation de la ville en lettres. *Mmm... skyscraper, I love you*³⁴⁴ du collectif Tomato³⁴⁵ se présente comme un voyage typographique au cœur de New

³⁴⁴Tomato, *Mmm...skyscraper, I love you*, Booth-Clibborn, 2000.

³⁴⁵Collectif d'artistes et de designers multidisciplinaires fondé à Londres en 1991.

York. L'ouvrage cherche à retranscrire les sensations d'une promenade dans la ville. Les lettres, ainsi que la mise en pages, sont comme un enregistrement de bruits, de textures et d'odeurs. Le livre est en quelque sorte un documentaire urbain à la narration complexe et subjective, fondée sur des conversations entendues par Karl Hyde³⁴⁶ dans la rue. Cette création est en lien avec le groupe Underworld³⁴⁷, dont Tomato a créé le visuel de la pochette de l'album *Dubnobasswithmyheadman*, dans lequel apparaît un titre du même nom que le livre du collectif. Le travail de John Warwicker³⁴⁸ et Karl Hyde sur la typographie réside essentiellement dans l'ambiance qu'elle cherche à transmettre. Ainsi, l'atmosphère des mots est autant porteuse de sens que le contenu linguistique. Les créateurs se revendiquent de Franz Kline³⁴⁹ en ce qui concerne leur typographie. Outre le choix du noir et blanc, c'est la suggestion d'éléments comme les voies (ponts, rails...) américaines, représentées de manière abstraite, qui les rapproche de l'artiste. Tomato cherche à faire ressortir la spontanéité et la dynamique de la ville par des superpositions et assemblages typographiques, là où Franz Kline le fait par la peinture.

Tomato se sert des nouvelles technologies et des nouveaux médias pour créer une œuvre hybride, mixte, qui s'exprime sur le papier comme en vidéo. L'aspect impropre, les combinaisons de styles, les tâches et les éclaboussures, les typographies altérées renvoient à la culture alternative, notamment grunge, des années 1980-1990. Une forme d'esthétique que nous retrouvons également chez David Carson.

Tomato réalise des vidéos en parallèle, notamment celle de *Cowgirl* qui tente de transmettre les sensations de cette typographie ambiante. Les mots et phrases, parfois coupés, apparaissent et disparaissent de l'écran, en rythme avec la musique comme des échos lointains. Des polices de caractères différentes dans des langues diverses se superposent.

L'aspect vernaculaire de la lettre a aussi son importance. Comme nous avons pu le voir et le définir dans le chapitre sur la culture populaire, le vernaculaire est aujourd'hui associé à ce qui est commun, voire vulgaire. Néanmoins, l'intérêt que lui portent les designers laisse entrevoir leur curiosité pour des signes amateurs ou laissés de côté.

L'influence et la dimension grandissantes du vernaculaire sont dues en grande partie à Ed Fella. Son influence au sein de Cranbrook n'a pas été des moindres comme l'écrit Lorraine Wild dans *Cranbrook : the new discourse*. Avant d'y être étudiant au milieu des années 1980,

³⁴⁶Karl Hyde (1957-) artiste et musicien anglais. Membre fondateur du collectif Tomato, également membre du groupe Underworld.

³⁴⁷Groupe de musique électronique britannique fondé en 1980.

³⁴⁸John Warwicker designer, artiste, membre fondateur du collectif Tomato.

³⁴⁹Franz Kline (1910-1962) peintre expressionniste abstrait américain.

il était auparavant un critique du design, fréquemment invité dans les années 1970. Son rôle à CalArts n'est pas à négliger, même s'il n'a pas dirigé le département de design, il y a tout de même enseigné. Rudy VanderLans le cite même comme l'un des designers les plus copiés et dont les étudiants et les autres designers se sont réappropriés les œuvres. À la différence de ceux qui apprécient s'inspirer de son travail, Ed Fella utilise peu l'ordinateur et préfère la conception manuelle de la lettre. Par ce biais, il peut explorer différentes techniques (calligraphie, griffonnage, assemblage, frottage, pochoir) et faire ressortir tout le potentiel esthétique que permettent les lettres. L'imagerie vernaculaire lui sert de terrain pratique d'approfondissement de la forme irrégulière, de l'excentricité, des espaces et intervalles inégaux. La calligraphie se mêle avec des polices dégradées, les mises en pages sont variables. L'aspérité et le déséquilibre deviennent en quelque sorte sa marque de fabrique. Ed Fella déconstruit et reconstruit la lettre et la typographie. Ses compositions vont à l'encontre du design bien fait. Il propose ainsi une nouvelle esthétique de l'inesthétique.

En incluant le vernaculaire dans son travail personnel et professionnel, Ed Fella fait entrer la culture populaire (*low*) dans celle « noble » (*high*). De cette manière, il décroïssonne les frontières :

D'un point de vue historique, si l'on considère le design graphique comme un vaste champ de pratiques professionnelles, comme un continuum du haut vers le bas — le "haut" étant une pratique académique et le "bas" étant le vernaculaire ou une pratique naïve — tout est, à un moment ou à un autre, recevable.³⁵⁰

II.1.2.3. Safari typographique

Au-delà de son travail graphique, Ed Fella s'est aussi intéressé à cette typographie vernaculaire en tant qu'archiviste, à travers son projet *Letters on america*³⁵¹. Il regroupe ainsi toute une collection de Polaroids pris à travers les États-Unis. Nous y retrouvons des insignes, des enseignes et panneaux publicitaires, des marquages au sol, des lettres inscrites sur des bâtiments et des portails. Les lettres peuvent avoir été peintes ou dessinées à la main, réalisées grâce à des pochoirs, imprimées sur des supports divers, quand il ne s'agit pas de néons. La plupart laisse entrevoir des signes de fatigue et d'usure. La manière dont Ed Fella se les approprie avec son Polaroid, traduit l'instantanéité et l'éphémère. Il y a derrière ses clichés

³⁵⁰ Citation de Ed Fella issue de la présentation de l'exposition Ed Fella Documents sur le site Le Signe, centre national du graphisme à Chaumont .

URL : www.centrenationaldugraphisme.fr/fr/cig/page/biennale-de-design-graphique-2017/expositions/ed-fella-documents

³⁵¹ Lewis Blackwell, *Edward Fella: Letters on America*, Princeton Architectural Press, New York, 2001

une certaine sensibilité, une curiosité et un amour pour ces lettres qui évoquent l'Amérique moyenne dans laquelle les gens baignent mais ne voient pas.

Cependant, son travail de recension se situe loin des travaux de Bernd et Hella Becher dont le cadrage et la lumière identiques pour chaque sujet expriment leur volonté d'objectivité anthropologique et esthétique. Il n'y a pas chez Ed Fella cet esprit minimaliste car ses lettres débordent du cadre. Mais chacun d'entre eux (Ed Fella et le couple Becher), raconte le paysage urbain et rend hommage à sa manière, à un patrimoine en désuétude. Cependant, la démarche de Ed Fella n'est pas juste pour la documentation et l'archivage. Il cherche aussi à exposer la qualité cachée de ces signes que nous ne voyons pas ou plus. Le cadrage choisi en dit peu sur le contexte global (lieu, date), ni ne donne d'explications sur les mots mais nous pouvons tenter de le deviner. Inconsciemment, nous sommes en mesure de reconnaître les signes d'un restaurant, d'un hôtel ou d'un bar.

De manière similaire, Doug Wilson³⁵² s'est également emparé du Polaroid pour capturer la typographie vernaculaire dans le paysage américain. Il explique ainsi avoir pris pas moins de 600 clichés entre 2001 et 2010. Sa démarche s'inscrit dans la lignée d'un safari photographique, une sorte de journal quotidien qui permet de capturer la beauté et la maladresse de ces typographies dessinées parfois à la main. Mais sa posture de chasseur typographique est aussi personnelle car il déploie un grand intérêt pour la préservation de la lettre imprimée. Il devient ainsi archiviste de la typographie, comme Ed Fella, et depuis 2012, il réunit des vidéos (films, documentaires, etc.) traitant notamment des processus d'impression et de création typographiques. Il s'agit à la fois d'un moyen de conservation et de diffusion de la connaissance autour de la lettre.

Ed Fella et Doug Wilson ne sont pas les seuls à avoir le goût de la chasse à la typographie. Les *Safari typo!*³⁵³, une courte série en 8 épisodes, se proposent d'explorer la « jungle typographique » de villes comme Marseille, Paris, Londres, Berlin. Chaque épisode suit un schéma similaire : un graphiste (Jean-François Porchez, David Pouillard, Nadine Chahine, Tabas), originaire ou travaillant dans la ville titre, fait découvrir celle-ci à travers la typographie, au lecteur qui suit ses pérégrinations. *Safari typo!* s'intéresse particulièrement aux enseignes de bars, de magasins mais aussi aux transports, aux signalétiques, aux panneaux publicitaires, etc. Globalement la série se penche sur toutes les inscriptions et lettres présentes dans l'espace public. Ces lettres sont des inspirations pour ces

³⁵² Doug Wilson designer et graphiste américain. Il a également dirigé le film documentaire *Linotype The film*.

³⁵³Série en 8 épisodes réalisée par Thomas Sipp, également réalisateur de *Sacrés caractères* série coproduite avec Arte en 2017.

designers graphiques et dessinateurs de caractères. De plus, leurs spécificités traduisent l'atmosphère et le caractère d'une ville, ainsi que son histoire.

Cette initiative montre comment la typographie s'inscrit dans l'espace public et forge la perception de notre environnement. La jungle urbaine se transforme en jungle typographique. Elle démontre ainsi comment la lettre a envahi l'espace urbain, comment elle s'est propagée à travers le temps et sur tous les supports. Nous sommes désormais habitués à cette omniprésence du signe lisible que nous ne voyons plus alors que nous le côtoyons au quotidien. Ces safaris typographiques permettent également à ces explorateurs contemporains de s'immerger dans leur habitat, la ville, et ainsi de l'expérimenter. Ces marches mettent en avant l'aspect vernaculaire de la typographie.

Cette série cristallise également l'intérêt actuel que les professionnels et amoureux des lettres portent à la typographie. En effet, il existe des sites qui recensent cette typographie vernaculaire, tel *vernaculartypography.com*. Ils sont à la fois des vitrines pour ces lettrages et inscriptions et une sorte de musée des archives pour des œuvres vouées à disparaître.

Les auteurs liés à ces créations sont souvent inconnus et anonymes. Derrière l'esprit vernaculaire se cache une pratique de la typographie en amateur, que s'approprient les designers.

II.1.2.4. La ville comme typographie

La relation entretenue entre la typographie et l'architecture passe également par le contexte urbain. Elle induit aussi une approche vernaculaire de la lettre qui envahit la ville. Au-delà des installations graphiques, il s'agit surtout de toutes ces signalétiques, insignes, enseignes.

Certains graphistes et typographes, tels Pierre di Sciullo ou David Pouillard, se servent de la ville et de ses ressources comme terrain d'explorations et d'expérimentations. La ville inspire la création typographique, elle sert également de lieu d'exposition. En suivant les préceptes de Paul Elliman, au-delà de la page, le monde est une surface d'impression. Nous en venons alors à collectionner les débris, les rejets, les morceaux, des fragments de la ville et de notre environnement. David Pouillard s'inspire de Paris et de ses inscriptions pour créer l'*Ordinaire* dont le nom reflète bien les aspirations de son créateur. Une police de caractère simple qui n'a pas d'autre but que d'interroger notre quotidien banal.

L'alphabet, créé par Michael Stout en 2002, intitulé *Imageability : paths, edges, nodes*, s'inspire directement des travaux de Kevin Lynch³⁵⁴. Il fait notamment référence à son ouvrage *L'image de la ville* dans lequel l'auteur y définit cinq types d'éléments qui lui permettent de classer l'espace urbain : les voies (*paths*), les limites (*edges*), les nœuds (*nodes*), les quartiers (*districts*) et les points de repères (*landmarks*). La création de Michael Stout joue avec les lignes, les croisements afin de faire apparaître les lettres. Comme dans une ville, toutes les parties (les lettres) sont reliées entre elles afin de faciliter les déplacements et la sensation de liberté. *Imageability : paths, edges, nodes* laisse circuler le regard du lecteur. Les lettres sont quadrillées comme s'il s'agissait de la carte routière d'une métropole comme Los Angeles et le lecteur peut y déceler des A, H, Y, X, T....

Il est possible de retrouver une approche de la typographie au travers des *Hercules Towers*³⁵⁵ de Rafael De La Hoz : deux tours cylindriques de 126 mètres sur lesquelles apparaît l'inscription « Non Plus Ultra ».

Kevin Lynch, lui, traite la ville comme une expérience urbaine. Les habitants se créent une image mentale de cette dernière qui leur permet d'apprécier l'esthétique des lieux mais aussi de se forger un sentiment d'appartenance.

Comme en typographie, la ville est soumise à des contraintes de lisibilité. En effet, la clarté des éléments permet de les identifier plus facilement. Il revient donc à l'architecte ou l'urbaniste de créer des éléments qui permettent aux individus de se repérer dans l'espace qu'ils occupent et utilisent. Les architectes se rapprochent ainsi des graphistes dont la tâche est de concevoir des signes et signalétiques pour la ville afin de s'y orienter ou à l'inverse s'y perdre.

L'urbanisme architectural se rapproche de la typographie dans sa structure et cette dernière peut tout à fait ajouter des indications sensorielles. Bien que le travail³⁵⁶ qu'il met en avant analyse l'importance de la lisibilité, notion essentielle en typographie notamment dans le cadre du style international, Lynch critiquait cependant l'aspect moderniste des bâtiments, arguant que la fonctionnalité primait sur l'aspect humain. Sa recherche, cependant, réalisée avec les habitants, fait ressortir la réappropriation de leurs lieux de vies. La critique architecturale des années 1960 et 1970, avec sa remise en question du modèle moderniste, touche également la typographie dont les notions sont proches.

³⁵⁴Kevin Lynch (1918-1984) théoricien et urbaniste américain.

³⁵⁵Rafael De La Hoz, *Hercules Towers ou Torres de Hercules*, Cádiz, Espagne, 2009.

³⁵⁶Kevin Lynch a analysé trois villes américaines (Boston, Los Angeles et Jersey City) à partir d'entrevues, de dessins et plans réalisés par les citoyens de ces dernières.

La police de caractère *Template Gothic*, créée par Barry Deck³⁵⁷ en 1989, est devenue rapidement populaire au point de représenter l'essence typographique des années 1990 après avoir été commercialisée par *Emigre* en 1991³⁵⁸. Son aspect imparfait en fait l'idéale représentante de la culture grunge. Elle est aussi un exemple de ce que l'inspiration vernaculaire peut produire comme résultat. En effet, le designer avoue avoir créé cette police à partir d'un signe affiché dans une laverie. « J'ai été inspiré à concevoir une typographie qui avait l'air d'avoir subi les ravages distordus de la reproduction photomécanique »³⁵⁹

Comme le designer le dit lui-même, son travail cherchait à échapper à la perfection moderniste afin d'élaborer un langage plus en adéquation avec le monde imparfait dans lequel nous vivons. La *Template Gothic* sera d'ailleurs remployée par d'autres designers, comme David Carson, et investira les différents champs de la culture autant populaire qu'académique³⁶⁰. Son importance est telle, qu'elle intègre en 2011 la collection d'architecture et de design du MoMA de New York.

Ellen Lupton et J. Abbott Miller expliquent, dans *Low and High Design in everyday life*, que l'exposition au MoMA en 1990, intitulée *High and Low : Modern Art and Popular Culture*³⁶¹, démontrait comment l'ordinaire et le quotidien avaient intégré l'art. L'exposition en elle-même n'était qu'un constat d'un phénomène déjà entamé et acquis par les designers dans les années 1980. Les questions autour de la notion du vernaculaire sont intéressantes car traitant du fossé entre la culture dite « haute » élitiste ou académique et celle « basse » dite populaire ou de masse. Ainsi *low* et *high* forment une dualité bien ancrée dans notre culture, un fossé encore plus creusé par le modernisme des années 1950 et 1960. Le vernaculaire interroge donc l'écart existant entre la culture dominante et celles secondaires. Il implique néanmoins plus qu'un effet de style, mais un jugement de valeur et culturel entre classes (dominantes et moyennes).

Les années 1980 opèrent un changement d'appréciation et de hiérarchisation en intégrant le quotidien dans l'art. Ce qui démontre bien que tout est cyclique car ce qui est chic un jour peut rapidement se retrouver démodé puis repris et modifié par la suite. C'est cet effet

³⁵⁷ Barry Deck, design américain, ancien étudiant de CalArts dans la fin des années 1980 et début 1990.

³⁵⁸ Elle est d'ailleurs la police de caractère employée pour la couverture du numéro 19 de la revue *Emigre*.

³⁵⁹ (Notre traduction) « I was inspired to design a face that looked as if it had suffered the distortive ravages of photomechanical reproduction. », *Emigre Font* [en ligne], consulté le 2 juin 2018. URL : www.emigre.com/Fonts/Template-Gothic-CY

³⁶⁰ Elle aurait par exemple été utilisée dans le film *Murder by numbers* dans lequel apparaît Sandra Bullock.

³⁶¹ Ellen Lupton, J. Abbott Miller, *op.cit.*, p.157.

cyclique qui crée pour Ellen Lupton et J. Abbott Miller ce sentiment de nostalgie qui mène aux styles néo et rétro³⁶².

II.1.3. Poésie et écriture

II.1.3.1. Le calligramme

L'écriture poétique est un des aspects de la typographie. En effet, outre la beauté de la lettre, il est souvent fait mention de la musicalité ou encore du rythme de la mise en pages. Il est tout à fait possible de regarder des manuscrits anciens avec leurs enluminures et d'y voir de la poésie visuelle. La poésie typographique joue sur plusieurs éléments : la police de caractères, la mise en pages de cette dernière dans l'espace, le blanc, le support, les couleurs (s'il y en a), les sonorités et les jeux de langages. Il y a à la fois le fond et la forme. Les jeux typographiques poétiques sont une autre manière d'aborder les possibilités esthétique et les réflexions autour de la lettre. Au-delà de l'influence sur la déconstruction et la perception de la lettre en tant que matériau sonore, la typographie a aussi eu un impact sur la façon de lire de la poésie. Elle n'est pas seulement lue mais aussi regardée et perçue en tant qu'image. C'est par ces éléments (déconstruction, perception, travail de lecture) la typographie postmoderniste de la poésie. Or, comme nous l'explique Marthe Gonneville :

Pendant des siècles — sauf quelques rares exceptions qui d'ailleurs ne ressortissent pas souvent à la poésie (voir Rabelais et sa fameuse bouteille, Restif de la Bretonne et Beaumarchais, typographes, Balzac et quelques autres) — on ne s'est pas tellement préoccupé de la « bonne forme » des lettres, c'est-à-dire de la typographie³⁶³

Comme précurseurs de la poésie typographique, nous pouvons citer les calligrammes. Ils n'ont pas été inventés par Guillaume Apollinaire dont le mérite a été de les remettre à l'honneur. En effet, nous retrouvons déjà cette poésie figurative (*technopaegnia*) dans l'Antiquité hellénique. Le poète Simmias de Rhodes en est d'ailleurs considéré comme l'inventeur aux environs du IV^e siècle en représentant un œuf, une hache et des ailes. La poésie figurative est une composition poétique dont la disposition des vers forme un objet. Généralement l'objet représenté est le sujet du poème. En cela, les auteurs jouent avec l'écriture typographique (longueur, hauteur, largeur) ainsi qu'avec l'espace afin de créer une figure. La typographie se transforme en une illustration. Il y a donc un jeu de renvois entre texte et image.

³⁶²*Ibid.*, p.161.

³⁶³Marthe Gonneville, « Poésie et typographie(s) », *Études françaises*, volume 18, n°3, 1982, p. 22.

Nous retrouvons ces poésies figuratives au Moyen Age et à la Renaissance. L'exemple le plus connu est la *Dive Bouteille* de l'humaniste François Rabelais présente dans *Le cinquième livre des faits et dits héroïques du bon Pantagruel*³⁶⁴. Ici la forme de la bouteille est mise en avant par le contour épais qu'elle forme autour du poème³⁶⁵. Plus tard *Le Verre*³⁶⁶ de Charles-François Panard³⁶⁷ au XVIII^e siècle. Nous trouvons également quelques traces de cette mise en forme poétique chez Nicolas Cirier³⁶⁸ dans son *Apprentif Administrateur*³⁶⁹ vers 1840. Outre-Manche, nous pouvons rapprocher le calligramme de Lewis Carroll, avec le poème « L'histoire d'une souris »³⁷⁰ qui apparaît dans le troisième chapitre d'*Alice au pays des merveilles*. Le texte est d'abord mis en pages de manière classique, puis les caractères se détachent et se suivent pour former comme la queue d'une souris.

C'est vers 1912-1913 que Guillaume Apollinaire commence à composer ses premiers poèmes visuels, qu'il appelle « idéogrammes lyriques ». Les calligrammes ne sont proposés qu'en 1917. Leur auteur les définit comme suit :

Les artifices typographiques poussés très loin avec une grande audace ont l'avantage de faire naître un lyrisme visuel qui était presque inconnu avant notre époque. Ces artifices peuvent aller très loin encore et consommer la synthèse des arts de la musique, de la peinture et de la littérature.³⁷¹

Ce poète essaie à sa manière d'expérimenter un nouveau type de poème, plus visuel, qui peut être lu en partant de différentes entrées. En faisant cela, il déstabilise le lecteur habitué à la lecture classique d'une œuvre poétique. « Le poème que j'ai arrangé (avec Huelsenbeck et Marcel Janco) ne donne pas une description musicale, mais tente d'individualiser l'impression du poème simultanément auquel nous donnons par là une nouvelle portée. »³⁷² écrit-il.

³⁶⁴François Rabelais, *Le cinquième livre des faits et dits héroïques du bon Pantagruel*, 1564.

³⁶⁵Il existe un débat autour de la forme de la bouteille. Certains suggèrent que le dessin aurait été ajouté par l'éditeur sans autorisation de l'auteur, déformant ainsi la forme initiale, quand d'autres suggèrent qu'il faut tourner le dessin afin d'y voir un poisson.

³⁶⁶Charles-François Panard, *Le Verre, Théâtre et œuvres diverses*, 1764.

³⁶⁷Charles-François Panard (1689-1765), poète et dramaturge français.

³⁶⁸Nicolas Cirier (1792-1869), typographe et pamphlétaire français, auteur de *L'œil typographique* et de *L'apprentif administrateur* dans lesquels il mélange recherches typographiques et discours engagé.

³⁶⁹Nicolas Cirier, *L'apprentif administrateur, pamphlet pittoresque (!), littéraire-typographique-bureaucratique, pouvant intéresser toute personne employée, employable, ex-employée / par quelqu'un de cette dernière catégorie*, Nicolas Cirier (édité à compte d'auteur), Paris, 1840.

³⁷⁰Lewis Carroll, « Histoire d'une souris », extrait d'*Alice au pays des merveilles*, 1864.

Son nom original « A mouse's tale » est jeu de mot avec « mouse's tail ».

³⁷¹Guillaume Apollinaire, extrait de la conférence *L'esprit nouveau des poètes* prononcée au Vieux-Colombier le 26 novembre 1917.

³⁷²Guillaume Apollinaire cité dans Jacques Damase, *Révolution typographique*, Éditions Motte, 1966, p.16.

Il y a une volonté de travailler la simultanéité et les effets sonores. Guillaume Apollinaire cherche à illustrer, peindre, avec des mots. Au-delà de la recherche pure, il se joint au mouvement Dada par l'envie de choquer — d'une certaine manière — le public mais surtout de bousculer les conventions de lecture mises en place jusque-là.

Dans *La colombe poignardée et le jet d'eau*³⁷³ par exemple, le lecteur peut y voir effectivement les éléments nommés dans le titre de l'œuvre. Nous y trouvons également des différences typographiques (italiques, empattements, majuscules...) entre les éléments et ainsi les différentes phrases formant le jet d'eau peuvent être lues chacune séparément sans hiérarchie. « M. Apollinaire essayait un nouveau genre de poème visuel, qui [...] accentue les images centrales, typographiquement, et donne la possibilité de commencer à lire un poème de tous les côtés à la fois. »³⁷⁴ nous explique Tristan Tzara qui le prendra en modèle pour ses propres calligrammes en 1916.

La poésie visuelle que tente Guillaume Apollinaire se différencie de celle des Futuristes. En effet, leurs préoccupations plastiques sont différentes, de même que les messages véhiculés à travers leurs œuvres. Guillaume Apollinaire, s'il souhaite bousculer nos habitudes, ne cherche cependant pas à les révolutionner comme dans les *Mots en liberté* où il est parfois difficile de lire le texte. Dans ses œuvres, le poète ne joue pas non plus avec la ponctuation — qui est rare — ni les glyphes. Il pense le fond plus que l'effet, au contraire des Futuristes qui privilégient ce dernier aspect.

Concernant le fond, les Futuristes et Guillaume Apollinaire partagent la thématique de la guerre. Toutefois, le poète verse plus vers la mélancolie poétique que sur la retranscription des sonorités des fusils et des bombardements. En définitive, ses calligrammes, s'ils jouent avec la lettre, comportent peu de modulations typographiques. L'auteur y est à la fois peintre et poète puisqu'il mélange les deux domaines.

Il y a également les calligrammes qui vont plus loin dans la forme dessinée, voire ludique de la typographie. Nous les retrouvons notamment chez les Futuristes, Carlo Carrà, Gino Severini ou encore Francesco Cangiullo³⁷⁵. C'est surtout chez ce dernier que l'inspiration et la filiation avec le calligramme franchissent une nouvelle étape. C'est grâce au calligramme que Francesco Cangiullo crée son *Alphabet surprise* en 1916. Le poète compose des personnages inspirés du monde du spectacle à partir de lettres, nombres et signes

³⁷³ Guillaume Apollinaire, « La colombe poignardée et le jet d'eau », *Calligrammes poèmes de la paix et de la guerre*, Mercure de France, Paris, 1918, p.73.

³⁷⁴ Tzara Tristan, « Note pour les bourgeois », *Cabaret Voltaire*, 1916, p.7.

³⁷⁵ Francesco Cangiullo (1888-1977) écrivain, poète et peintre italien qui participa activement au mouvement futuriste.

mathématiques. Les caractères se transforment pour mieux exprimer des sensations ou représenter des objets. Dans *Treno sul ponte*³⁷⁶, de Pasqualino (frère de Francesco Cangiullo), les lettres sont disposées de telle manière que l'œil du spectateur ne peut que voir un train traversant un pont, d'où le titre de l'œuvre. En effet, ce train se compose de lettres : un T et un R pour la locomotive, des E et des O suivent, tels des wagons. Quant au pont, des U forment un aqueduc, soutenus successivement par des A et des Z, renforcés par des V et N.

Ces œuvres peuvent être comparées au *Typewriter Art*, encore pratiqué aujourd'hui, en particulier sous la forme de l'ASCII Art, que nous pourrions considérer comme sa version numérique. Parce que les images se sont transformées en lettres nous dit Massin, les lettres redeviendraient-elles des images ? Ou bien n'ont-elles jamais vraiment perdu cet aspect ?

« Or, à toutes les époques, se révèle le souci constant — secret ou avoué — de rechercher dans le dessin des lettres cette figuration perdue. »³⁷⁷

II.1.3.2. Jeu de lettres

En parallèle des calligrammes, d'autres artistes ont travaillé les possibilités poétiques offertes par la lettre et la typographie et cela de manière différente. Au point que des auteurs, dont Lewis Carroll avec *L'histoire d'une souris*, ont expérimenté la position des lettres dans l'espace et l'importance du blanc qui rythme la page. Les artistes réfléchissent « la mise en page d'un livre comme l'orchestration d'une affiche »³⁷⁸.

Pour Marthe Gonneville³⁷⁹, tous ces auteurs — dont certains contemporains de Stéphane Mallarmé — ont préparé en quelque sorte le terrain pour l'arrivée d'*Un coup de dé jamais n'abolira le hasard*³⁸⁰. Selon elle, Stéphane Mallarmé a porté un grand coup à la poésie visuelle dans sa manière d'appréhender la lettre. Il semblerait que jusqu'à lui, personne ne s'était vraiment préoccupé des possibilités qu'offrait la typographie dans sa transcription, sa manière d'être lue ou perçue. D'autres artistes, comme nous l'avons vu, avaient tenté quelques expérimentations mais aucune à cette échelle.

³⁷⁶Pasqualino Cangiullo, *Treno sul ponte*, 1914, aquarelle, 48,5x68,5 cm, Milan, collection privée.

³⁷⁷Présentation de l'ouvrage, Massin, *La lettre et l'image La figuration dans l'alphabet latin du VIII^e siècle à nos jours*, Gallimard, Paris, 2003.

³⁷⁸Marthe Gonneville, *op.cit.*, p. 22.

³⁷⁹*Ibid.*

³⁸⁰Un coup de dés jamais n'abolira le hasard, poème de Stéphane Mallarmé (1842-1898) paru en 1897 dans la revue *Cosmopolis* et publié en 1914 dans *La Nouvelle Revue française*.

Ce poème de Stéphane Mallarmé, d'une vingtaine de pages, se détache des codes habituels. En effet, l'auteur joue avec l'espace et le blanc que lui donne la double page. Les vers sont disposés librement, en réalité, ils sont le fruit d'un long travail inspiré par l'expérience théâtrale et l'écriture musicale. Effectivement, le texte est mis en page comme une portée. Le poète supprime toute ponctuation et perturbe la lecture par des variations de caractères et de corps. Il joue ainsi avec les contrastes et l'asymétrie qui en découle.

En 1969, Marcel Broodthaers³⁸¹ revisite *Un coup de dé jamais n'abolira le hasard* en reprenant l'exacte mise en page de l'original mais en noircissant toutes les parties de texte. A la fin, le poème n'est plus qu'une succession de bandes noires de largeurs variables selon la taille de la police de départ. Plus qu'un effacement ou une suppression, l'artiste met en lumière le travail sur l'espace commencé par Stéphane Mallarmé qu'il considère comme l'inventeur de l'espace moderne.

Mais avant cela, *Un coup de dé* devient une inspiration pour d'autres mouvements littéraires ou artistiques, spécifiquement le Futurisme. Chez ces derniers, l'annonce de leur révolution typographique reprend celle entamée par Stéphane Mallarmé en particulier au niveau de la ponctuation et l'orthographe libres. Cependant, ils poussent plus loin la réflexion sur la langue puisqu'ils préconisent l'élimination de tous signes de ponctuation afin de privilégier la lettre et le son. Les Dadaïstes, quant à eux, utiliseront à la fois les travaux de Stéphane Mallarmé et de Guillaume Apollinaire (jeu polysémique, spontanéité). Dans sa *Note pour les bourgeois*³⁸² Tristan Tzara évoque ses influences et ses intentions issues du théâtre et de la réforme typographique de Stéphane Mallarmé. Il détaille en particulier les théories de Henri-Martin Barzun³⁸³ qui travaillait sur la relation entre poésie et symphonie polyrythmique, reprise dans son article « Voix, rythmes et chants simultanés »³⁸⁴, mais il s'appuie également sur les recherches de Guillaume Apollinaire concernant la création d'une poésie visuelle.

Parmi les héritiers grandement influencés par *Un coup de dé*, les Futurismes italiens et russes travaillent chacun de leur côté sur l'aspect sonore et poétique de la lettre dans l'espace. Chez F.T. Marinetti, les mots et les lettres sont disposés sur la surface blanche de la page, les tensions et rapports entre eux se font par les différences de caractères et de grandeur. À partir de ces recherches le mouvement intègre la poésie. La typographie, par le mouvement, donne

³⁸¹Marcel Broodthaers (1924-1976) artiste belge.

³⁸²Tristan Tzara, « Note pour un bourgeois », *Cabaret Voltaire*, 1916.

³⁸³Henri-Martin Barzun (1881-197) poète et critique littéraire français.

³⁸⁴Henri-Martin Barzun, « Après le Symbolisme. L'Art poétique d'un idéal nouveau. Voix, rythmes et chants simultanés expriment l'Ère du drame », *Poème et drame*, n°4, mai 1913.

une illusion de perspective sur une surface imprimée. En faisant ressortir les mots, elle ajoute un effet cinétique. Elle passe du lisible au visible. De plus, l'addition de la couleur ouvre des possibilités mais amène également de nouveaux handicaps.

Du côté de la Russie, Iliazd³⁸⁵ synthétise les approches et influences des deux poètes Velemir Khlebnikov³⁸⁶ et Alexei Kroutchenykh³⁸⁷ dans son œuvre *Ledentu le Phare*, dont le titre rend hommage à son ami et peintre Le Dentu³⁸⁸. L'ouvrage est le dernier volet en langage *zaoum* d'une pièce (*Les Traits de l'âne*) qui en comporte cinq : *Yanko roi des Albanais*, *L'âne à louer*, *L'île de pâques*, *Soi-Disant Zga* et *Ledentu le Phare*. Ce dernier volet est considéré comme l'aboutissement de son travail sur le langage *zaoum*.

II.1.3.3. Lettrisme et poésie concrète

Plus proche de nous, le Lettrisme et la poésie concrète s'élèvent comme un nouveau modèle de création typographique visuelle et poétique. Le poète, ici, n'utilise plus de la typographie pour véhiculer son message mais semble écrire en fonction de la typographie (*Ode à la typographie* de Pablo Neruda³⁸⁹). Il traite sa page comme un peintre pour en saisir l'espace. Il s'intéresse également au langage poétique ainsi qu'au rôle et à la fonction que la typographie peut y jouer. Mais surtout, la langue devient une matière pour le poète, ce qui entraîne toutes sortes de possibilités comme la réduction des mots, la création de signes et de compositions visuelles, ainsi que tout un travail sur le souffle et l'articulation des mots entre eux, pour l'acoustique. Le poète devient un constructeur qui allège la langue pour la rendre sensible. C'est dans cette optique que naissent des poésies nouvelles : la poésie concrète, visuelle, phonétique, etc. Elles se fondent sur toutes ces possibilités de langage considérées désormais comme autonomes.

³⁸⁵Ilia Mikhaïlovitch Zdanevitch dit Iliazd (1894-1975) éditeur, poète et critique d'art russe. Influencé par F.T. Marinetti, chef du mouvement futuriste italien avec qui il entretient une correspondance, il promeut le futurisme russe.

³⁸⁶Viktor « Velimir » Vladimirovitch Khlebnikov (1885-1922) poète et théoricien du langage. C'est lui qui donne au Futurisme russe le nom de Futuraslaves pour se démarquer de toute occidentalisation. Ses travaux sont également à la base du langage transmental *zaoum*, lui-même à la base de l'Alogisme de Malevitch.

³⁸⁷Alexeï Elisseïevitch Kroutchenykh (1886-1968) écrivain russe.

³⁸⁸Mikhaïl Vassilievitch Le Dentu dit Le Dentu (1891-1917) peintre futuriste russe, il est un des théoriciens du Toutisme. Il a également fait partie du groupe néoprimitiviste et rayonniste de Larionov.

³⁸⁹Pablo Neruda (1904-1973) poète et diplomate chilien.

Ce serait après avoir vu une exposition de Max Bill en 1944 que Eugen Gomringer³⁹⁰ inventa la poésie visuelle ou concrète, dit Jérôme Peignot³⁹¹, bien que le nom de concrète ne lui soit donné que plus tard.

J'étudiais les essais de Max Bill quand j'ai commencé à voir de plus en plus la magnifique malhonnêteté et l'inconvenance des poèmes écrits, car en général ils naissent sans la distance nécessaire que crée la pensée.

Il est clair que la théorie de l'art concret de Bill, dans laquelle il appelle à produire un objet esthétique pour une utilisation spirituelle, ne peut être appliquée de la même manière à la construction linguistique. [...] Ce que je pouvais prendre de Bill l'artiste c'était l'interprétation fonctionnelle moderne de l'objet esthétique.³⁹²

Cette forme de poésie est née simultanément en Europe et au Brésil via les frères de Campos.

De son côté, Eugen Gomringer revendique son travail comme étant l'héritage de Stéphane Mallarmé car, pour lui, l'image et le texte vont de pair. Son premier recueil de poésie concrète *Konstellationen* (Constellation) sort en 1953. La même année Öyvind Fahlstrom³⁹³ publie le premier texte traitant de la poésie concrète : *Manifest für Konkret Poesie* (Manifeste pour une poésie concrète) dans lequel il énonce les principes de cette dernière. En 1956, Décio Pignatari³⁹⁴ change le nom de sa revue en *Poesia Concreta*, qui donna le nom de concrète à la poésie après plusieurs échanges avec Eugen Gomringer. De nombreuses revues permettront le développement de la poésie concrète à travers le monde : *Rot, Noigandres, Les Lettres, De Tafelronde, Stereo headphones, Horses, Futura*. Tous les poètes travaillent à la simplification de la langue tout en se nourrissant de poésie. Ils souhaitent que cette nouvelle forme de poésie influe sur le langage quotidien. Cette recherche de la poésie concrète va de pair avec le Spatialisme de Pierre Garnier³⁹⁵. La recherche poétique se lie également avec la musique. La façon dont est disposé le texte dans l'espace de la page renvoie aux partitions musicales et aux notes.

³⁹⁰Eugen Gomringer (1925-) poète suisse. Il est le fondateur de la poésie concrète.

³⁹¹Jérôme Peignot, « Typoésie », *Communication et langages*, n°97, 3^{ème} trimestre 1993. p.53.

³⁹²(Notre traduction) « I was studying the essays of Max Bill when I began more and more to see the beautiful dishonesty and irrelevance of writing poems, for usually they come into being without enough distance created by thinking. It is clear that Bill's theory of concrete art in which he calls for production of the aesthetic object for spiritual use cannot be equally applied to linguistic constructions. Even in its most primitive usage language serves a spiritual use-so long as it is a language of words. Language with its building elements and rules is intelligible as an object. What I could take over from Bill the artist was the modern functional interpretation of the aesthetic object. », Eugen Gomringer, « Max Bill and concrete poetry » 1958, extrait de Mary Ellen Solt, *Concrete Poetry : A World View*, Indiana University Press, 1968. UbuWeb [En ligne], consulté le 6 juin 2018. URL: www.ubu.com/papers/gomringer03.html

³⁹³Öyvind Fahlstrom (1928-1976) poète, écrivain et peintre suédois.

³⁹⁴Décio Pignatari (1927-2012) poète brésilien.

³⁹⁵Pierre Garnier (1928-2014) poète et écrivain français.

Au niveau de la forme et de l'esthétique, les poètes concrets ont recours à des caractères visant la simplicité comme la fonte *Futura* de Paul Renner. Son aspect, sans empattements ni fioriture, rend mieux les contrastes et traduit la simplicité et la rapidité de création. La *Futura* n'est pas la seule police employée et certains auteurs ont préféré élargir leur panel (Hamilton Finlay, Augusto de Campos, Carlo Belloli, Jean-François Bory). De manière générale, les polices de caractères modernistes s'accordent mieux avec l'esprit et la conception de la poésie concrète car les poètes souhaitent libérer la langue de toute forme de représentation au contraire des calligrammes. De plus, la typographie est ici traitée comme un matériau.

Pour Mary Ellen Solt, les préoccupations typographiques des poètes diffèrent des designers dans le sens où leurs choix de polices ne sont pas dictés par une volonté de plaire ou de convaincre celui qui regarde³⁹⁶. Il n'empêche que la forme des lettres et des mots joue un rôle dans ce que le poète essaie de transmettre car elle peut introduire une disharmonie voulue ou non. De ce fait, l'interprétation libre est possible, ce qui peut poser problème au poète qui ne souhaite pas que son message soit déformé. Par conséquent, une police simple est souvent universellement adoptée, notamment dans les poèmes empreints d'esprit constructiviste, souligne Mary Ellen Solt³⁹⁷. La simplicité permettrait une plus grande liberté dans la sémantique et avec l'espace. Et tout comme chez les fervents modernistes, l'aspect décoratif et ornemental est proscrit. Chaque poète peut ainsi définir son propre style en s'appropriant la typographie. Cependant, il faut trouver un délicat équilibre entre force visuelle et sensibilité. C'est pour cela que plusieurs poètes optent pour la fonte *Futura* notamment Hansjörg Mayer³⁹⁸. Ce dernier n'utilise que la version bas de casse et suit les préceptes modernistes Bauhaus du sans majuscules. Il est l'auteur de nombreux ouvrages dans les années 1960 (*19 typografien* 1961-1962, *alphabet* 1962-1963) ainsi que de quelques numéros de la revue *Rot*. Il est également concepteur et imprimeur de la revue *futura*, un portfolio dépliant sorti entre 1965 et 1968 et qui totalise 26 numéros. « Je voulais produire une publication bon marché qui, une fois dépliée au format 48 x 48, afin de ne faire apparaître que la partie "image", puisse être utilisée pour des expositions ou toutes autres circonstances. Les auteurs/artistes se sont souvent intéressés à ces deux aspects »³⁹⁹ explique-t-il. *Futura* est effectivement pliée de telle manière, que le volet en haut à gauche avec le titre et le numéro sert de couverture, celui d'en dessous contient toutes les mentions d'artistes, ce qui laisse six volets d'espaces à occuper

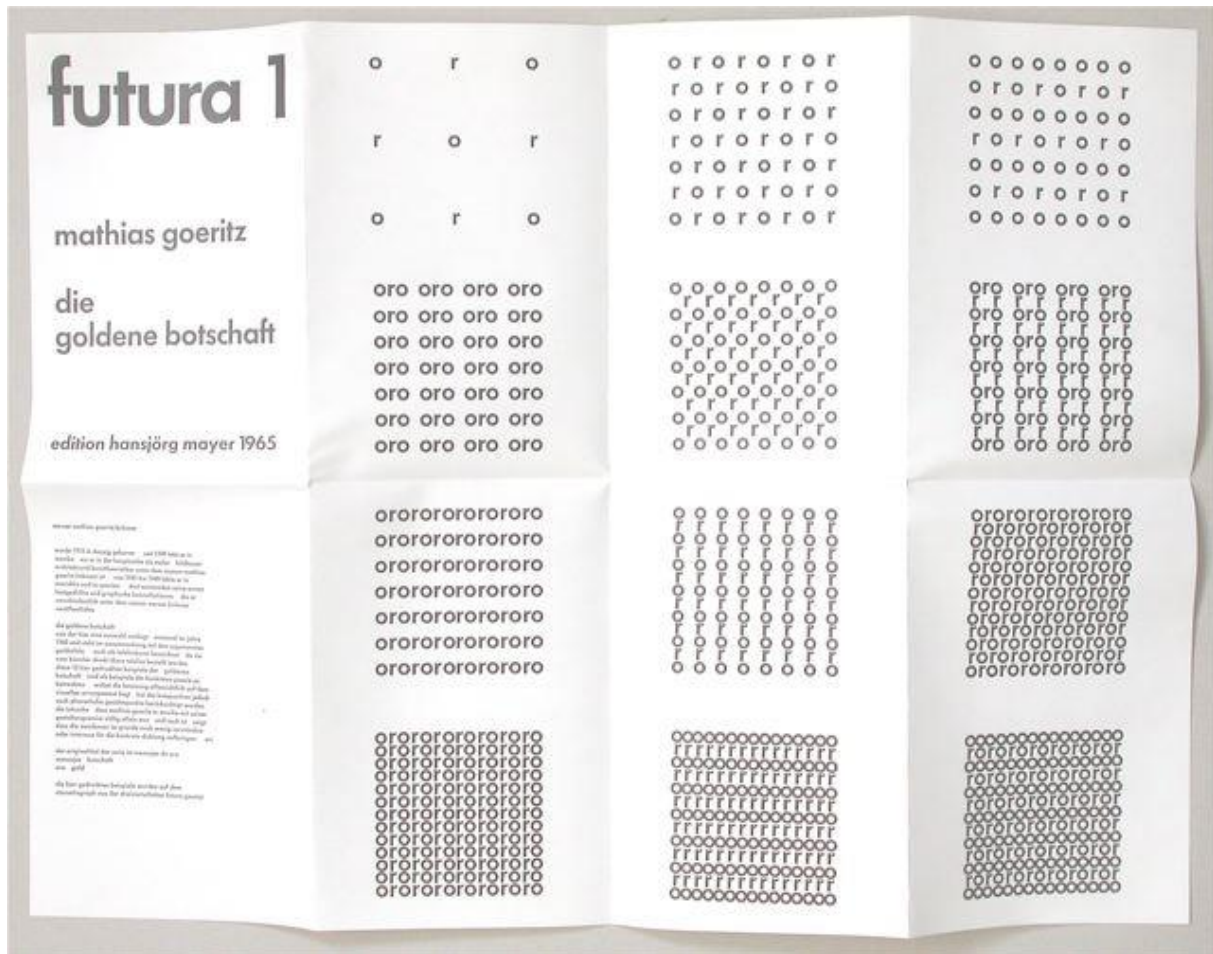
³⁹⁶Mary Ellen Solt, « Typography in the Visual Poem », UbuWeb [En ligne], consulté le 8 août 2018. URL : www.ubu.com/papers/solt/typo.html

³⁹⁷*Ibid.*

³⁹⁸Hansjörg Mayer (1943-) artiste et éditeur allemand.

³⁹⁹Marie Boivent, *Revue d'artistes. Une sélection*, Rennes-Fougères, co-édition Arcade, Éditions Provisoires, Lendroit galerie, décembre 2008, p.52.

individuellement ou comme un ensemble. Le pliage de la feuille sert en quelque sorte de grille afin de répartir les travaux.

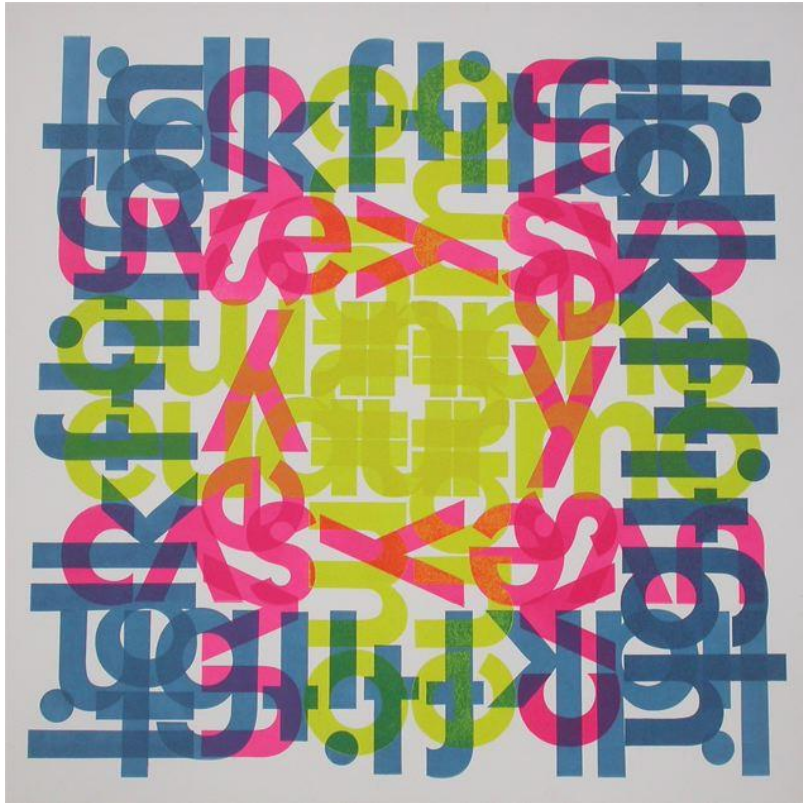


Hansjörg Mayer, *Futura*, n°1, 1965

A l’instar des Futuristes et de Stéphane Mallarmé, les artistes figurant dans la revue de Hansjörg Mayer poursuivent la recherche visuelle et poétique sans ponctuation ainsi que le travail sur le blanc typographique. Dans le premier numéro par exemple, la simple disposition des lettres «r» et «o» de Mathias Goeritz⁴⁰⁰ permet de créer des jeux visuels en s’appuyant sur l’espace occupé par les blancs et les noirs ainsi que les intervalles entre les lettres. Il se déclenche donc une densité de noir plus ou moins forte qui s’accroît à chaque volet. De telle sorte que, dans une lecture linéaire de gauche à droite et de bas en haut, nous passons d’un premier espace aéré à un dernier où l’abondance de lettres serrées forme un carré épais.

⁴⁰⁰Mathias Goeritz (1915-1990) artiste, architecte et écrivain germano-mexicain.

Les œuvres de ces poètes sont souvent en noir et blanc. Sans doute dans un souci d'économie ou de simplicité mais hypothétiquement parce que la couleur n'est pas une constituante de la langue. Elle ne serait qu'un effet ornemental, comme le calligramme, donc inutile. De ce fait, le spectateur ne serait attiré que visuellement par le poème, délaissant le domaine linguistique. Pourtant, Hansjörg Mayer ne s'interdit pas la couleur comme le montre *alphabet square*⁴⁰¹ (1967), où les mots superposés formant une grille sont roses, bleus et jaunes. Le travail sur la couleur fait ressortir une composition carrée élaborée avec le bleu vers l'extérieur et le jaune au centre.



Hansjörg Mayer, *alphabet square*, monoprint sur papier, 48cmx48cm, 1967, Tate modern, Londres

Certaines œuvres de *Typewriter Art* font d'ailleurs penser à des compositions de poésie concrète qui aurait été écrites en *Courrier* au lieu de la *Futura*, comme *Gun Poem* de Paul de Vree⁴⁰² (1968), *The Honey Pot* d'Alan Riddell⁴⁰³ (1969).

Aux alentours de 1942, naît le Lettrisme d'Isidore Isou. Ce dernier souhaite travailler le mot et explorer de nouvelles frontières, pour proposer une autre façon de concevoir la poésie avec la lettre mais également le signe. Il perçoit la lettre comme un élément créateur

⁴⁰¹ Hansjörg Mayer, *alphabet square*, monoprint sur papier, 48cmx48cm, 1967, Tate modern, Londres

⁴⁰² Paul de Vree (1909-1982) artiste et poète belge, un des pionniers de la poésie concrète en Europe.

⁴⁰³ Alan Riddell (1977) poète australien.

d'une nouvelle esthétique. Le Lettrisme d'Isidore Isou tente de capturer la dimension sonore et visuelle de celle-ci.

Au sein du mouvement, les artistes lettristes se doivent d'être à la fois peintre et poète. Une dimension que nous retrouvons dans beaucoup de mouvements qui touchent à la poésie visuelle. La composition typographique doit se rapprocher des arts visuels et sonores par le rythme, la peinture ou l'architecture. Les arts plastiques ont atteint un seuil avec l'abstraction et ne se renouvellent pas depuis.

Le choix de la lettre comme thème plastique et artistique de recherche, fait d'elle un nouvel objet pour des représentations inédites qui touchent aussi bien le champ de l'écriture, que celui de la phonétique, de la poésie, du roman, des arts... La lettre permet l'introduction d'une certaine discipline et d'une systématisation qui manquait justement. Pour Isou, c'est la systématisation qui compte. Maurice Lemaître évoquait justement un système alphabétique pour chaque œuvre qui permettait d'évaluer sa valeur plastique en fonction du message et de la vision de l'artiste.

À partir des mêmes sources, que sont les avant-gardes du début du XX^e siècle, design et poésie semblent avoir pris des chemins différents. Pour autant, nous pouvons voir qu'il existe des ponts d'influences, la poésie concrète emprunte aux designers typographiques modernes que sont Max Bill et Paul Renner, leur conception théorique ainsi que leurs polices de caractères. Si les poètes puisent chez les designers, l'inverse est-il vrai également ?

II.1.3.4. Typoésie

Il y a effectivement des typographes français qui se sont penchés sur l'aspect poétique de la lettre. Jérôme Peignot aborde ainsi le concept de « Typoésie » dans son livre éponyme.

[...] des compositions tant littéraires que plastiques, dont le dénominateur commun est que le fond et la forme y sont rigoureusement indissociables, ce qui n'est pas le cas des calligrammes. Il fallait donc trouver un terme adéquat pour les designers. Avec ce mot TYPOESIE qu'il a forgé [...] Peignot met en évidence l'existence d'un genre poétique à part entière.⁴⁰⁴

Typoésie est donc un ouvrage, une anthologie concentrée uniquement sur ce « genre poétique » comme le définit Jérôme Peignot. Ce même concept est également évoqué par Gérard Blanchard dans l'ouvrage de Raymond Gid *Typographies*. Les deux typographes-poètes se revendiquent de Stéphane Mallarmé, poète-typographe. Il y a donc chez les poètes comme chez les typographes français une filiation avec la littérature.

⁴⁰⁴Jérôme Peignot, « Typoésie », *Communication et langages*, n°97, 3^{ème} trimestre 1993. p.55.

Les œuvres « typoétiques » sont donc des travaux dont le fond et la forme se mélangent. En plus des lettres, elles utilisent aussi les chiffres et les signes. Jérôme Peignot reprend l'idée, issue de la poésie visuelle, selon laquelle les caractères se suffisent à eux-mêmes pour créer de la poésie. Son ouvrage permet donc de faire le lien avec la poésie d'auteurs (Eugen Gomringer, Pignatari ou encore les frères de Campos) et des œuvres plastiques (Piet Zwart, El Lissitzky et Erb Lubalin). Cet écrit est un hommage en même temps qu'il analyse les formes plastiques de la poésie issue des différents champs concrets. De plus, l'arrivée de l'informatique est, selon lui, un bienfait pour la Typoésie. Cette innovation permettrait justement de franchir une étape et d'acquérir une nouvelle dimension. Il voit loin, au-delà du livre qui est déjà pour beaucoup d'artistes et de designers typographiques, comme Gérard Blanchard, l'« expression totale de la lettre »⁴⁰⁵.

Dans le livre de Raymond Gid, c'est sa passion pour la typographie, héritée de sa passion pour le dessin, qui illustre les textes et leur donne vie. C'est pourquoi, lorsqu'il reprend le texte de l'*Apocalypse six* pour le mettre en scène en alternant images et textes, dans *Typographies*, il fait en sorte que l'image devienne parole et le mot image, et que la typographie envahisse l'espace. Raymond Gid travaille dans son ouvrage sur des textes connus dont il étudie le rythme, la respiration dans la page. Il se laisse également porter par le hasard. Pour lui, les formes typographiques font sens. Il leur laisse un certain degré de liberté pour donner cours à des formes géométriques dissymétriques. Il réinterprète des classiques comme la bouteille de Rabelais, le calligramme *Il pleut* d'Apollinaire, ou *l'Annonciation* de Fra Angelico qui se résumait à des extraits de la Bible mis en page sous forme de colonnes étroites. Le choix des caractères est également important selon le résultat ou la traduction souhaitée. Raymond Gid oscille entre plusieurs caractères, le *Pax*, qu'il a lui-même mis au point pour ses éditions, entièrement en capitales, le *Pascal*, le *Garamond*, l'*Albertus*. Chaque caractère se marie avec un texte. Ce procédé permet de donner à chaque poète ou texte une identité propre.

Cette méthode de différenciation est aussi présente dans le travail de Massin pour *La cantatrice chauve* de Ionesco mais elle y est poussée à son paroxysme. Dans l'ouvrage de Raymond Gid, son choix pour tel ou tel caractère est avant tout une histoire de sensibilité personnelle. Cependant, malgré ses réinterprétations, il respecte certaines conventions de lisibilité, tout en essayant de se libérer des contraintes liées à l'emploi des caractères.

⁴⁰⁵Préface de Gérard Blanchard in Raymond Gid, *Raymond Gid, Typographies*, Imprimerie Nationale éditions, Paris, 1998, p.14.

Jirí Kolá⁴⁰⁶ confronte lui aussi l'image et les mots par le biais du collage, en réinterprétant des œuvres d'art célèbres. Il rejoint l'idée de l'évidence de l'effet poétique que détiennent les objets en se libérant de la poésie littéraire traditionnelle. Ici, il ne s'agit pas tant de typographie mais de la plasticité qui se dégage des choses même sans avoir besoin de les expliciter. Ainsi *L'oiseau dans l'espace*⁴⁰⁷ de Brancusi est fabriqué à partir de b, r, a, n, c, u, s, i avec des caractères en minuscules de machine à écrire qui ont tous le même corps et la même graisse. Ce qui donne à la composition linéarité, rigueur et propreté. Jiri Kolár compose ainsi un mobile de Calder ou encore un Dubuffet. René Fauconnet reprend le même principe dans son conte satirique *RF.22.301* entièrement écrit et dessiné à la machine. Le dessin à base de lettres en caractères type *Courrier* est également présent chez les artistes *typewriter* qui reprennent le même procédé.

Mais dans toutes ces utilisations et conceptions typographiques, ce qui semble primer dans ce genre, c'est le plaisir. Il y a le plaisir de créer ces typoésies et le plaisir à les lire ou du moins les observer. Il y a de plus, comme le souligne Jérôme Peignot, quelque chose qui tient du sacré et de l'interdit « Aucun poète ayant recours à ce mode d'écriture-là ne niera qu'il confère le sentiment de détenir un pouvoir méphistophélique. »⁴⁰⁸ Il y aurait donc de la symbolique dans le dessin typographique comme le pense Massin :

Et tout se passe comme si les utilisateurs de l'alphabet latin (qu'il s'agisse de poètes, de calligraphes ou de peintres, mais aussi de pédagogues, d'enfants ou de sociologues) refusaient la sécheresse géométrique de son tracé, comme s'ils s'efforçaient de retourner instinctivement aux enfances de l'écriture et de redécouvrir, enfouis sous les sédiments laissés par des millénaires de civilisation, les mots-images, les dessins parlants, les signes-choses, les « paroles peintes » des écritures premières.⁴⁰⁹

C'est ce que croit également Gérard Blanchard concernant les travaux de Raymond Gid : « C'est la double et secrète référence de toute typographie de Gid qui est, selon moi, une des rares typographies à lecture symbolique de ce siècle. »⁴¹⁰

Cette idée poussa Jérôme Peignot non seulement à élaborer son anthologie mais aussi à devenir lui-même un poète « concret » ou « typoétiste » (*Toutes les pommes se croquent, Le Petit Peignot*). Néanmoins, il aura dû batailler pour faire publier son ouvrage, considéré tantôt comme plaisant, tantôt comme ordinaire. De même qu'il dut affronter le scepticisme des poètes, comme ceux de l'Oulipo. Pourtant, il semble qu'il tienne là quelque chose.

⁴⁰⁶Jirí Kolá (1914-2002) poète et écrivain tchèque.

⁴⁰⁷ Constantin Brancusi, *L'oiseau dans l'espace*, sculpture, Plâtre, 130,4 x 14 x 17 cm, 1923.

⁴⁰⁸ Jérôme Peignot, « De la typoésie », *Formules. Revue des littératures à contraintes*, n° 7, 2003, p.170.

⁴⁰⁹ Présentation de l'ouvrage, Massin, *La lettre et l'image La figuration dans l'alphabet latin du VIII^e siècle à nos jours*, Gallimard, Paris, 2003.

⁴¹⁰Préface de Gérard Blanchard *op.cit.*, p.13.

Il se peut que cet amour de la lettre soit dû à un goût pour le dessin et la gestuelle. Il semble que cela soit le cas pour Raymond Gid comme l'explique Gérard Blanchard dans *Typographies*⁴¹¹. Peut-être est-ce aussi le cas pour Jérôme Peignot qui s'est lui-même lancé dans le dessin poétique ?

« Tout devient estampe et, par-là, mis à l'épreuve de la "modernité" dans la typographie de Gid. »⁴¹². De la typographie poétique à l'estampe et la calligraphie il n'y aurait qu'un pas que n'hésite pas à franchir Jérôme Peignot. Il reprend d'ailleurs Dotremont et ses *Logogrammes*, ainsi que *Hépérile éclaté* un poème retravaillé (à la demande de l'auteur) par Raymond Hains⁴¹³ et Jacques Villeglé⁴¹⁴ en mettant en avant la décomposition de l'écriture. Ainsi le poème phonétique de Camille Bryen⁴¹⁵ (*Hépérile*) devient *Hépérile éclaté* avant d'être publié en juin 1953. Le principe de ce dernier était une recherche autour de l'illisibilité. La typographie y est déformée par l'utilisation de verre cannelé dont les trames font onduler les caractères. Ce concept est repris plusieurs fois par la suite par Raymond Hains et Jacques Villeglé qui déforment les mots et les dépossèdent de leur sens en créant des « ultra-lettres ». Pour eux, le sens, le signifié, n'a pas de valeur, c'est pour cela qu'il est important de trouver une autre forme d'écriture.

Nous n'avons pas découvert les ultra-lettres. Nous nous découvrons plutôt en elles.
L'écriture n'a pas attendu notre intervention pour éclater.
Il y a des ultra-lettres à l'état sauvage.
Notre mérite — ou notre astuce — c'est d'avoir vu des ultra-lettres, là où nous étions habitués à voir des lettres déformées.
Enfin, nous nous servons de trames de verres cannelés qui dépossèdent les écrits de leur signification originelle par une démarche analogue, il est possible de faire éclater la parole en ultra-mots qu'aucune bouche humaine ne saurait dire.
Le verre à cannelé nous semble l'un des plus sûrs moyens de s'écarter de la légèreté poétique.
Hépérile éclaté est un livre bouc-émissaire⁴¹⁶

L'exemple du lettrage, en vogue aujourd'hui, ne serait-il pas lié à cette poésie visuelle ? Le trait manuel de la lettre, l'artiste dessinant et jouant avec la mise en pages sont autant d'éléments que nous retrouvons à la fois dans la poésie et dans la conception de lettrages contemporains. Les designers et illustrateurs font de la typographie une image et par ce biais ne continueraient-ils pas cette recherche vers l'élémentaire qu'énonçait Massin ?

⁴¹¹*Ibid.*

⁴¹²*Ibid.*, p.11.

⁴¹³Raymond Hains (1926-2005) artiste français membre fondateur des Nouveaux Réalistes.

⁴¹⁴Jacques Villeglé (1926-) artiste français membre fondateur des Nouveaux Réalistes.

⁴¹⁵Camille Bryen (1907-1977) artiste peintre français, poète et créateur d'objets, influencé par le mouvement Dada.

⁴¹⁶Raymond Hains, Jacques de la Villeglé, extrait du tract annonçant la parution d'*Hépérile éclaté*, Paris, librairie Lutétia, 1959.

Il semble y avoir un peu de poésie visuelle dans les travaux de Jessica Hische, Ken Barber ou Drew Melton. Mais ces artistes jouent sans doute plus volontiers avec l'esthétique qu'avec les mots et leurs sonorités, même s'ils aiment à dessiner des maximes, des visuels et logos pour des marques. Cependant, reste toujours la notion de plaisir.

II.1.3.5. Poésie visuelle typographique numérique

Mais pourquoi évoquer toute cette conception poétique de la lettre ? Outre l'aspect ludique et l'amusement que cela peut procurer de voir la typographie ainsi mise en valeur, la poésie montre tout un aspect conceptuel de la lettre qui n'est pas forcément abordé dans l'histoire de la discipline. Pourtant, comme nous avons pu le voir, il existe des porosités qui font que la typographie s'adapte à la fois comme matériau de création mais aussi comme élément de communication. Avec la poésie concrète et spatiale, une conception moderniste de la typographie est à l'œuvre, tout comme une volonté de bousculer le langage non uniquement son esthétique. Les années 1950-1960 sont très ancrées dans cette pensée du modernisme mais, en quelque sorte, elles forment une transition avec la volonté postmoderniste qui va bouleverser les règles. Cependant, l'aspect « révolutionnaire », qui suit cette révolution typographique de Stéphane Mallarmé puis celle des Futuristes, n'est pas clairement intégré dans le postmodernisme. Ce dernier ne cherche pas à révolutionner le monde puisqu'il n'y a plus rien à révolutionner. Son nihilisme fait qu'il se pose uniquement en opposition à ce qui l'a précédé, en l'occurrence le modernisme. Il ne cherche pas à révolutionner quoi que ce soit, il fait avec ce qu'il a.

Néanmoins, s'il y a bien eu une révolution, elle est technique : elle se nomme numérique. La poésie visuelle typographique quitte donc l'espace en deux dimensions pour aller en explorer un autre mais dématérialisé.

Effectivement, en quittant l'espace 2D plat, la typographie acquiert de nouveaux aspects spatiaux et temporels. C'est ce que J. Abbott Miller qualifie de typographie dimensionnelle. Dans son ouvrage *Dimensional Typography*,⁴¹⁷ il y explique que l'évolution du design graphique et typographique se dirige vers deux directions. Une « classique », orientée vers l'aspect spatial et temporel, une autre plus centrée sur l'aspect sculptural et la recherche de la forme tridimensionnelle de la lettre individuelle. La première se concentre plus sur la navigation à travers les couches d'informations que peut contenir la lettre au sein

⁴¹⁷J. Abbott Miller, *Dimensional Typography*, Princeton Architectural Press, New York, 1996.

d'un document⁴¹⁸. Il s'agit d'une approche entamée par Muriel Cooper avec le M.I.T Media Lab. La seconde voie implique de penser autrement la lettre afin de permettre d'en accroître les possibilités visuelles. Les deux approches ne s'excluent pas mutuellement mais au contraire convergent. La série des *Reactive Books* de John Maeda travaillent justement sur ces aspects de spatialité et de temporalité à travers l'ordinateur. *12 o'clock* en particulier pour ce qui concerne la notion de temps et *Flying Letters* pour la spatialité. John Maeda, quant à lui, étudie surtout l'interactivité.

Si J. Abbott Miller évoque ces approches c'est parce qu'il considère le lecteur-spectateur prêt à évoluer vers une nouvelle étape vis-à-vis de la typographie. Nous sommes désormais habitués à de nouveaux médias, de nouveaux modes de navigation et de lecture (*scrolling*, hypertexte), ainsi qu'aux environnements numériques. Nous avons été habitués à de la fausse 3D sur des espaces en 2D grâce à différents artifices, que J. Abbott Miller considère comme fortement ancrés dans notre relation avec l'ornementation⁴¹⁹. Ainsi les effets d'ombrages (*Umbra* de R. Hunter Middleton 1935), les faux effets 3D, les imitations de matériaux issus du vernaculaire (typographie tubique, en ruban, etc.), les constructions moléculaires (*Oakland* 1985 et *Emperor* de Zuzana Licko) et modulaires (*Universal* de Herbert Bayer) ont fait notre histoire qui a forgé notre perception de la lettre en 3D. Cependant ce qui manque vraiment à l'étude de J. Abbott Miller, selon Leslie Atzmon⁴²⁰, c'est l'immersion. Dorénavant, le lecteur/spectateur tient désormais une place de choix. Explorer ces nouvelles dimensions typographiques et poétiques c'est aussi étudier le rapport entre le lecteur et la lettre, entre le spectateur et le designer.

L'exemple de l'installation interactive *Text Rain*⁴²¹ de Camille Utterback⁴²² et Romy Achituv⁴²³ créée en 1999 est assez illustratif de cette tendance. En effet, l'installation fait interagir physiquement le public avec du texte en mouvement. Concrètement, elle est constituée d'un grand écran sur lequel sont projetées des lettres animées, qui tombent comme des gouttes de pluie ou des flocons de neige. Les lettres tombantes peuvent être arrêtées ou retenues dans leur course par des obstacles physiques extérieurs qui se trouvent être le

⁴¹⁸*Ibid.*, p.1-2.

⁴¹⁹*Ibid.*, p.3.

⁴²⁰Leslie Atzmon, « Dimensional Typography », Eye [en ligne], mis en ligne le 8 septembre 2009, consulté le 2 juin 2018. URL : www.eyemagazine.com/blog/post/dimensional-typography

⁴²¹ Œuvre installée de manière permanente depuis 2000 au 21c Museum Hotel, Louisville, Kentucky, États-Unis.

⁴²² Artiste américaine. Le travail de Camille Utterback explore les possibilités esthétiques et expérimentales de relier des systèmes informatiques au mouvement humain à travers des installations interactives et des sculptures réactives.

⁴²³ Artiste interdisciplinaire dont le travail expérimental tourne autour des questions de la représentation, du langage, du temps et de la mémoire. Son travail avec les nouveaux médias met l'accent sur l'expression numérique du temps et de l'espace, des structures linguistiques et narrations cinématographiques non linéaires.

spectateur lui-même ou les objets qu'il emploie (parapluie, sac, etc.). Les visiteurs se retrouvent également projetés dans le même espace comme une version dématérialisée d'eux en noir et blanc. Les lettres qui tombent ne sont pas aléatoires, mais issues du poème *Talk, You* d'Evan Zimroth⁴²⁴ fondé sur le corps et le langage. Les visiteurs construisent et déconstruisent le texte avec les caractères, imaginent un poème interactif qui se meut dans l'espace en utilisant leur corps et leur langage. Le public fait donc partie intégrante de l'œuvre, il s'y inscrit aussi bien physiquement qu'intellectuellement. Il devient interprète du texte et doit travailler mentalement pour déchiffrer le poème. Il dialogue aussi bien avec le logiciel qui fait agir les lettres, qu'avec l'espace. Ils sont aussi des explorateurs individuels ou collaboratifs d'un espace laissé à leur disposition. Il y a donc dans l'œuvre une dimension poétique et langagière, en plus d'une dimension temporelle et spatiale typographique (et technique).

En fin de compte, que dire de la poésie visuelle typographique ? Quelque part, les méthodes employées sont des héritages littéraires d'auteurs comme Guillaume Apollinaire ou Stéphane Mallarmé. Celui-ci par le biais du livre concevait un art total censé synthétiser un art de l'espace, du rythme issu de la musique, du théâtre, de la danse ainsi que de la peinture et de l'architecture. Les lettres ne sont pas faites pour être juste alignées, elles possèdent une valeur poétique et plastique qui leur confère une identité propre. La poésie visuelle doit éviter l'écueil de l'imitation d'objets, de la représentation des mots comme dans les *Calligrammes* de Guillaume Apollinaire. Stéphane Mallarmé ne voulait pas enfermer les mots dans un dessin mais leur donner un véritable espace : le leur. Cette force visuelle du mot est renforcée par les caractères d'imprimerie. Cependant, il faut désormais aller au-delà de l'aspect imprimé et inventer une poésie typographique plus en accord avec son temps.

Pour certains, la poésie visuelle n'est pas nécessaire, étant donné que le lien entre image et texte n'a pas de raison d'être. Le texte est déjà une image en soi, à la fois par son aspect typographique mais également par les images mentales auxquelles il renvoie. Cependant les qualités visuelles du poème peuvent différer de sa qualité acoustique.

Pour d'autres, la poésie visuelle est un langage. C'est la langue même qui est le matériau au corps de la poésie visuelle. Si la poésie n'est composée que de lettres, de jeux typographiques, et de sons, elle peut ne produire qu'un jeu optique et sonore pauvres. Il faut abandonner la langue naturelle pour une langue plastique. Il faut que la typographie ne soit pas uniquement un médium visuel mais aussi un message. Et le message devient également

⁴²⁴Evan Zimroth (1943-) poète, et romancière. Son poème *Talk You* est issu du recueil *Dead, Dinner or Naked, Evanston*, Northwestern University Press, 1993

médium. La typographie peut changer de taille, de couleur, de disposition, de forme. Elle reste toutefois soumise à la langue.

Si nous avons souligné plus volontiers des artistes français (Guillaume Apollinaire, Stéphane Mallarmé, Jérôme Peignot, Raymond Gid) dans cette partie, c'est que la relation typographie-poésie est historiquement forte en France. Néanmoins, si les recherches poétiques évoquées possèdent une base commune centrée sur les travaux de Stéphane Mallarmé et des avant-gardes, la poésie a suivi par la suite sa propre route et s'est développée en parallèle du design typographique. Toutefois, la déconstruction du postmodernisme typographique se prête aux expérimentations du langage qu'il est possible de retrouver en poésie.

II.1.4. Typographie et langage

II.1.4.1. Réinventer le langage

L'écriture n'est souvent perçue que comme une traduction du langage oral qu'elle couche sur papier. Au fil du temps, les hommes ont élaboré des signes qui permettent d'exprimer les sons produits dans différentes langues. C'est pour cette raison que la notion d'écriture mais aussi de lecture est importante dans l'apprentissage d'un langage. Comprendre une langue et par-delà sa culture, c'est aussi comprendre comment les hommes tentent de la traduire visuellement. L'écriture et, par extension, la typographie, nous en disent beaucoup sur les formes de pensées de ces cultures.

Dans *Pendant la lecture*, Gerard Under fait mention de remarques au sujet de l'une de ses créations le caractère *Swift* commercialisé en 1986. Le *Swift* était jugé « trop aiguisé, trop agressif ou trop sévère »⁴²⁵ mais, malgré ces défauts, il a semblé parfaitement correspondre aux intonations de la langue espagnole lorsqu'il fut utilisé dans un journal hispanique. Cette expérience sous-entendrait que certaines polices de caractères seraient plus adaptées à certaines langues et à leurs sons spécifiques, que d'autres. À titre d'exemple, l'écriture gothique, reconnaissable par sa raideur et son trait épais, est le plus souvent associée à l'Allemagne sur le plan historique et graphique. Utilisée avant l'arrivée de l'imprimerie dans les manuscrits, elle est ensuite reproduite par Gutenberg sous la forme de la typographie *Textura* pour imprimer sa Bible. Cela entraînera par la suite la création d'autres variantes typographiques comme la *Schwabacher* et la *Fraktur*. Elle reste, cependant, le modèle

⁴²⁵ Gerard Unger, *Pendant la lecture*, Éditions B42, Paris, 2015, p.135.

dominant en Allemagne face aux lettres romaines qui se développent en France et en Italie. Pendant la période du III^e Reich, cette écriture était même très populaire au point d'être imposée, considérée comme l'écriture allemande par excellence, avant d'être abandonnée pour les lettres latines en 1941. Peu utilisée désormais, ou à des fins purement décoratives, car difficilement lisible, elle est souvent associée à cette partie sombre de l'histoire et à des idéologies politiques extrémistes. En un sens, l'écriture gothique est une victime de l'Histoire.

La typographie n'est pas que visuelle mais inclut également des questionnements liés à notre langage. Puisque le design de lettre découle de l'écriture manuelle et de notre manière de conceptualiser le monde, il influe directement sur le langage et va au-delà de la simple communication visuelle.

Comme nous avons pu le voir avec la poésie, les jeux visuels et langagiers ont toujours été présents dans le domaine de la typographie. Les avant-gardes notamment ont ainsi beaucoup travaillé ces aspects de la lettre afin d'en explorer les potentialités. Ainsi, plusieurs mouvements, comme le Futurisme russe et italien, ainsi que le Dadaïsme, avaient déjà expérimenté la création de langages originaux. C'est le cas de Ilia Zdanevitch avec le *zaoum*, un langage poétique, qualifié aussi de langage transmental ou transrationnel, voire d'outreraison par son auteur (« Langue d'outré-entendement, qui se retrouve au-delà de la raison⁴²⁶ »), inventé avec l'aide de Alexeï Kroutchenykh, d'Igor Terentiev⁴²⁷ et de Velemir Khlebnikov. Pour ce dernier, le but était de créer une langue qui puisse être comprise universellement, qui dépasserait justement les barrières des langues et unirait les gens. Le *zaoum* emprunte néanmoins à diverses influences comme le Bruitisme du mouvement futuriste, le Formalisme et s'appuie également sur la langue russe et sa tradition poétique. La version écrite de ce langage utilise l'alphabet cyrillique. Néanmoins, malgré l'aspect russe des mots, ce n'est pas sur la signification de ceux-ci que le *zaoum* se fonde mais sur des jeux d'homophonie, faisant du *zaoum* un langage poétique à part entière. En effet, il joue sur les sonorités et le rythme, par un mélange entre langue et musique ce qui aboutit à un nouveau langage. Le but étant de revenir à l'essentiel, laisser libre cours au langage qui se veut autonome. C'est ainsi que le définit Alexeï Kroutchenykh dans l'article « *Les Nouvelles voies du mot* », le mot est créateur de sens par le biais des émotions qu'il crée.

LES MOTS MEURENT, LE MONDE EST ETERNELLEMENT JEUNE. L'artiste a vu le monde d'un regard neuf, et comme Adam, il donne à toute chose un nom. Le lys est beau, mais affreux le mot « lys », usé et « violé ». Aussi j'appelle le lys « éouy » — et la pureté première est

⁴²⁶ Iliazd, *Ledentu le phare ; Suivi de Promenade autour de Ledentu le phare*, Allia, Paris, 1995, p.98.

⁴²⁷ Igor Guerassimovitch Terentiev (1892-1941) poète, dramaturge, théoricien, de la langue poétique et metteur en scène de théâtre. Il participe au groupe 41° et est l'un des représentants les plus radicaux du *zaoum*.

rétablie.⁴²⁸.

Pour Alexeï Kroutchenykh, le zaoum est un objet esthétique, un matériau, dont les mots n'ont pas de sens. Son langage est irrationnel : il emprunte son vocabulaire à la glossolalie, au babillage enfantin, etc. s'inspirant des travaux psychanalytiques de Sigmund Freud sur l'inconscient et le lapsus.

Chez Iliazd, le principe du zaoum se retrouve synthétisé dans *Ledentu le Phare* paru en 1923, dont le titre rend hommage à son ami Mikhaïl Le-Dentu⁴²⁹. Ce travail est l'aboutissement de ses recherches et la conclusion d'un cycle de pièces : *Yanko roi des Albanais*, *L'âne à louer*, *L'île de pâques*, *Soit-Disant Zga* et *Ledentu le Phare*. Dans ses pièces, Iliazd segmente les mots, reporte des parties sur d'autres, ce qui complique la compréhension de l'œuvre en lui donnant toutefois l'illusion de signifier quelque chose. Il s'amuse des analogies des sons, créant parfois une cacophonie en jouant avec les voyelles. Cependant, il ne laisse pas le lecteur dans une complète obscurité et le guide par des annotations et des indications sur le sens de lecture. Le zaoum est expliqué en situation, ce qui rapproche son auteur de la démarche de Velemir Khlebnikov, en s'en détachant toutefois, car si son langage est expliqué, il n'a pas vocation à être lu ni compris par tous. En effet, Iliazd cherchait à créer un système poétique cohérent en restant à distance d'une vocation internationale. Ce système reste cependant abstrait, puisque comme Alexeï Kroutchenykh le souligne, le zaoum est matériau poétique.

Ainsi, tout en cherchant un nouveau langage, Iliazd, comme Alexeï Kroutchenykh, s'appuie sur les racines de la langue russe. L'histoire de la Russie et son passé font donc partie intégrante de leurs œuvres, ce qui les différencie du Futurisme italien qui pourtant a influencé ce langage. Ce dernier préférait justement faire table rase du passé en ne se tournant que vers l'avenir et la modernité. Bien que chacun (Khlebnikov, Iliazd, Kroutchenykh) diverge dans leur approche, nous retrouvons cette même volonté de dépouiller le langage et ses mots de leurs significations premières, pour en créer de nouvelles plus en adéquation avec leurs aspirations artistiques.

Le zaoum est un exemple probant de recherche chez les avant-gardes du début du XX^e siècle sur ces questions de langages. Néanmoins, ces tentatives plastiques se retrouvent limitées techniquement. Elles ne sont d'abord présentes que sur des supports en 2D, via la confection de livres. L'apport du son ne se fait que par le biais d'une intervention humaine extérieure, en général l'artiste, lors de performances. Toutefois, elles marquent bien le rapport

⁴²⁸ Iliazd, *Ledentu le phare ; Suivi de Promenade autour de Ledentu le phare*, Allia, Paris, 1995, p.99.

⁴²⁹ Mikhaïl Vasilievich Le Dentu (1891-1917) artiste russe.

étroit qu'entretiennent typographie, langage et culture. Ces explorations ne sont cependant pas que l'apanage des artistes car des designers ont aussi tenté de travailler plastiquement le langage ou du moins de trouver des alternatives à celui-ci. Il est ainsi possible de trouver des exemples de travaux dans les années 1980-1990 de designers, typographes ou dessinateurs de caractères qui abordent justement ces problématiques.

II.1.4.2. Plasticité de la langue

Pierre Di Sciullo est représentatif de ce travail qui associe typographie et langage puisqu'une partie de ses recherches porte sur la relation entre les deux. Depuis 1985, il a créé plusieurs polices qui jouent justement sur la corrélation entre le visuel et le son, et plus particulièrement sur la différence entre ce qui est vu et lu à haute voix.

Plusieurs de ses typographies travaillent sur la phonétique : c'est le cas du *Quantange*, qui signifie qu'entends-je, police de caractères qualifiée par son auteur de « orthographico-phonetico-plastique ». Cette dénomination à elle-seule montre bien les relations étroites entretenues entre l'aspect extérieur donné à la lettre (plastique) et la langue (orthographe), en particulier le son (phonétique). Cette police est présentée sous la forme de 102 minuscules et 35 majuscules censées reproduire toutes les sonorités du français oral. Les lettres ne s'arrêtent donc pas à leurs seules sonorités mais fonctionnent ensemble. Un alphabet classique — l'alphabet français de 26 lettres par exemple — n'est juste qu'une base qui permet de déchiffrer un tout plus grand et révèle toute la complexité que peut être une langue. *Quantange* propose donc autant de caractères qu'il y a de façon de prononcer le français. A chaque son ou signe, il existe une correspondance graphique pour aider le lecteur à prononcer, tout en restant au plus près des conventions typographiques. Le lecteur habitué aux lettres plus classiques n'aura pas de mal à reconnaître un « a » d'un « v » d'un « t » etc... Le S de *Quantange* peut prendre une forme qui oscille comme un serpent et rappelle sa sonorité sifflante. Un « T » en majuscule grasse renvoie à sa prononciation dure alors qu'un T minuscule et mince, que nous pouvons retrouver à la fin de mots comme « filet », fait remarquer sa présence discrète, son absence de prononciation. La lecture de phrases ou de textes utilisant le *Quantange*, où les lettres changent de taille et d'épaisseur, font naître une forme de musicalité du texte qui est traduite visuellement.

Cette typographie, Pierre di Sciullo la dédie à un certain public : « les enfants, les étrangers et tous ceux qui aiment jouer avec la langue. »⁴³⁰. Son auteur s'adresse donc à des personnes en apprentissage de la langue française (enfants et étrangers) et à ceux qui en détiennent déjà les codes notamment par la connaissance de sa musicalité (théâtre et chant). Néanmoins, le *Quantange* au-delà de sa volonté d'aide à l'apprentissage de la langue et de sa musicalité, se veut aussi ludique et amusant. Il sert autant aux textes de théâtre et de chansons qu'à la lecture de formulaires administratifs dicit son auteur⁴³¹.

Cependant, le *Quantange* n'est que la première ébauche de la recherche de Pierre di Sciullo dans le domaine mêlant typographie et langage. Il réitère avec le *Kouije* (qu'ouïs-je) décrit comme « un outil souple pour incarner la voix dans l'écriture. »⁴³². Les lettres muettes sont plus fines, la graisse et la longueur des caractères varient en fonction de l'intonation de la voix, une ligature assemble les lettres qui forment un même son. La multiplication des caractères révèle que la combinaison de certaines lettres comme le « ch », « ph », « gn », « oi », « en », « eau »... fait apparaître d'autres sons.

Ces deux exemples de créations typographiques servent à visualiser les voix dans un texte, d'ailleurs comme nous l'avons dit, l'auteur rapproche leurs emplois de partitions musicales.

Les déformations de Pierre di Sciullo, sont également volontaires et réfléchies, créées dans un but précis afin de traduire au mieux les spécificités de la langue mais aussi celles de la voix. Si *Quantange* et *Kouije* servent à en explorer toute la complexité et les subtilités en multipliant les nombres de caractères, l'inverse par diminution est aussi possible. Ainsi, Pierre di Sciullo a également travaillé sur le même type de concept, mais de manière plus radicale, avec le *Sintétik* qui comprime l'alphabet en supprimant les lettres inutiles, comme les lettres muettes ou les sons similaires. Le but était de réduire l'alphabet à une quinzaine de signes. En dehors de l'aspect de la recherche pure, qui forçait le lecteur à lire à haute voix pour déchiffrer le sens d'un texte, le *Sintétik* présente aussi un intérêt plus matérialiste. Moins de lettres équivaut à plus de place dans un espace, notamment publicitaire, ce qui donne un gain de temps et d'argent. Plus radicale encore, le *Paresseux* qui n'a que 9 caractères ou formes pour les 26 lettres de l'alphabet en plus des chiffres.

⁴³⁰ Issu de la description du *Quantange* (site de Pierre di Sciullo).

⁴³¹ Pierre di Sciullo, « Quantange », quiresiste [en ligne], consulté le 2 septembre 2015. URL : www.quiresiste.com/projet.php?id_projet=48&lang=fr&id_gabarit=0

⁴³² Pierre di Sciullo, « le Kouije », quiresiste [En ligne], consulté le 2 septembre 2015. URL : www.quiresiste.com/projet.php?id_projet=14&id_gabarit=67&lang=fr

Pierre di Sciullo n'en est pas à sa première tentative d'exploration phonétique. En 1990, dans le numéro 5 de la revue *Fuse*, paraissait le *Scratched out*, et en 1994 dans le numéro 17 le *Spell me* adaptation anglaise de l'*Épelle moi* qui ajoute à chaque lettre du mot la ou les lettres qui servent à la prononcer lorsqu'on l'épelle. Ainsi, le mot « fuyez » une fois épelé, sa lettre « y » se voit affublée d'un « grec » à sa suite et le « z » d'un « ède ». Les lettres comme « b », « c », « d », « g »... ont un petit « é » juste à côté pour signaler la sonorité.

Le texte est ainsi parasité par l'ajout de ces petites lettres en exposant qui accroissent les informations complémentaires pour le lecteur en lui indiquant comment les prononcer correctement. À première vue, un texte écrit avec cette police semble difficile à appréhender mais prend un autre sens une fois lu à haute voix. Encore une fois, Pierre di Sciullo joue avec le lecteur obligé de faire un effort de concentration et d'apprentissage pour décrypter le texte. De plus, le texte se voit doté de variations qui permettent de l'aborder sous différents angles tout en augmentant sa valeur plastique.

Cette tentative de visualisation phonétique et sonore est une variation d'autres travaux effectués par des artistes et des typographes. En effet, le travail de Pierre di Sciullo rappelle celui de Massin sur la *Cantatrice chauve*⁴³³ et *Délire à deux*⁴³⁴ de Ionesco dans lequel les variations dans les voix des personnages étaient liées à un impact visuel.

La Cantatrice chauve est considérée comme un des chefs-d'œuvre de Massin en matière de mise en pages. Le texte de Ionesco est interprété typographiquement à partir de comédiens (ici ceux du Théâtre de la Huchette) et d'une mise en scène (celle de Nicolas Bataille)⁴³⁵ auxquels Massin joint la collaboration du photographe Henry Cohen. En effet, la mise en pages de Massin laisse apparaître les personnages qui sont les comédiens dans leurs costumes de scène. Cet ajout, par rapport à *Délire à deux*, se comprend à cause de la multiplication des personnages : ici six (*La cantatrice chauve*) face à deux (*Délire à deux*). Sans cet ajout visuel, la lecture et la compréhension de l'œuvre aurait été sans doute plus laborieuse. Néanmoins, cela n'empêche pas Massin d'employer en plus un procédé de distinction typographique. Chaque personnage a ainsi son propre caractère qui le différencie des autres. Les textes de M. et Mme Martin sont en caractère *Grotesque*, ceux de M. et Mme Smith en *Plantin*. Ce qui distingue les femmes des hommes est la présence de l'italique, alors que ces messieurs sont en caractère romain. Le capitaine des pompiers est, quant à lui, en *Égyptienne* allongée demi-grasse et la bonne Mary en *Cheltenham* gras romain.

⁴³³Robert Massin, *La cantatrice chauve*, éditions Gallimard, Paris, 1964.

⁴³⁴Robert Massin, *Délire à deux*, éditions Gallimard, Paris, 1966.

⁴³⁵Nicolas Bataille (1926-2008) comédien et metteur de scène français.

En plus de tenter de traduire le jeu des comédiens à travers le changement dans les caractères, Massin essaie également de retranscrire la mise en scène spécifique de Nicolas Bataille. Il ne traduit pas seulement le son des voix, leurs diction, leurs volumes mais aussi le silence et plus encore la spatialité. Les textes bougent comme les comédiens sur la scène. L'enchaînement et le positionnement des textes et des personnages cherchent à reproduire la durée des scènes. Les pages sont noires quand la lumière est éteinte. Des effets similaires seront utilisés pour *Hommage à Piaf*⁴³⁶.

De nouveau en 1966, Massin interprète un texte de Ionesco à partir d'une base théâtrale existante mais de manière beaucoup plus synthétique. Dans *Délire à deux* un homme et une femme sans nom se disputent dans un appartement pendant qu'à l'extérieur la guerre civile gronde. La traduction qu'en fait Massin, à partir de l'interprétation de Tsilla Chelton et Jean-Louis Barrault, est un essai de calligraphie sonore. Les personnages sont absents de la mise en pages, il n'y a pas de silhouettes humaines, contrairement à *La Cantatrice chauve*, juste du texte qui occupe l'ensemble de l'espace des pages. Afin de pouvoir les distinguer, étant donné qu'ils ne sont pas nommés, Massin utilise de nouveau le même procédé à savoir : l'italique pour la voix de la femme et le romain pour la voix d'homme.

Cette expérimentation est une tentative de retranscription de ces voix humaines et de l'environnement sonore. La typographie est modulée et l'espace de la page est agrémenté de tâches d'encre qui gênent parfois la lisibilité. Ces dernières renforcent l'idée de la violence autant intérieure (la dispute du couple) qu'extérieure (la guerre civile). Les tâches rappellent tant l'aspect du sang humain que les erreurs d'une écriture manuscrite. Et ajoutées à cela, les lettres qui vacillent, ondulent, se chevauchent et deviennent géantes ou laissent des espaces blancs. Toutes ces déformations rendent l'aspect théâtral et comique à la fois, tout en ne négligeant pas le sérieux du fond et l'aspect plastique désiré par Massin. Si ce délire d'écriture semble à géométrie variable selon les pages, et laisse place à l'aléatoire, il n'est cependant pas gratuit. Le travail de Massin est considéré comme de la typographie expressive, dans le sens où celle-ci vient renforcer le sens de façon plus éloquente et énergique.

Néanmoins, dans le cas de Massin comme celui de Pierre di Sciullo l'exploration du langage ne se fait pas au détriment de la lisibilité bien que dans le cas de la *Cantatrice chauve* certaines pages défient le processus de lecture habituel. Au contraire, tout est mis en œuvre pour aider à une meilleure immersion dans la langue que cela soit par des effets visuels (*Cantatrice Chauve*) ou bien sa simplification-extension (*Kouije, Quantange*). Les deux

⁴³⁶Publié dans le magazine *Evergreen Review* en 1965.

graphistes et typographes français n'approchent pas le langage comme une succession de couches de sens. Néanmoins, nous pouvons rapprocher ces travaux du postmodernisme par le sens du jeu avec celui ou celle qui lit, tout en cherchant des alternatives à nos habitudes de lecture et de communication.

La typographie est une composante du texte et de sa réception. Le designer (graphique et typographique) serait le médiateur du message, l'interprète du texte, dont le sens découle de la disposition qu'il a opérée. La typographie est donc un moyen d'expression visuelle d'une idée, d'un message. C'est une organisation graphique du langage qui en porte intrinsèquement son sens culturel et social. Les sémiologues Theo van Leeuwen⁴³⁷ et Gunther Kress⁴³⁸ font un parallèle entre la structure linguistique et visuelle, et le visuel permettant de matérialiser le sens⁴³⁹. Le texte est un objet qui grâce à ses spécificités linguistiques, visuelles, physiques ou sonores, est porteur d'une signification. Les expérimentations typographiques viennent démonter les règles établies, mais en contrepartie les graphistes et typographes sont aussi créateurs de sens : ils peuvent orienter le message ou créer un nouveau langage.

Paul Elliman, de son côté, explore les liens mutuels entre technologie et langage. Il crée des typographies de manière à mettre en évidence l'aspect matériel des nouvelles technologies. À partir de matériaux ordinaires, déchets trouvés, issus de la ville, il compose l'alphabet *Bits* fait à base de morceaux de cartons ou de plastiques glanés. Grâce à cela, il fait de la ville un système d'écriture pour un nouveau langage et montre la relation entre les trois (ville, langage, écriture). Il fait passer le matériel à l'immatériel et joue avec le passage de la typographie à l'ère industrielle. La typographie expressive de Massin rejoint sur certains points les conceptions de Paul Elliman, notamment dans l'emploi du bricolage et de la récupération. Faire du neuf avec des choses déjà utilisées. Employer le vernaculaire comme matériau de création.

L'artiste Jenny Holzer est également proche sur certaines questions de Paul Elliman. Comme lui, elle se sert également du langage pour véhiculer un message et ses textes demandent un effort de la part du lecteur pour être déchiffrés et compris. Pour elle, le langage est le véhicule de sa pensée plastique, de son écriture qui devient plus personnelle au fil des années, à travers les textes et maximes qu'elle rédige, qui sont liés au corps et à l'intimité comme l'*Alphabet* d'Elliman. Elle donne au langage la priorité sur l'image à travers un

⁴³⁷Theo van Leeuwen a travaillé comme producteur et scénariste au cinéma et à la télévision en Hollande.

⁴³⁸Gunther Kress, professeur d'éducation et d'anglais à l'institut d'éducation de l'université de Londres. Il a publié entre autre : *Le langage comme idéologie* (1993), *Sémiotiques sociales* (1989) et *Apprendre à écrire* (1994).

⁴³⁹Gunther Kress, Theo van Leeuwen, *Reading image : The Grammar of Visual Design*, Routledge, Londres, 1996, p.55.

discours engagé, féminin et provocateur. Cependant, avec les années, les nouveaux supports qu'elle emploie donnent une autre dimension à ses textes qui deviennent de moins en moins lisibles.

Selon les pays, un signe peut prendre une signification différente mais permet également d'identifier son contexte culturel. Le spectateur est capable de reconnaître une typographie en caractère chinois ou russe. Pour Paul Elliman, la typographie contribue à notre manière de penser et peut transformer cette dernière.

Le langage ne se résume cependant pas à l'écriture ou à la parole. Comme nous avons pu déjà l'évoquer, le spectateur ou lecteur est souvent mis à contribution dans la conception typographique. Ce qui induit qu'il n'y a pas que l'aspect intellectuel mis en jeu mais aussi le corps, parfois de manière immersive.

II.1.4.3. Corps et langage

La création d'alphabet à partir de corps s'inscrit également dans l'histoire de la typographie. Il existe en effet de nombreux exemples d'illustrations qui se servent du corps humain en le positionnant pour donner forme aux lettres. Dans son ouvrage *La lettre et l'image : la figuration dans l'alphabet latin du VII^e siècle à nos jours* Massin retrace l'histoire de la lettre comme image, de ces figures qui se transforment en lettres par torsion afin de créer des abécédaires. Des exemples d'alphabets anthropomorphiques, il en existe plusieurs comme celui de Lampridio Giovanardi⁴⁴⁰ ou celui d'Honoré Daumier⁴⁴¹ jusqu'à un plus récent : *Naked Ladies Alphabet. Naked Ladies Alphabet* (parfois également appelé *Nude Type*) de Anna et Anthon Beeke, photographié par Geert Kooiman, est publié en 1971 dans *Avant Garde Magazine* n° 14. Il s'agit d'un alphabet inspiré par la Baskerville Old Face, dans lequel nous apercevons des modèles féminins nus, pris en hauteur dans des positions lascives afin de former les différentes lettres. Le travail des Beeke ne se veut pas obscène mais fait preuve d'un érotisme certain qui témoigne de la révolution sexuelle ainsi que des libertés artistiques et culturelles de l'époque.

Plus contemporain, *Human Typography* de Martin Tremblay⁴⁴² reprend ces corps dénudés pour créer son propre abécédaire. Là où le travail des Beeke suggérait l'érotisme par

⁴⁴⁰Lampridio Giovanardi (1811-1878)

⁴⁴¹Honoré Daumier, *Alphabet anthropomorphe en deux planches*, Paris, Aubert, 1836.

⁴⁴²Photographe canadien spécialisé dans les photos de mode, connu également sous le pseudonyme de PINCH.

la lascivité et le positionnement des personnages qui compose l'alphabet, celui de Martin Tremblay exprime tout autre chose par ce binôme de corps musculeux. Le contraste des couleurs de peaux, la dualité homme/femme, la carrure des mannequins qui forment la matière de ces lettres, dénotent plus l'effort du corps et celui du mouvement. La typographie mise en scène décrit un tout autre rapport au langage corporel.

Les sculptures alphabétiques de Jaume Plensa⁴⁴³ mêlent différents types d'alphabets pour former des corps aux postures similaires : assises, les genoux repliés vers le corps entouré par les bras qui les retiennent. Cette position renvoie à une attitude pensive, méditative. Les lettres ne font que signifier la surface de l'être, son enveloppe, le corps n'étant composé que de vide. Ici les lettres ne représentent pas des mots, elles n'ont pas de sens à part celui de signifier l'être assis.



Jaume Plensa, *Nomade*, sculpture, Antibes, 2010, (photographie par daniel70mi)

La langue imaginaire du *Sématophore*,⁴⁴⁴ inspirée du sémaphore inventé par Chappe⁴⁴⁵, est une forme de traduction visuelle d'un langage corporel. Le sémaphore permettait de communiquer à l'aide de drapeaux tenus à bout de bras et dont la position indiquait une lettre précise. Dans la version de Laurent Mareschal, chaque lettre correspond à un signe particulier qui est une version stylisée du corps humain esquissé en quelques traits. Il

⁴⁴³Jaume Plensa (1955-) sculpteur espagnol.

⁴⁴⁴Laurent Mareschal, *Sématophore*, 2012, texte écrit en Sématophore, tirage noir et blanc, 55x25cm

⁴⁴⁵ Claude Chappe (1763-1794) inventeur du télégraphe.

reprend l'idée d'un alphabet purement visuel qui s'exprime avec le corps, sans pourtant tenter d'imiter une lettre. Ici le corps devient abstrait, il n'est que traits verticaux ou horizontaux, sans tête et sans identité. Laurent Mareschal s'approprie un langage existant qui peut être lu mais non dit et dont l'apparente simplicité renvoie à une autre forme d'écriture ancienne qu'est l'alphabet runique.

Le travail de Tien-Min Liao⁴⁴⁶, *Handmade Type*, propose également une réflexion sur le corps en mouvement et la typographie qui alterne majuscules et minuscules. En effet, la designer a peint à l'encre noire sur ses mains des lettres romaines à empattements qu'elles peut modifier d'un simple geste des doigts. Cette expérimentation œuvre surtout sur la relation entretenue entre les deux types de casses. Cependant, elle montre aussi le mouvement et l'importance du geste dans la création de caractères. En changeant le positionnement de ses mains et la perspective, elle peut ainsi modifier les lettres sans avoir besoin de les redessiner. À partir de là, elle crée de courtes vidéos et animations pour montrer ce processus de transformation.

La lettre peut également s'inscrire dans la chair, c'est le cas notamment avec *Typeface in skin* photographié par Arjan Benning⁴⁴⁷, présente une série de photos affichant l'alphabet formé à partir de la chair de corps pris entre des pinces à linge. Le photographe expérimente la réactivité et la souplesse de son matériau. La douleur entre aussi en jeu car les lettres les plus lisibles sont celles dont l'empreinte douloureuse reste le plus longtemps. Dans manière sensiblement similaire, nous pouvons citer le poster de l'AIGA de détroit réalisé par Stefan Sagmeister en 1999. Un de ses stagiaires lui avait gravé manuellement les informations de l'événement à même la peau. Outre le fait de montrer qu'il n'y avait aucun effet de retouche sur l'image (pas de photoshop), le designer souhaitait aussi marquer concrètement la douleur qui accompagne certains projets.

Dans un autre registre, en 1992, Paul Elliman crée *Alphabet*, une typographie expérimentale à base de corps humain. Il demande à des personnes de se prendre en photo en train de signifier une lettre. Le corps devient donc un signe physique, les objets que tiennent les personnes sur les photos, leurs attitudes, donnent des indices sur la lettre que ces personnes sont censées représenter. C'est au lecteur de déchiffrer le sens, mais également de trouver la façon dont la lettre est perçue par celui ou celle qui la représente. Paul Elliman crée ainsi une forme de grammaire visuelle avec sa propre syntaxe. *Alphabet* se lit de deux manières : à la fois comme une typographie expérimentale et en même temps comme une

⁴⁴⁶ Jeune designer taïwanaise travaillant chez Siegel+Gale à New York.

⁴⁴⁷ Arjan Benning est un photographe plusieurs fois récompensé.

photographie individuelle, presque intime. Le corps est ainsi inclus dans la recherche typographique à la fois comme matériau mais également comme expression du sens de la lettre.

Une lettre, un langage s'expriment donc visuellement, oralement mais aussi à travers nos comportements. Preuve que la recherche de la typographie et du langage a son importance : le post-diplôme *Typographie & langage* de l'Ensad d'Amiens existe depuis 2008. Plusieurs typographies créées à l'issue du post-diplôme ont été pensées avec une approche multilingue, combinant généralement le latin avec une autre langue. À titre d'exemple citons, le *Phynong* de Chorong Kim avec ses caractères latin-thaï, le *Lingsong* de Ling Fan avec le chinois-latin ou le *Rajah* de Christina Somorjai pour l'arabe-latin, permettent de composer des textes dans deux langues différentes. En cela, ces familles de caractères touchent à un aspect spécifique du langage qui est lié à la culture. Une famille doit s'adapter à deux langues en même temps, chacune ayant ses spécificités culturelles attachées à son histoire et ses origines. La typographie ainsi créée possède un aspect qui lui est propre mais tente néanmoins de différencier les deux langues tout en les associant. Dans le cas présent, il s'agit de rallier le visuel et la culture dans un jeu d'équilibre. Nous retrouvons là cette volonté de penser une typographie pour apprendre la langue en diversifiant les supports, en particulier l'imprimé.

L'importance de la culture dans le langage typographique est liée à l'histoire. Le langage comme forme orale est commun à toutes les cultures mais l'écriture n'est l'apanage, l'aboutissement que de quelques unes. Les idéogrammes sont fortement liés à cette évolution du langage vers l'écriture en passant par le dessin.

II.1.5. La typographie dans les lieux d'art

II.1.5.1. La question de légitimité

Depuis peu la typographie semble jouir d'une certaine forme de reconnaissance. Nous acceptons de voir figurer les designers graphiques au rang d'artistes auteurs à la maison des artistes, et de les voir également bénéficier des mêmes droits au regard de la Loi⁴⁴⁸. De plus, les musées, maintenant les galeries et lieux culturels exposent du design graphique présenté comme sujet principal et non plus comme faire valoir scénographique. Des musées acquièrent

⁴⁴⁸Nous faisons référence au droit d'auteur (au sens juridique) des œuvres de l'esprit.

même des œuvres typographiques et des polices de caractères dans leurs fonds. Cependant, la présence de la typographie en ces lieux pose des questions, notamment sur la manière dont nous devons l'aborder : s'agit-il d'une œuvre, d'un matériau, d'un objet de réflexion ? Par exemple, comment exposer la typographie ? En effet, comment exposer quelque chose qui, jusqu'à peu, n'était pas le sujet de l'œuvre et qui n'est pas forcément reconnue en tant que tel par les institutions ?

Cette arrivée du design graphique et de la typographie dans les établissements muséaux amène des interrogations sur la hiérarchisation des genres et ce qui fait œuvre. Outre les débats sur les différences — ou non — qui ont lieu entre l'art et le design (graphique et typographique), la discussion se prolonge sur les modalités d'exposition.

Pour Jérôme Delormas⁴⁴⁹, il n'y a pas à faire de distinction entre art et design car il s'agit dans les deux cas de pratiques de création⁴⁵⁰. Il faut que les designers soient reconnus par tous — et en particulier par les institutions publiques — en tant qu'auteurs et non comme simples exécutants. Or, la chose n'est pas aisée comme il le souligne : « On vous demande la qualification de l'artiste : “graphiste”, “mais un graphiste fait de la communication”, donc “monsieur ce n'est pas de l'art, c'est de la communication”. Cela va très loin, la machine technocratique, la machine institutionnelle prédispose les choses. »⁴⁵¹. Il s'agit là d'un problème récurrent comme nous allons l'aborder avec Pierre di Sciullo dans le cas du 1% artistique.

Au-delà d'une reconnaissance par le grand public, il s'agit également de faire accepter l'idée de porosité entre les domaines (art, design) à ceux qui officient en tant que professionnels du design. Dès lors, comment exposer des gens qui eux-mêmes ne se reconnaissent pas forcément dans le concept d'auteur, non en matière de droit mais de manière intellectuelle ? Comme l'expliquait Rick Poynor, les designers ont une aversion pour tout ce qui touche à la théorie⁴⁵². Dès lors, comment leur faire comprendre qu'il est possible d'envisager la théorie autrement ?

Beaucoup semblent refuser toute « intellectualisation » de leur pratique. Pour certains, ce n'est pas le rôle du design de se revendiquer en tant qu'art. Une typographie ne serait pas une œuvre car elle répond à des besoins, elle est créée pour avoir une fonction. Sans oublier

⁴⁴⁹Jérôme Delormas, directeur de la Gaîté Lyrique.

⁴⁵⁰*CORP*, « Espace d'exposition : déploiement d'un propos », *Azimuths*, n° n°32, Cité du design éditions, Saint-Etienne, 2009, p.74.

⁴⁵¹*Ibid.* p.76.

⁴⁵²Rick Poynor, *Transgression : graphisme et postmodernisme*, *op.cit.*, p.10.

les enjeux économiques qui entrent aussi en ligne de compte car la typographie est un produit, un service, pour lequel nous payons.

Pour d'autres, exposer leurs travaux dans des lieux d'art, c'est en quelque sorte acquérir une forme de légitimité. Leurs productions accéderaient alors à un « anoblissement » à travers l'institutionnalisation. C'est aussi donner du sens à quelque chose qui semblait ne pas en avoir jusqu'à ce que les institutions culturelles s'y intéressent. Nous en venons donc à une certaine contradiction que souligne Jérôme Delormas⁴⁵³. En effet, exposer le design c'est justement briser les barrières qui confinent les arts et remettre en question l'ensemble d'un système qui est, selon lui, mortifère et sclérosé. Le design devrait être ce qui fait évoluer l'art en le déconstruisant, lui et ce/ceux qui labellisent ce qui fait œuvre ou non. Les personnes qui devraient être les inspiratrices de la démythification cherchent en même temps la sacralisation.

Nous savons pourtant que ce qui entre au musée n'est pas forcément de l'art et que l'art n'est pas obligé d'être entre quatre murs. Beaucoup d'œuvres s'expriment ailleurs, sur d'autres médiums. De plus, toujours pour Jérôme Delormas, le design n'avait pas besoin de cette reconnaissance⁴⁵⁴.

Et si c'était celui ou celle qui regarde qui faisait œuvre ? Dans le cas du postmodernisme, une plus grande place a été laissée au spectateur. C'est à ce dernier que revenait la charge de décrire et d'interpréter les œuvres selon sa propre sensibilité. Cette démarche sous-entend l'idée éventuelle de construire une société plus ouverte et plus égalitaire, puisque chacun peut y trouver son compte. Ceci renvoie néanmoins à notre manière de percevoir les objets culturels car selon Jérôme Saint-Loubert Bié⁴⁵⁵ ce n'est pas parce que c'est dans un musée que c'est forcément de l'art⁴⁵⁶.

Pour beaucoup de designers il n'y a pas de différence fondamentale entre l'art et le design au sens large car les deux sont des pratiques qui touchent à la création. Par conséquent, exposer du design ne devrait pas être un problème. Les conditions d'exposition peuvent être similaires car il s'agit de mettre en scène une intention. Pour Philippe Boisselier, tout se joue dans le contexte et plus particulièrement dans la scénographie⁴⁵⁷ qui est une façon

⁴⁵³*Ibid.* p.74.

⁴⁵⁴*Ibid.*

⁴⁵⁵Jérôme Saint-Loubert Bié, artiste et designer français.

⁴⁵⁶Alexandru Balgiu, Leszek Brogowski, Jocelyn Cottencin [et al.], *Collectionner, conserver, exposer le graphisme : entretiens autour du travail de Dieter Roth conservé au FRAC Bretagne*, EESAB site de Rennes, FRAC Bretagne, Rennes, 2015, p.20.

⁴⁵⁷Studio Lo, « Expositions à vivre », *Azimuts*, n°32, Cité du Design éditions, Saint-Étienne, 2009, p.63.

d'interpréter et de mettre en scène. Le musée devient le médium et non plus le lieu de l'exposition.

Pour certains autres, la différence existe bel et bien puisque le design est du domaine de l'utilitaire donc sa compréhension ne requiert pas une lecture spécifique comme cela peut être le cas pour une œuvre. Chacun peut donc a priori comprendre le design et l'interpréter comme il le souhaite puisque ce dernier ne véhicule pas de sens particulier. En allant plus loin, d'après Jac Fol⁴⁵⁸, nous afficherions des objets qui, à l'origine, ne sont pas faits pour être ainsi mis en avant⁴⁵⁹.

La typographie a souvent fait partie intégrante de plusieurs mouvements artistiques comme le Futurisme ou le Dadaïsme. De manière générale, elle s'inclut dans des groupes aux tendances pluridisciplinaires qui aiment explorer les diverses possibilités des matériaux et voient la lettre sur un plan plastique et esthétique.

La typographie est liée à la technique depuis la création de l'imprimerie. Les évolutions techniques (photocomposition, imprimante 3 D...) ont permis de faire évoluer le dessin de lettres mais aussi de penser ces lettres et de les dessiner autrement.

Un typographe est considéré comme un artisan ou un ouvrier qui travaille dans le domaine de la typographie et par extension toute personne dessinant, créant des caractères. Cependant les époques, et avec celles-ci les mentalités, changent modifiant le regard porté sur la profession ou l'utilisation de la typographie.

Certains ambitionnent d'atteindre l'œuvre d'art totale par l'approfondissement de diverses disciplines artistiques qu'ils abordent, de dépasser le cloisonnement des disciplines et de repenser les procédés de création.

I. La typographie, dans certaines conditions, est un art.

- Au départ, il n'y a pas de parallélisme entre contenu d'un texte et sa forme typographique.
- La forme est la substance même de tout art, la forme typographique n'est pas seulement une façon de rendre le contenu du texte.
- La forme typographique est l'expression et l'impression des tensions du contenu du texte (Lissitzky).

⁴⁵⁸Jac Fol architecte et enseignant-chercheur à l'école d'architecture de Normandie.

⁴⁵⁹Studio Lo, « Perspective. Processus de l'avant-scène », *Azimuts*, n°32, Cité du Design éditions, Saint-Étienne, 2009, p.63.

[...] ⁴⁶⁰

Aujourd'hui la publicité commence à comprendre son erreur d'avoir choisi des individualistes et, pour ses objectifs publicitaires, elle a maintenant recours non seulement aux artistes mais aussi à l'art, ou plus clairement dit : LA TYPOGRAPHIE. ⁴⁶¹

Qu'est-ce qui différencie alors la portée artistique de la typographie quand elle est utilisée par un artiste ou un graphiste ? Barbara Kruger se sert de la police *Futura* dans ses œuvres au même titre que plusieurs graphistes ou artistes comme John Heartfield qui l'utilisait bien avant elle. La *Futura* avec ses formes géométriques simples à base de triangles et de cercles est l'une des polices les plus épurées, d'où son utilisation autant par les artistes que par les designers graphiques et poètes. Barbara Kruger l'utilise pour couvrir des murs, des espaces, du sol au plafond avec des slogans et des maximes percutantes. Ruedi Baur se sert également de la typographie pour tapisser les murs autant pour des projets de signalétiques que personnels. Comme Barbara Kruger, il interroge le passant dans son mur graphique *Questionning design* réalisé en 2009 et recouvert, comme son nom l'indique, de questions liées au design. « Quel design pour un monde meilleur ? Pourquoi le design ? Que serait un monde sans design ? Le design est-il capable de tuer ? Quelle définition pour le design ? » sont parmi les questions affichées sur le mur en plusieurs langues, écrites avec des polices identiques mais de couleurs et de tailles différentes.

Dans les deux cas, il s'agit de commandes, donc qu'est-ce qui différencie l'œuvre typographique de la simple communication visuelle ? L'ambiguïté est encore forte avec un artiste comme Philippe Cazal ⁴⁶² qui se revendique « artiste publicitaire ». La juxtaposition entre la dénomination art et celle de la publicité censée promouvoir un produit peut sembler paradoxale. L'artiste va jusqu'à faire de son nom un logo qu'il appose sur ses œuvres de caractères peints et entre ainsi dans un système publicitaire. Plusieurs de ses œuvres sont des commandes de signalétiques pour des institutions publiques. Parfois, c'est l'inverse : c'est la typographie en tant que support de communication qui entre dans le champ institutionnel artistique, comme le travail de Jean Widmer à Beaubourg qui fait partie intégrante de l'histoire du musée, il en va de même pour la signalétique de Ruedi Baur.

Chez plusieurs designers graphiques, ce ne sont pas uniquement les qualités plastiques de la typographie ou du texte qui sont utilisées, la lettre sert également de matériau de réflexion comme pour Stefan Sagmeister dont les préoccupations et les installations reflètent

⁴⁶⁰ Kurt Schwitters, *Merz écrits*, éditions Gérard Lebovici, Paris, 1990, p.137

⁴⁶¹ *Ibid.* p.139

⁴⁶² Philippe Cazal (1948-) artiste français.

l'époque contemporaine, ou encore Jonathan Barnbrook dont les mises en pages font passer subtilement ses engagements.

Dans le cas de Stefan Sagmeister, ce dernier prend sa vie, ses expériences, son corps comme matière de réflexion. En effet, il est un designer qui pose des questions en prenant pour appui sa propre existence, sa propre construction et des réflexions qu'il propose. Que penser quand il demande à son assistant de lui graver sur le corps le texte pour l'affiche de l'AIGA de Detroit ? Il aurait pu, avec les technologies actuelles, faire un montage photo pour superposer le texte sur son corps mais il tenait beaucoup à faire passer la souffrance, qui accompagne chacun de ses projets en particulier, et toute création en général. Dans le cas présent, il y a un lien explicite avec le Body Art et ses acteurs comme Gina Pane. Mais certains voient en ce projet un héritage de l'actionnisme viennois. Dans un genre similaire plastiquement, le designer graphique James Victore⁴⁶³ a dessiné des caractères à empattements sur le corps d'un mannequin en retranscrivant un texte de Stephen King pour la couverture du magazine *Esquire*. Pour James Victore, il s'agit d'une commande purement commerciale sans lien avec un quelconque mouvement artistique et sans réflexion de fond. Stefan Sagmeister, quant à lui, considère l'art et le design comme deux choses bien distinctes et rapproche plus son travail à la notion de design. Néanmoins, sa manière de penser le design, l'utilisation de la lettre, le rattache directement au monde de l'art. Il cite volontiers Donald Judd⁴⁶⁴ pour évoquer sa vision du rapport entre l'art et le design : « design has to work, art doesn't »

⁴⁶³ James Victore (1962-) artiste et designer américain.

⁴⁶⁴ Donald Judd (1928-1994) artiste minimaliste américain.



Stefan Sagmeister, *Obsessions Make My Life Worse and My Work Better*, approximativement 10x30m, Experimenta Amsterdam, Droog, Pays-Bas, 2008.
(Photo : Jens)

Stefan Sagmeister a réalisé plusieurs installations éphémères utilisant la typographie. L'une d'entre elles, *Obsessions Make My Life Worse and My Work Better*⁴⁶⁵ (Mes obsessions me compliquent la vie mais enrichissent mon travail) a été réalisée avec 250 000 pièces de centimes d'euros (1, 2 et 5 centimes) en quatre nuances différentes, disposées sur une surface de 300 m² par une centaine de bénévoles sur la place Waagdragerhof à Amsterdam. Un travail minutieux qui a demandé une semaine de préparation pour une durée limitée puisqu'il a été démantelé par les forces de l'ordre par précaution. Cependant, Stefan Sagmeister avait laissé cette installation au bon gré du temps et des résidents du lieu. Il a joué avec les nuances de couleur des pièces pour faire ressortir les spécificités de la typographie choisie. Le leitmotiv qu'il emploie se retrouve dans son mode de pensée et de réflexion de travail. Il renvoie à

⁴⁶⁵Stefan Sagmeister, *Obsessions Make My Life Worse and My Work Better*, approximativement 10x30m, Experimenta Amsterdam, Droog, Pays-Bas, 2008.

d'autres artistes dont les obsessions font partie intégrante de leur travail, comme les photographies de châteaux d'eau de Bernd et Hilla Becher ou encore les dates peintes de On Kawara. Sa conception de la typographie dans l'espace côtoie aussi celle de l'évolution de l'œuvre dans le temps, réflexion qu'il réitère avec son mur de bananes pour une exposition à New York. Ce mur était composé de 10 000 bananes qui servaient à écrire un autre de ses leitmotiv : *Self-confidence produces fine results*⁴⁶⁶ (La confiance en soi donne de bons résultats). Les bananes vertes se démarquaient des jaunes en créant les lettres et les filets décoratifs. Après plusieurs jours, les bananes encore vertes sont devenues jaunes, effaçant peu à peu le texte. Petit à petit, les bananes ont tourné au marron laissant réapparaître le texte une dernière fois avant de disparaître complètement une fois devenues trop mûres.

Pierre di Sciullo travaille régulièrement dans le cadre du 1 % artistique. Le 1 % artistique est une mesure du gouvernement français créée en 1951 qui : « impose aux maîtres d'ouvrages publics de réserver un pour cent du coût de leurs constructions pour la commande ou l'acquisition d'une ou plusieurs œuvres d'art spécialement conçues pour le bâtiment considéré. »⁴⁶⁷.

Plusieurs de ses travaux entre dans ce cadre comme le mot *Santé*⁴⁶⁸ en 1997 qui signale l'entrée de l'université Paris 13 à Bobigny⁴⁶⁹ ou encore la façade aux mille lettres du musée des écritures du monde à Figeac. Néanmoins la question de l'artistique se pose. Lorsque l'ancienne cité administrative construite par Jacques Kalisz⁴⁷⁰ en 1972, reconvertie par Antoinette Robin et Claire Guieysse⁴⁷¹ en centre national de la danse (CND) en 2004, a fait appel à Pierre di Sciullo lors du 1 %, artistique, un débat s'est posé. Le résultat du travail effectué par ce dernier est le mot « danse » qui fut choisi pour sa simplicité et sa clarté liée à la fonction du bâtiment. La typographie utilisée pour « danse » (*minimum plancher* retravaillée) se retrouvait déclinée à l'intérieur pour la signalétique. Néanmoins, de l'aveu de Pierre di Sciullo lui-même, le CND faillit être inauguré sans son œuvre⁴⁷². Le problème en revient à la dénomination même de son travail, s'agissait-il d'une « sculpture typographique » ou d'une « enseigne » ? En effet, les deux appellations ne renvoient pas aux mêmes

⁴⁶⁶Stefan Sagmeister, *Banana Wall*, 5,9x12,4m, Galerie Deitch Projects, New York, 2008.

⁴⁶⁷« Commande publique d'une œuvre d'art : le 1% artistique », Site du Service public [En ligne], vérifié le 19 décembre 2017, consulté le 6 janvier 2018. URL : <https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F31690>

⁴⁶⁸Enseigne en tôle émaillée avec une partie recto verso servant de repère dans les deux directions.

⁴⁶⁹UFR de médecine humaine.

⁴⁷⁰Jacques Kalisz (1926-2002) architecte d'origine polonaise spécialisé dans la création de bâtiments associant métal et béton. Il est connu entre autres pour la réalisation du centre administratif de Pantin en 1972 ou du stade Gabriel-Montpied de Clermont-Ferrand en 1995.

⁴⁷¹Architectes françaises de l'atelier Robin Guieysse.

⁴⁷²Presse papier, « Typographie et architecture », *étapes*, n°154, Paris, 2008, p.50.

connotations : pour l'une, il s'agit d'un objet culturel et artistique pour l'autre c'est un objet commercial. Le second terme est ce que le 1 % artistique tente d'éviter à tout prix car il s'agit de promouvoir la création artistique et non d'inciter les institutions publiques à faire passer leurs commandes d'enseignes pour des œuvres.

Ce souci administratif montre bien la difficulté qui existe à qualifier la typographie et surtout son ambiguïté. Elle peut être œuvre comme un service à but fonctionnel. Pourtant il ne s'agit pas du premier cas d'emploi de typographie dans le 1 % artistique. L'artiste Philippe Cazal, qui utilise régulièrement les mots et la typographie, est l'auteur des œuvres *Conversation*⁴⁷³ ou *Ailleurs et ici*⁴⁷⁴ qui utilisent également de typographie. Ces trois travaux de Pierre di Sciullo s'inscrivent dans architectural comme œuvres pérennes.

Les différents exemples cités précédemment posent les bases de questionnements sur la légitimité de la typographie, et plus généralement du design, dans les lieux d'art ou en tant qu'art. À quel moment un objet est art ou design ? Grâce à quoi et comment s'effectue ce basculement, s'il a lieu ?

Dans la mesure où le design est ce que font les designers⁴⁷⁵, nous pourrions en déduire logiquement qu'il en va de même pour les artistes, de la même manière que Bruce Nauman suggère qu'un artiste est « une personne qui a été formée pour cela. »⁴⁷⁶. Nous sommes toujours dans le faire mais, plus que l'intention, il faut également la formation. Pourtant Barbara Formis déclare que ni les institutions, ni l'intention (de l'artiste), ni le monde de l'art ne peuvent légitimer le statut d'œuvre⁴⁷⁷. En conséquence, la reconnaissance de la typographie autrement que comme un procédé d'impression ou un outil de communication, ne passerait pas par la légitimation de la part des musées ou des galeries, encore moins par le designer typographique lui-même ou le monde de l'art. Si tel est le cas, les designers en attente de la sacralisation par les musées risquent donc de patienter longtemps. La question suivante serait logiquement, qui ou quoi peut concéder à une œuvre le statut d'œuvre ?

⁴⁷³Philippe Cazal, *Conversation*, installation composée de trois bancs nommés idée, savoir et invention, Collège Camille-du-Gast (île-de-France), 2014.

⁴⁷⁴Philippe Cazal, *Ailleurs et ici*, peinture, enseigne lumineuse, aéroport de Rennes, 2005.

⁴⁷⁵Marie-Haude Caraës, « Pour une recherche en design », *Azimuts*, n°33, Cité du design éditions, Saint-Étienne, p.39-44.

⁴⁷⁶Lorraine Sciarra, « Bruce Nauman », *Please Pay Attention Please : Bruce Nauman's Words*, éd. James Kraynak, the MIT Press, Cambridge, Londres, 2003, p.170.

⁴⁷⁷Barbara Formis, *Esthétique de la vie ordinaire*, coll. « Lignes d'art », Presses universitaires de France, Paris, 2010, p.23-24.

Barbara Formis pense que ce pouvoir revient à l'ensemble des trois contextes (physique, symbolique et intention) combinés, auxquels elle ajoute l'impact de l'œuvre sur la culture et sa force critique⁴⁷⁸. Cela expliquerait donc le besoin et l'émergence depuis les années 1990 d'une critique en design, ici compris au sens de typographique. De plus, les propos de l'auteurice sous-entendent une donnée temporelle puisque l'Histoire se charge de faire le tri. Néanmoins, cette reconnaissance par les pairs (« compréhension collective », « réception multiple »⁴⁷⁹) diluerait l'autorité.

Cependant, est-ce que la typographie a la capacité de produire une expérience esthétique ? Les véhémences des modernistes à l'encontre du postmodernisme touchent surtout le jugement de goût et le jugement esthétique par la définition de ce qui est beau. Ils ne remettent pas en cause le statut de la typographie, tout du moins uniquement celui du design, en se désolidarisant de pratiques qu'ils jugent non conformes à son esprit.

En parallèle du contexte de la légitimation, il y a l'objet en lui-même. Ce ne serait pas des facteurs extérieurs qui produisent ou avalisent l'œuvre mais l'objet dans ce qu'il émet, ce qu'il dit de lui. Plus précisément, ce qui différencierait l'œuvre d'art du simple objet serait la fonction pratique. De ce fait, si nous détachons l'objet de son usage courant, il ne fonctionnera donc plus en tant qu'objet et pourra être connoté en tant qu'œuvre. Cependant, ce serait oublié que l'art a aussi une fonction. Même si aujourd'hui, nous parlons plus volontiers de divertissement, cela reste tout de même une fonction.

« L'art est ce qui suspend et trouble les fonctions de l'ordinaire. L'art est ce qui dys-fonctionne. »⁴⁸⁰. Si nous suivons cette idée, un caractère illisible, comme *Niwida* de Erik van Blokland, qui entrave justement les fonctions de lecture serait dys-fonctionnel en tant qu'objet mais fonctionnel en tant qu'art.

Nous pourrions ajouter, en plus de tout ce qui a été évoqué en amont, la question de l'authenticité, surtout dans le contexte postmoderne. Étant donné les nombreuses réappropriations auxquelles se livrent les designers dans le cadre du postmodernisme et l'engouement pour le passé, il y a fort à parier que toutes ces décontextualisations produisent un impact sur la typographie. En effet, la récupération historique change potentiellement l'entité de l'œuvre. Dans notre cas, le recyclage historique modifierait l'entité typographique qui passerait du statut d'objet à œuvre.

⁴⁷⁸*Ibid.*, p.24.

⁴⁷⁹*Ibid.*

⁴⁸⁰Barbara Formis, *op.cit.*, p.82.

II.1.5.2. La question d'exposition

C'est un peu la pensée que nous retrouvons chez Alain Le Quer nec⁴⁸¹ lorsqu'il évoque les problématiques d'exposition du design graphique, en particulier de l'affiche. Pour lui, exposer une affiche dans un musée revient en quelque sorte à la tuer⁴⁸². En effet, ce serait mettre en scène des éléments qui n'ont plus lieu d'être puisque les événements annoncés sont passés. En l'intégrant dans un musée, la fonction de l'affiche change ainsi que le regard que nous lui portons car, elle devient œuvre.

En extrapolant, nous pourrions dire de même de la typographie puisque l'afficher aux yeux de tous, c'est arborer un objet utilitaire sorti de sa fonction, ce qui le rendrait stérile. Cette affirmation serait sans doute vraie si nous supposons que la typographie n'a que pour vraie seule raison d'être que celle d'être lue. Cependant, cela serait réduire la typographie à un seul usage, voire même à n'être qu'une fonction. Dans ce cas, elle ne vivrait qu'au travers du regard du spectateur.

Des villes entières sont des musées en plein air pour la typographie que nous ne voyons pas, cela ne veut pas pour autant dire qu'elle est morte, ni qu'elle n'existe pas. Si nous prenons en exemple les typographies vernaculaires toujours exposées alors qu'elles relatent des événements ou des lieux dépassés, sont-elles pour autant mortes ?

Pour Jérôme Saint-Loubert Bié, la présence du design graphique dans les musées est importante dans le sens de la conservation⁴⁸³. Cela permet de faire connaître des affiches, surtout militantes, au grand public. Le design graphique a ainsi une valeur de témoin, d'archive historique. La présence de la typographie dans un musée en tant qu'œuvre traduirait une intention d'archiviste. Encore une fois, nous pourrions prendre l'exemple de la typographie vernaculaire. Lorsque Ed Fella photographie ces lettres ordinaires, il opère en tant qu'artiste, designer et archiviste. Il y a aussi le fait qu'il n'y pas forcément de lieux appropriés pour exposer de la typographie. Pourtant, des lieux émergent et certaines institutions commencent à se pencher sur la conservation du design. C'est le cas du CNAP qui en 2010 fait l'acquisition d'objets de design graphique. Mais dans le cas présent, il s'agirait de lieux spécifiques qui demanderaient à envisager la typographie autrement.

⁴⁸¹Alain Le Quer nec (1944-) affichiste français.

⁴⁸²Alexandru Balgiu, Leszek Brogowski, Jocelyn Cottencin [et al.], *op.cit.*, p.17.

⁴⁸³*Ibid.*, p.20.

II.1.5.3. La question de la reproductibilité

L'autre problème soulevé par la typographie dans un lieu d'art, c'est sa reproductibilité. Quel intérêt y a-t-il à acquérir et présenter dans un musée des polices de caractères que tout le monde peut posséder ? Ici cela suppose deux autres problématiques : la question de l'auteur et la question du marché de l'art. Jérôme Saint-Loubert Bié explique que c'est la valeur marchande qui fait œuvre, notamment si cette dernière est entreposée dans une galerie qui est aussi un lieu d'échange commercial⁴⁸⁴. Au contraire, ce qui est illimité et aisément accessible, n'a pas ou plus de valeur. Encore plus loin, c'est le certificat qui fait œuvre car il authentifie l'œuvre comme étant œuvre. Existe-t-il des certificats d'authenticité pour des polices de caractères ? Qui peut certifier que la police de caractères achetée ou téléchargée est bien une originale et non une contrefaçon ? Lorsque nous savons que certains designers défont et refont des fontes existantes sans se soucier de l'auteur original, est-ce que la présence d'un certificat est vraiment indispensable dans le cadre de la typographie ? Et surtout qui s'en soucie ? Devons-nous juger de la valeur d'une création sur son aspect commercial ? Si l'œuvre d'art est un produit comme les autres, défini par sa valeur spéculative sur les marchés financiers, pourquoi la typographie, que certains considèrent également comme un produit, ne pourrait pas avoir droit aux mêmes égards ? Cependant, il est parfois à déplorer que la valeur des œuvres se font et se défont selon les modes et les spéculations. Elles sont soumises au *Kunst Kompass*, la boussole de l'art, de Willy Bongard⁴⁸⁵ afin d'en juger la valeur esthétique, généralement considérée comme inquantifiable. Le plus souvent la typographie est jugée par sa qualité utilitaire ou fonctionnelle et pourtant nous l'évaluons aussi sous l'angle de son esthétique. Le problème de la boussole comme l'explique Raymonde Moulin, c'est que le jugement esthétique devient intrinsèquement lié à l'opération commerciale⁴⁸⁶ (C'est cher parce que c'est beau, c'est beau parce que c'est cher). Est-ce qu'une police de caractères est belle parce qu'elle est chère ? Quant à la question de l'auteur, comme nous avons pu le développer en amont, les années 1970 avaient entamé une première étape dans l'ère du pillage, qui a continué dans les années 1980 et 1990. De plus, nous en revenons à la question de l'originalité. Les œuvres typographiques postmodernes s'inscrivent dans un mouvement où l'on déclare qu'il n'y a plus rien à inventer et que l'originalité s'en est allée. Dans ce cas, pourquoi exposer quelque chose qui n'a plus rien d'authentique ? Néanmoins, les designers des années 1980-1990 avaient justement fait en sorte de mettre à

⁴⁸⁴*Ibid.*, p.19.

⁴⁸⁵Willi Bongard (1931-1985) économiste allemand.

⁴⁸⁶Florentina Lungu, « La boussole de l'art contemporain : Ou l'outil indispensable des collectionneurs. », *Vie des arts*, volume 46, n°188, 2002, p.38.

plat et au même niveau la culture élitiste et populaire en ajoutant du vernaculaire et du quotidien dans l'art.

Plus généralement, la typographie ne serait-elle pas prise dans la crise de l'art contemporain, qui annonce la fin des utopies comme le dit Yves Michaud ?⁴⁸⁷ La manière dont est évaluée la présence de la typographie dans un lieu d'art semble se faire selon des critères esthétiques classiques que nous pourrions qualifier d'obsolètes. Ce n'est donc pas la typographie qui poserait problème mais bien le discours que nous tenons au sujet de l'art, notamment contemporain. Certains évoquent la disparition de l'art pendant que d'autres modernistes croient en celle de la typographie.

Dans le cadre de créations postmodernistes, pourquoi les afficher dans des galeries ou des musées, puisque il s'agirait de styles sans fond, et qui, comme le souligne Ellen Lupton et Abbott Miller n'ont pas la portée du changement social et politique que pouvaient avoir les avant-gardes auxquels ils font pourtant référence ? Le rôle de l'affiche dans le domaine politique est plus souvent accordée, notamment dans l'espace public.

Quel intérêt y a-t-il à exposer de la typographie dans des lieux d'art ? Cette question permet de relancer le débat autour du design mais aussi autour de la typographie car celle-ci est plurielle.

Alain Le Querrec explique que cependant il n'y a pas œuvre, s'il n'y a pas intention d'œuvre sous-jacente⁴⁸⁸. Le designer ne pense pas faire œuvre quand il crée. Pourtant comme nous l'avons vu, il y a la recherche d'un idéal de beauté dans la lettre et certains designers créent des polices pour que celles-ci passent à la postérité. La typographie y est belle, intemporelle et touche tout le monde. Néanmoins, il est sans doute vrai qu'il n'était pas dans les intentions de Neville Brody, Zuzana Licko ou Jonathan Barnbrook de voir leurs travaux entrer au MoMA au moment où ils les ont réalisés. Pourtant Stefan Sagmeister affirme que le designer n'est heureux que quand il crée⁴⁸⁹. Dans le cas de Stefan Sagmeister, la création et la recherche sont la finalité de l'accès au bonheur, il y a donc bien intention. C'est sa recherche d'une forme de contentement qui fait œuvre.

⁴⁸⁷Yves Michaud, *La crise de l'art contemporain : utopie, démocratie et comédie*, 2^e édition, Presses universitaires de France, Paris, 2011.

⁴⁸⁸Alexandru Balgiu, Leszek Brogowski, Jocelyn Cottencin [et al.], *op.cit.*, p. 17.

⁴⁸⁹Stefan Sagmeister, « Happiness by design », TED [En ligne], 2004, URL : www.ted.com/talks/stefan_sagmeister_shares_happy_design?language=fr

La différence s'inscrit également tant dans les modalités d'exposition que dans celles de réception. Dans une interview⁴⁹⁰, le studio Lo met en évidence le contraste qui existe entre le fait d'aller dans un supermarché, où nous pouvons retrouver des objets utilitaires, et celui d'aller au musée, où se situeraient les œuvres. Pour le studio, la disposition mentale du spectateur n'est pas la même. Le temps que nous prenons pour visiter une exposition ou autres lieux culturels pour observer les œuvres, nous permet de réaliser ses multiples niveaux de lecture. La temporalité joue donc un aspect essentiel dans l'appréciation d'une œuvre ou d'un objet. La scénographie tient également une part importante dans la mise en scène et la réception du design auprès des publics. Dans une exposition consacrée au design graphique et/ou à la typographie, la scénographie jouerait un double rôle : en tant qu'œuvre tout d'abord et aussi en tant que complément qui permet de gérer l'espace et le temps de la visite.

Toutefois, si une différence existe, cela ne signifie pas pour autant que le design soit moins intéressant. Chaque exposition, dont le design est le sujet, apporte une opportunité de créer une identité plastique spécifique. C'est aussi une manière créative d'aborder notre monde. Ainsi le design graphique ne saurait être montré de manière traditionnelle. Par ce biais, présenter le design devient alors plus attrayant qu'une simple exposition d'art selon le studio Lo⁴⁹¹. Au bout du compte, ce que nous exposons ce n'est pas tant le résultat final, comme pourrait l'être une œuvre, que le processus créatif qui est livré comme achèvement. L'exposition en design apporte donc une dimension pédagogique qui complète et nous éclaire, nous initie à ses œuvres.

Toujours est-il, pour le studio Lo, les divergences entre le design et l'art, n'empêchent pas de considérer ce dernier comme un produit utilitaire, au même titre que le design⁴⁹². En effet, l'art ne serait art que depuis peu car, pour reprendre le studio, nous ne demandons pas à un portrait de commande d'être de la culture ou de l'art mais de simplement répondre à une demande d'un commanditaire.

Que nous soyons ou non en faveur d'un éclatement de la hiérarchisation des genres ou de la manière d'exposer le design dans les lieux d'art, pour Jérôme Delormas, nous allons actuellement vers une légitimation de ces différentes manières de penser⁴⁹³.

⁴⁹⁰ Studio Lo, «Le design en chair et en os», *Azimuts*, n°32, cité du design éditions, Saint-étienne, 2009, p.60.

⁴⁹¹ *Ibid.*

⁴⁹² *Ibid.*

⁴⁹³ *CORP*, « Espace d'exposition : déploiement d'un propos », *op.cit.*, p.77.

II.1.5.4. Expositions et lieux d'exposition

Depuis les années 1980-1990, les expositions et manifestations consacrées à la typographie et plus largement au design graphique se font de plus en plus présentes. Il y avait bien entendu des expositions avant cette période, comme l'exposition au MoMA sur le lettrage dans les années 1960, mais ici elles revêtent une autre aura.

En 1988, le graphiste Neville Brody fut à l'honneur au Victoria & Albert Museum. Le MoMa, de son côté, consacre plusieurs expositions, depuis quelques années, à ceux et celles qui font ou ont contribué à la discipline. L'exposition *Typography and the Poster* en 1995, était à la fois une rétrospective historique, sur l'évolution esthétique de la typographie, et une exposition concernant les changements de la vision que nous portons sur la lettre devenue maintenant médium d'expression. L'exposition évoquait l', les typographies asymétriques des années 1920-1930, tout en évoquant des exemples plus contemporains. Bien que l'ensemble se concentrait surtout sur les affiches comme unique support, cette présentation avait le mérite de rapporter les transformations opérées et l'importance grandissante de la représentation typographique dans notre société.

Il faudra attendre plus de dix ans pour voir émerger une autre exposition mettant en avant la typographie comme sujet principal. Ainsi, l'exposition, qui s'est tenue du 3 décembre 2009 au 25 juillet 2010, consacrée à *The New Typography* (la nouvelle typographie) permettait de revenir sur un mouvement important de la première moitié du XX^e siècle, notamment les recherches de Jan Tschichold autour de sa conception de la typographie et sa manière d'exprimer l'esprit du modernisme. Nous pouvions y retrouver une présentation de travaux de 1924 à 1937, allemands et russes, d'artistes comme Kurt Schwitters, Johannes Molzahn, Wilhelm Deffke, Walter Dexel, Piet Zwart, Alexandre Rodchenko. En 2012, *Ecstatic Alphabets/Heaps of Language* invitait artistes et designers à venir explorer la thématique du langage tous supports confondus. Un sujet qui favorise la transversalité entre les disciplines puisque l'exposition proposait un large panel d'artistes, contemporains ou non, et faisait la part belle à la typographie.

L'exposition divisée en deux parties — une historique et une autre contemporaine — rendait possible la cohabitation entre Paul Elliman, Experimental Jetset⁴⁹⁴ au côté de Marcel Duchamps et Filippo Tommaso Marinetti. Experimental Jetset, invité à cet événement par la commissaire, apporta sa contribution via la création d'une affiche dont le titre reprenait celui

⁴⁹⁴Experimental Jetset est un studio de design graphique fondé en 1997 par Marieke Stolk, Erwin Brinkers et Danny van den Dungen.

de l'œuvre de F.T. Marinetti *Zang ! Tumb Tumb*. L'agence de graphistes s'était amusée à mélanger sur un poster les sentiments guerriers du fondateur du mouvement futuriste avec la campagne anti-guerre⁴⁹⁵ de John Lennon et Yoko Ono dont elle reprenait le style graphique. Les graphistes étaient allés jusqu'à déformer le titre de l'ouvrage de F.T. Marinetti par *Zang Tumb Tumb*. La même année est organisée une exposition intitulée *Artists' Alphabets* qui mettait en avant une publication différente en lien avec le thème de l'exposition pour chaque lettre de l'alphabet.

En France, le musée des arts décoratifs à Paris dispose d'un département consacré à la publicité et au design qui englobe le graphisme et la typographie. Le lieu organise régulièrement des événements temporaires pour présenter ses collections. De ce fait, une exposition consacrée à Stefan Sagmeister intitulée *Another exhibit about promotion and sales material* en 2011-2012 présentait la philosophie du designer qui ne fait pas de distinction entre des travaux d'ordre culturel et ceux dits commerciaux. Pour lui, ce qui tient du domaine commercial ne rejette en aucun cas une démarche de réflexion. Il n'y a donc pas de distinction entre les genres, ni de hiérarchie. La pratique de Stefan Sagmeister répercute bien les liens qui existent entre art et design via l'utilisation de l'ironie mais aussi les rapports existants entre nouvelles technologies et méthodes plus traditionnelles. En 2013-2014, c'était Philippe Apeloig qui était à l'honneur avec la rétrospective *Typorama*. Si le graphiste se nourrit, comme d'autres, de l'association art et design, il se positionne plus comme héritier du modernisme.

Ces exemples d'expositions offrent la possibilité à un plus large public, souvent néophyte, de découvrir la pratique du design graphique et de la typographie. Ces expositions temporaires et ponctuelles se font en parallèle à celles plus permanentes qu'organisaient d'autres lieux orientés vers des domaines du graphisme et de la typographie.

La galerie Anatome à Paris, ouverte en 1999, était le seul lieu en France entièrement consacré au graphisme et à la typographie. Durant douze ans⁴⁹⁶, elle a organisé une cinquantaine d'expositions dédiées à des professionnels du milieu ainsi qu'à des polices de caractères comme la *Futura*. L'existence même de cet endroit démontre l'importance de la reconnaissance d'un corps de métier qui assume ses liens à la fois avec l'art et le design. Ses fondateurs, Marie-Anne Couvreur et son compagnon Henri Meynadier, avaient pour désir de rattraper le retard considérable que la France avait pris en matière de culture du design

⁴⁹⁵*War is over*, 1970.

⁴⁹⁶La galerie a fermé en mars 2012 suite à la vente de l'agence de communication Anatome dont Henri Meynadier était le créateur.

graphique, du moins de leur point de vue. La galerie avait de ce fait plusieurs ambitions : éclairer et sensibiliser un large public à la discipline, ouvrir le débat et la discussion autour du graphisme, transmettre les savoirs et attirer l'attention des institutions pour la commande publique. Les différentes personnalités qui ont été exposées durant ces douze années confirment l'importance dans le paysage français d'un tel lieu qui a permis d'exposer les processus de création des designers et typographes. De manière générale, ces procédés témoignent de la difficulté de l'accès à la culture graphique tant pour les professionnels que pour le grand public. La démarche d'Anatome fait qu'elle était considérée par Rick Poynor comme un modèle dans son domaine⁴⁹⁷, à savoir : une galerie à but non lucratif qui expose des designers de tous horizons et qui encourage le grand public à la découverte de sujets et de domaines trop méconnus. Il s'agissait pour lui d'un bon l'exemple de que peut être, et doit être un lieu consacré au design graphique et à la typographie au XX^e siècle.

La présence de la typographie dans les lieux d'art interroge sa mise en scène dans l'espace. Le graphisme qui sert la scénographie des expositions doit ici se représenter lui-même. Au-delà de la rétrospective, il s'agit d'une réflexion sur la valorisation de l'espace par le graphisme, une forme de mise en abyme.

La fermeture d'Anatome fut une perte, néanmoins, nous pouvons nous demander si la galerie n'a pas ouvert la voie aux expositions consacrées au graphisme et plus particulièrement à la typographie. L'inauguration du centre national du graphisme, Le Signe, en 2016 dans la ville de Chaumont en fait, comme le souligne son site, « le premier lieu permanent en France consacré au graphisme »⁴⁹⁸. La cité est connue pour accueillir depuis 1990 le festival international de l'affiche, puis du graphisme, devenu biennale du design graphique (2017).

Autres lieux : la Gaîté Lyrique à Paris, ouvert en 2011, est un espace dédié à la culture numérique (expositions, rencontres, conférences, ateliers). Cet ancien théâtre, reconverti en bâtiment culturel a abrité plusieurs événements réservés au design graphique, à la typographie et sa culture. Nous pouvons également citer une rencontre avec Alice Savoie, chercheuse en histoire de la typographie, en 2015 au sujet de ses travaux, l'exposition *Happy Show* de Stefan Sagmeister ou encore la projection de *Sacrés caractères* et de *Type : rider* en 2014. La présence du design graphique et de la typographie en ces lieux démontre bien les

⁴⁹⁷ Rick Poynor, « We need more galleries that exhibit graphic design », Print [En ligne], mis en ligne le 19 mars 2010, consulté le 2 juin 2018. URL : <http://www.printmag.com/article/observer-we-need-more-galleries-that-exhibit-graphic-design/>

⁴⁹⁸ Extrait du site officiel, consulté 1^{er} juin 2018. URL: www.centrenationaldugraphisme.fr/fr/cig/page/le-signe-centre-national-du-graphisme/communication-et-informations-pratiques/une-ouverture-reussie

changements opérés ces dernières années dans le domaine. Cela autorise une mise en avant de la part grandissante des nouvelles technologies dans le processus de création ainsi que leurs reconnaissances comme nouveau médium.

II.1.5.5. Les modalités d'exposition du design typographique

Pour Rick Poynor, si nous sommes capables d'exposer des objets historiques ou rituels dans les musées et les galeries comme des œuvres d'art (art premier, art océanique, etc.) pourquoi ne pourrions pas exposer le design ?⁴⁹⁹ Il remarque également que les critiques et les appréhensions sur cette question d'exposition et de représentation institutionnelle viennent généralement des designers eux-mêmes. L'argument premier est que la place du design graphique est dans le lieu, le contexte, où il doit communiquer, le déplacer ailleurs serait le vider de son sens. Il deviendrait donc incompréhensible. C'est un peu cette pensée que nous retrouvons chez Alain Le Querrec lorsqu'il évoque des problématiques d'exposition en particulier de l'affiche⁵⁰⁰. Pour lui, exposer une affiche dans un musée c'est en quelque sorte la tuer. En effet, ce serait mettre en scène des objets qui n'ont plus lieu d'être puisque les événements qu'ils annoncent sont passés. En l'intégrant dans un musée ou une galerie, la fonction de l'affiche change ainsi que le regard que nous portons sur elle car elle devient œuvre. Cette pensée empêcherait donc toute possibilité d'exposer du design dans des musées ou galeries.

Cette réflexion est inconsistante, selon Rick Poynor, car les modalités d'exposition ne laissent pas de doute sur ce que le visiteur regarde⁵⁰¹. Les différents dispositifs mis en place (cartel, recontextualisation, vidéo explicative, cartes, etc.) permettent au spectateur de s'immerger et de faire les liens entre les éléments variés présents dans l'espace.

Nous pourrions arguer que mise dans un espace d'exposition, la typographie comme composante du design demanderait aux visiteurs un autre degré de lecture. La communication visuelle a généralement pour dessein d'être immédiate dans sa compréhension. Ainsi installée dans un musée ou une galerie, son niveau de lecture prendrait une autre dimension, éventuellement plus contextuelle.

⁴⁹⁹Rick Poynor, « We need more galleries that exhibit graphic design », *Print* [En ligne], mis en ligne le 19 mars 2010, consulté le 2 juin 2018. URL : <http://www.printmag.com/article/observer-we-need-more-galleries-that-exhibit-graphic-design/>

⁵⁰⁰Alexandru Balgiu, Leszek Brogowski, Jocelyn Cottencin [et al.], *op.cit.*

⁵⁰¹Rick Poynor, « We need more galleries that exhibit graphic design », *op.cit.*

Rick Poynor, avance encore que ce manque de représentation du design, qu'il soit graphique ou typographique, aurait son origine dans l'absence de véritable lieu consacré à ces domaines⁵⁰². Il est tout à fait possible de retrouver des expositions temporaires dans de grands musées sensibles aux problématiques et à l'apport de certains grands noms du design. Néanmoins, ces expositions ne sont que passagères. De plus, elles ne sont installées le plus souvent que sous la forme de rétrospectives et donc ne montrent pas assez le dynamisme et l'actualité de la scène typographique actuelle.

Pour conclure, si la typographie a déjà investi les lieux d'art car les critiques reconnaissent les médiums sur lesquels elle est posée (livre, affiche) il est plus difficile de lui reconnaître une autonomie sans thème ni support. De même, trouver des lieux adaptés pour présenter la typographie d'une manière plus en accord avec son temps ne semble pas être complètement acquis.

II.2. Typo-graphisme

II.2.1. *Emigre, Fuse, Octavo*

II.2.1.1. Les revues et magazines avant 1980

L'arrivée de l'imprimerie a été l'occasion d'ouvrir de nouvelles possibilités à la diffusion de l'information et de la contestation. De plus, l'imprimé, notamment le livre, a toujours été perçu comme le support privilégié de la typographie. Il n'a pas fallu attendre les années 1980 et 1990 pour qu'émergent différents magazines et revues consacrés au domaine des arts graphiques et sur la typographie. En effet, les revues et autres imprimés ont toujours été un bon moyen de promouvoir et de diffuser de nouvelles conceptions et autres idées plastiques, graphiques et typographiques tant au niveau national qu'à l'international.

Au XIX^e siècle, les nouvelles machines d'impression servent les publications protestataires comme *Charivari* en France ou *Punch* en Angleterre. Ces magazines sont des véhicules pour dénoncer les injustices sociales, défendre la presse libre ou critiquer les politiques via la caricature et la satire. Cependant, elles finissent par s'assagir et deviennent des publications de masse tout en perdant peu à peu leur côté d'avant-gardes.

⁵⁰² *Ibid.*

Au début du XX^e siècle, les magazines, revues et imprimés continuent d'être au service de nouvelles idées. Ce fut le cas pour les Futuristes avec leurs manifestes et recueils qui permettaient de faire connaître leurs travaux. Par la suite, le mouvement Dada leur a emboîté le pas en démultipliant le processus avec une pluralité de tracts et magazines, suivi de près par De Stijl, puis le Bauhaus ou encore Kurt Schwitters dans la première moitié du XX^e siècle. Ainsi sont publiées les revues *Dadaphone*, *Proverbe*, *Mecano*, *Merz*, *De Stijl*, *Lef*, etc. avec chacune son style propre valorisant le mouvement auquel elles étaient rattachées.

En parallèle, il existait également, à l'époque, d'autres revues qui permettaient de mettre en avant les dernières innovations plastiques et typographiques en dehors de toute attache à un mouvement artistique spécifique. Nous pouvons citer à titre d'exemple *Wendingen*. Initialement fondée en 1918 par Hendricus Theodorus Wijdeveld, la revue *Wendingen* se consacre à l'architecture, aux arts appliqués et au design industriel, en passant par la sculpture, la scénographie, la photographie ou les arts orientaux. Outre les nombreux sujets qu'elle aborde, celle-ci apporte également sa contribution dans le monde de la typographie et de l'édition. La réalisation de chaque couverture était confiée à un artiste différent. Par exemple la couverture du numéro sorti en octobre 1922 a été réalisée par El Lissitzky. Le format presque carré du magazine, avec une mise en pages sur deux colonnes et une impression en recto seul, propose un style facilement identifiable. La réalisation de chaque couverture était confiée à un artiste différent. *Wendingen* possédait une typographie relativement sobre et répandue, surtout en publicité. Ce choix délibéré séduisait surtout pour la valeur de la simplicité dont l'expressivité est immédiate et par le fait que cette typographie soit peu utilisée dans les autres supports comme les livres ou les périodiques. Au niveau du fond, le magazine hollandais était très ouvert et de multiples artistes y collaborèrent, ce qui contribua à son succès. *Wendingen* prit fin en 1931 après 116 numéros.

Bien que tous ces magazines et ces revues ne traitent pas forcément directement de design graphique et typographique, ils restent importants d'un point de vue théorique. Il s'agit en effet d'espaces dans lesquels les designers peuvent s'exprimer de manière pratique ou conceptuelle. Ces ouvrages constituent également une forme de documentation qui sert de ressource et contribue à l'histoire de la discipline.

Les magazines des années 1980-1990 doivent beaucoup à leurs prédécesseurs des années 1960-1970, et au mouvement punk en particulier. Les magazines punk comme *Punk* (1976), *Slash search & destroy*, *Sniffin Glue* se voulaient être des équivalents visuels à la musique qu'ils évoquaient dans leur page. Ils étaient d'ailleurs majoritairement élaborés de manière « fait main » et souvent bricolés. John Holmstrom, le maquettiste de *Punk*, écrivait

d'ailleurs les textes à la main. La typographie de ces magazines sont souvent dessinées et s'approche plus du graffiti. Cette esthétique était surtout due à un manque de moyens, comme l'explique John Holmstrom⁵⁰³, les créateurs n'avaient pas vraiment l'argent pour faire des impressions en quadrichromie. De plus, inspirés par Andy Warhol et Roy Lichtenstein, ils s'approprièrent la culture populaire, généralement en y piochant ce qu'ils trouvaient de plus bizarre ou choquant mais en ajoutant parfois une dose d'humour

Néanmoins, malgré l'anarchisme revendiqué par les adeptes du Punk, les mises en pages de la revue ne suivent pas vraiment ce principe. Elles restent en général lisibles. Dans *Punk* les lettres sont dessinées à la main mais elles sont suffisamment grandes pour être lues. Cependant, il y a quelques exceptions, comme le magazine *Sniffin Glue*, dont la lisibilité ne semble pas être la priorité. Ce qui prime pour *Sniffin Glue* ou *Punk*, ce n'est pas nécessairement le style mais le concept que les créateurs tentent de faire passer.

Cependant, *Punk* tient plus des comics que véritablement de l'expérimentation typographique pure. Nous sommes loin des créations d'avant-garde de mouvements comme le Futurisme ou Dada. John Holstrom, qui était en charge de la maquette et lui-même dessinateur, combinait en effet bande dessinée et journalisme. « Nous n'essayons pas de capturer la réalité ; nous essayons d'en créer une nouvelle. »⁵⁰⁴

Vers la fin des années 1970, *WET* emprunte son esthétique au Punk en souhaitant garder l'esprit bricolé, mais se veut beaucoup plus accessible et professionnel. Steven Heller voit le magazine comme le précurseur de ce que sera la *New Wave*⁵⁰⁵ dont les idées seront reprises plus tard par des publications comme *Ray Gun*.

Cependant, ce qui était provocateur et scandaleux dans les années 1970, ne l'est plus vraiment dans les années 1980. Tout ce qui était « underground » s'est vu intégré à la culture de masse et, en conséquence, rentre dans le conformisme. Les magazines servaient en quelque sorte de laboratoires expérimentaux à de nouvelles formes de communication visuelle.

Avec l'arrivée des nouvelles technologies et leur accessibilité aisée, les valeurs changent tout comme les règles graphiques. Il est possible de redonner un nouveau souffle à

⁵⁰³Steven Heller, « Putting the Punk in DIY: An Interview with John Holmstrom », AIGA [En ligne], mis en ligne 9 août 2009, consulté le 2 juin 2016. URL : <https://www.aiga.org/putting-the-punk-in-diy-an-interview-with-john-holmstrom>

⁵⁰⁴(Notre traduction) « We're not trying to capture reality; we're trying to create a new one » John Holmstrom extrait de Steven Heller, « Putting the Punk in DIY: An Interview with John Holmstrom », AIGA [En ligne], mis en ligne 9 août 2009, consulté le 2 juin 2016. URL : <https://www.aiga.org/putting-the-punk-in-diy-an-interview-with-john-holmstrom>

⁵⁰⁵Steven Heller, *De Merz à Emigre et au-delà : Graphisme et magazines d'avant-garde au XX^e siècle*, Phaidon, Paris, 2005, p.126.

l'expérimentation. Au départ assez rustique, l'expérimentation se perfectionne et développe rapidement son propre langage. Elle autorise ainsi la superposition d'éléments, notamment de caractères ce qui n'est pas sans rappeler ce qui se faisait au XIX^e siècle où les imprimeurs mélangeaient des polices dépareillées. Cependant, l'expérimentation reste surtout stylistique plus que revendicatrice, politique ou révolutionnaire. Malgré tout, grâce à elle, quelques bouleversements vont avoir lieu notamment dans le domaine du design graphique et de la publicité.

Les années 1980-1990 ont vu, elles aussi, la naissance de magazines de ce type dont certains se sont particulièrement distingués. Ils témoignent également d'une évolution des mentalités et d'un changement dans la perception du statut de designer (graphique, typographique).

Les revues et magazines les plus connus sont *Emigre*, fondé en 1984 par Rudy VanderLans et Zuzana Licko, *Octavo* en 1986 par le studio londonien 8vo, *Fuse* en 1994 par Neville Brody et Jon Wozencroft. D'autres magazines sont apparus en parallèle dont certains n'abordent pas le domaine graphique ou typographique mais valorisent un savoir-faire à travers leurs directeurs artistiques. Notamment, *Beach Culture* et *Ray Gun* avec David Carson, *The Face* avec Neville Brody⁵⁰⁶ ou encore *i-D* de Terry Jones (1980). Ces magazines ouverts à la culture populaire deviennent en quelque sorte les nouveaux terrains, lieux d'expérimentations ou d'expressions d'idées visuelles novatrices, un peu comme les affiches au XIX^e siècle. Un des exemples les plus connus de ces expérimentations est l'interview de Bryan Jones dans *Ray Gun* retranscrit entièrement en police *Dingbat* et par conséquent illisible, sauf pour ceux qui auraient la patience de déchiffrer les symboles. Ce parti pris assez osé de David Carson servait, selon lui, à marquer l'ennui et le peu d'intérêt que procurait cette interview.

De son côté Terry Jones travaillait chaque numéro de *i-D* avec une thématique particulière en tête. Cependant, il ne s'aventure pas dans la création de caractères spécifiques pour le magazine car d'après lui, ils en existent déjà bien assez et qui correspondent à ce dont il a besoin⁵⁰⁷. Toutefois, Terry Jones répond à l'envie de déstructuration et de déconstruction naissant, inspiré par les avant-gardes comme Dada, afin de s'échapper des structures rigides

⁵⁰⁶Neville Brody en sera le directeur artistique de 1981 à 1986.

⁵⁰⁷Steven Heller, « Defining Style, Making i-D: An Interview with Terry Jones », AIGA [En ligne], mis en ligne le 15 mars 2006, consulté le 2 juin 2018. URL: <https://www.aiga.org/defining-style-making-i-d>.

classiques de mise en pages. Il applique ainsi « un chaos contrôlé »⁵⁰⁸, aux règles qui lui sont propre.

II.2.1.2. *Emigre*

Le magazine *Emigre* paraît pour la première fois en 1984 et durera jusqu'en 2005 totalisant 69 numéros. *Emigre* ne s'est pas contenté d'être qu'un magazine de design et d'informations sur la discipline mais il a également été une fonderie dématérialisée qui a promu les polices de caractères qu'elle vendait à travers les pages du magazine du même nom. La fonderie *Emigre*, avec ITC, fut l'une des premières à explorer les possibilités de la typographie numérique.

Au moment où Rudy VanderLans et Zuzana Licko lancent leur magazine, chacun s'ennuyait dans son travail respectif et aspirait à de plus grandes choses. Par conséquent, publier leur propre magazine a été une expérience exaltante pour eux. D'autant plus que comme le confie Rudy VanderLans⁵⁰⁹, peu de personnes s'étaient familiarisée avec les nouvelles technologies et que lui-même n'avait jamais touché un ordinateur.

Le magazine a connu plusieurs périodes durant lesquelles il a tenté de se renouveler. Pour certains, ces tentatives n'étaient que des repoussoirs d'échéance face à son obsolescence programmée. Il y a donc eu plusieurs épisodes : de 1984 à 1994 (32 numéros), de 1995 à 1997 (9 numéros), de 1997 à 2001 (18 numéros), de 2001 à 2002 (4 numéros) et de 2003 à 2005 (6 numéros). Les deux dernières périodes marquent un retour vers une certaine sobriété graphique, comme en témoignent les couvertures. Ainsi, les numéros 64 à 69 se caractérisent par des titres qui annoncent le contenu : du texte simple et lisible sur fond coloré. La seule chose qui pouvait ici perturber la lecture est le code barre. Il reste toutefois placé de manière judicieuse et n'empiète que sur de petits morceaux de lettres. Nous sommes loin des superpositions textes-images du numéro 11, des mélanges de police du 10, du texte tellement petit du 21 et 34 ou encore des grandes plages de textes exposées dès la couverture du 50 et 51.

Il existe un soixante-dixième numéro intelligemment intitulé *Emigre No. 70 : The Look Back Issue*, sorti en 2009, qui fait le bilan des 69 autres et retrace l'aventure *Emigre*.

⁵⁰⁸ *Ibid*

⁵⁰⁹ Sarah Dougher et Joshua Berger, « In conversation with *Emigre* », Magazine – PLAZM [En ligne], mis en ligne le 31 août 2013, consulté le 8 août 2018. URL: <https://magazine.plazm.com/in-conversation-with-emigre-2c15869886fb>.

Pour Pascal Béjean⁵¹⁰, les premiers numéros du magazine restent les plus intéressants grâce à leur format assez grand qui laisse beaucoup de place à l'expression de la mise en pages typographique.

Emigre cesse sa publication en 2005 d'une part pour raison financière, d'autre part car son créateur Rudy VanderLans ne se reconnaissait plus dans la nouvelle génération et aspirait à autre chose : « Le monde du graphisme était en train de changer, l'accent était mis sur l'Internet et les blogs, et je me sentais déconnecté de la plupart. C'était trop geek pour moi. »⁵¹¹

À première vue, le magazine ne contient aucune revendication ni politique ni autre et se contente de refléter son époque et les aspirations des jeunes designers. Pourtant, contrairement à ce qu'affirme Steven Heller⁵¹², qui lui dissocie *Emigre* des productions d'avant-garde justement pour ce côté apolitique, il y aurait en filigrane des revendications. Elles seraient surtout d'ordre visuel mais souligneraient aussi la place de plus en plus importante et centrale que prend le designer dans la conception. De plus, malgré ses contributeurs venus de tous horizons, *Emigre* ne clame pas de territoire, sauf d'étendre les frontières du design. Un autre point significatif pour Mr Keedy est la localisation géographique de *Emigre* qui n'est pas situé à New York, lieu qui centralise l'idéologie moderniste selon lui⁵¹³. Il réfute d'ailleurs l'idée de considérer cette ville comme capitale du design et préfère que ce magazine soit délocalisé et largement diffusé plutôt que concentré en un même lieu.

Emigre garde quelque part cet esprit des magazines punk des années 1960-1970. En effet, la typographie conservait un aspect fait main, elle n'était certes pas manuelle mais créée par les contributeurs du magazine.

De même, l'aspect artisanal se retrouve au niveau de la charte graphique peu présente et non fixe. Et comme le souligne Mr Keedy, le manque de raffinement du magazine le rendait pertinent⁵¹⁴. Il n'y avait en définitive pas vraiment de cadre défini. Rudy VanderLans laissait une grande liberté de paroles et de pratiques aux jeunes designers qui y participaient.

⁵¹⁰ Étapes, « Emigre par Pascal Bréjean », vidéo [En ligne], 2009. URL: vimeo.com/7415137

⁵¹¹ « The world of graphic design was changing, the focus became the Internet and blogs, and I felt disconnected from much of it. It was too geeky for me. » Rudy VanderLans cité dans Steven Heller, « Can the Rule-Breaking Font Designers of Three Decades Ago Still Break Rules? », *The Atlantic*, 9 novembre 2008

⁵¹² Steven Heller, *De Merz à Emigre et au-delà : Graphisme et magazines d'avant-garde au XX^e siècle*, op.cit., p.110.

⁵¹³ Mr Keedy, « Graphic designers probably won't read this . . . but, », *Emigre Font* [En ligne], consulté le 12 juin 2018. URL: www.emigre.com/Essays/Emigre/Graphicdesignersprobablywontreadthisbut

⁵¹⁴ *Ibid.*

Ceux-ci venaient de tous pays et avaient des approches différentes, approches que le magazine arrivait à conjuguer adroitement. Ainsi collaboraient de jeunes étudiants, parfois à peine sortis de l'école, et des professionnels chevronnés en quête de nouvelles manières d'expression. Pour Mr Keedy l'un des points positifs d'*Emigre* était de s'intéresser à des designers et des designs en dehors des Etats-Unis, chose qu'apparemment ne faisait pas les autres magazines⁵¹⁵. Il y avait ainsi un discours du design décentralisé, bien que par ailleurs, celui-ci demeure très Anglo-Saxon et essentiellement américain. La volonté restait tout de même de créer un lieu d'échanges, de rencontres et d'explorations à un niveau international. Rudy VanderLans agissait comme un directeur artistique, un chef d'orchestre qui organisait les différentes sections et arrivait ainsi à associer des idéologies différentes.

II.2.1.3. *Octavo*

De son côté, l'Angleterre aussi propose des magazines d'exploration typographique qui redessinent les règles du design, en particulier *Octavo*. La revue *Octavo* est la création du studio londonien 8vo formé en 1984 par Mark Holt et Simon Johnston, rejoint en 1986 par Hamish Muir et Michael Burke. Le nom de ce magazine consacré à la typographie prédit le nombre de numéros : 8, produits de 1986 jusqu'en 1992 en édition limitée (4000 copies) et de manière sporadique. Comme pour *Emigre*, si le studio a souhaité publier *Octavo*, c'est qu'il ressentait le besoin d'un forum de discussion autour de la typographie. Le magazine arrivait à un moment où les designers commençaient à se familiariser avec les nouvelles technologies et que « si quelque chose était techniquement concevable alors c'était possible. »⁵¹⁶

Julia Thrift explique que dans les années 1970-1980, la Grande Bretagne était assez loin des préoccupations modernistes suisses, sans doute cela était dû à son côté insulaire⁵¹⁷. Alors, les différents membres de 8vo n'étaient pas très versés dans la typographie et ils sont donc entrés en contact avec la nouvelle vague par des voies diverses : Hamish Muir découvrit les affiches de Wolfgang Weingart, ce qui le poussa à postuler à l'école de Bâle, idem pour Simon Johnston ; Mark Holt, quant à lui, eut écho du phénomène une fois aux Etats-Unis. « Il y avait ce truc de new wave à Los Angeles qui surfait sur la vague de la typographie suisse, alors j'en ai profité pour en voir d'avantage et je me suis rendu compte que cela

⁵¹⁵*Ibid.*

⁵¹⁶Julia Thrift, «8vo Type and structure», Eye magazine [En ligne], consulté le 12 mai 2017. URL: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/8vo-type-and-structure>

⁵¹⁷*Ibid.*

m'intéressait »⁵¹⁸ raconte ce dernier. Pour Hamish Huir et Simon Johnston, leur séjour à Bâle leur permit de rencontrer les maîtres, ainsi que d'aborder le design graphique et typographique d'une toute nouvelle manière. C'était comme apprendre un nouveau langage. Cette approche leur a ouvert les yeux sur le retard de leur pays dans le domaine de la typographie ou du moins sur la façon dont il fallait l'appréhender. C'est sans doute pour cela que les membres tenaient à ce que la typographie soit un pilier central de leur travail dans *Octavo*.

Les sympathisants qui travaillent sur le magazine le décrivent comme un *visual engineering* (ingénierie visuelle). Le chevauchement et la combinaison de couches de textes possédant des couleurs et des corps différents sont alors permis, tout en respectant une grille et une forme de hiérarchisation de l'information. L'un des exemples les plus marquants de cette ligne de conduite est la double page qui ouvre l'essai *Type and image* de Bridget Wilkins. La superposition de différents textes aux couleurs variables questionnait la lisibilité et poussait le lecteur à réagir en identifiant le caractère en tant qu'image et l'obliger à dépasser ainsi la relation classique texte-image.

8vo tenait à pousser *Octavo* au maximum des capacités techniques possibles. Les numéros étaient composés de 16 pages en format A4 et utilisaient 3 gris, 2 noirs (images et textes), la typographie était blanche par inversion. Le 1er numéro est publié en 3 couleurs (noir, rouge, gris).

Octavo reprenait quelques principes de la *new wave* : champs de couleurs réduits mais majoritairement tirant sur le noir et blanc, une sobriété de mise en pages et de moyens, mais pour un maximum d'effets. C'est ce que nous retrouvons dans *Octavo 87,4*, quatrième numéro publié, d'ailleurs consacré à Wolfgang Weingart et son manuscrit de 1972 *How can one make swiss typography?* : quatre colonnes, du texte en noir ou blanc sur fond gris en drapeau à gauche, des images au format carré en noir et blanc.

Au contraire, le numéro suivant, *Octavo 88,5*, est imprimé sur fond blanc, exception faite de la double page d'introduction (jaune-orange), avec du texte en noir mais une mise en pages complètement asymétrique qui n'hésite pas à chevaucher les pages.

Les trois derniers numéros passent un cap évolutif entre *new wave* et postmodernisme. Bien qu'ils restent avec des polices sans empattements, les textes sont déstructurés et se superposent rendant la lisibilité laborieuse. Cette difficulté est également due au rendu flou de

⁵¹⁸ (notre traduction) «There was this Los Angeles new wave thing that was riding on the back of Swiss typography, so I saw much more of it around and realised that it interested me.», *ibid*.

certains mots, écrits en jaune sur un fond blanc ou mis en arrière-plan. Cette technique renforce l'idée de couches superposées et renvoie aux différents niveaux de lectures caractéristiques du postmodernisme. De plus, les couleurs ne sont plus restreintes à deux ou trois teintes et sont plus vives.

II.2.1.4. *Fuse*

Fuse est un magazine créé par Neville Brody et Jon Wozencroft. Il paraît pour la première fois en 1990-1991 et compte 20 numéros. Les deux derniers n'ont d'ailleurs jamais été publiés en format papier. L'esthétique du magazine était assez identifiable car chaque édition se composait d'une boîte en carton avec le nom de *Fuse* imprimé dans un coloris différent pour chaque numéro. À l'intérieur de ce carton, étaient rangées plusieurs affiches pliées, ainsi qu'une disquette à installer chez soi contenant des polices de caractères (4 ou plus) et éditées par le magazine. Chaque numéro avait une thématique autour de la communication (Code, exubérance, invention, virtuel, propagande, etc.) sur laquelle un groupe de quatre designers travaillait la typographie. Au total, 100 affiches et 114 fontes ont été proposées. Avec le recul, *Fuse*, tout comme *Emigre*, accuse son âge dans ce qu'elle offrait, puisque les disquettes qui accompagnaient généralement les numéros sont désormais obsolètes. De plus, à la différence des autres revues, *Fuse* n'était pas distribuée dans les librairies mais disponible par FontShop International via abonnement.

Tout comme *Emigre*, *Fuse* n'a pas vraiment de ligne graphique et éditoriale précises. Néanmoins, elle partage avec son aînée une vision nouvelle de la typographie et un goût pour l'expérimentation. Neville Brody croit aux possibilités offertes par l'ordinateur personnel⁵¹⁹ et sa démocratisation, tout comme Rudy VanderLans et Zuzana Licko.

Dans son premier numéro paru à l'été 1991, les fondateurs de *Fuse* expliquent la raison d'être du magazine. Les problématiques sont similaires à celles évoquées dans *Emigre*, à savoir, des changements techniques notables principalement en typographie.

Et pourtant « en dehors de la profession du design, le pouvoir de la typographie est à peine reconnu ». ⁵²⁰ Le constat est le même tout au long de cette recherche : la typographie est partout mais invisible tout en étant considérée comme acquise. Pour *Fuse*, il n'est pas

⁵¹⁹Neville Brody, Jon Wozencroft, *Fuse 1-20 From invention to antimatter : Twenty years of Fuse*, Taschen, Köln, 2012, p.24.

⁵²⁰*Ibid*

seulement question de parler de visuel et d'esthétique mais bien de langage et surtout de développer de nouvelles idées.

Le magazine *Fuse* est cependant plus orienté vers la typographie en proposant des alphabets abstraits, dont certains sont dépourvus de sens et ouverts à de multiples interprétations, s'inscrivant ainsi dans l'air du temps. Ses créateurs ont conscience que les polices proposées ne sont pas toutes utilisables dans un contexte commercial (*Maze 91* de Ian Swift, *Ushaw* de Phil Baines ou encore *Illetrate* de Phil Bicker) et seront rapidement dépassées ou oubliées (*Uck N Pretty* de Rick Valicenti, *Niwida* de Erik van Blokland, *X-Pain* de Chu Uroz). À travers ses pages *Fuse* se questionne sur les raisons de la marginalisation de la typographie. D'autant plus que, comme nous l'avons évoqué à plusieurs reprises, le choix des caractères, la mise en pages sont des éléments importants auxquels le lecteur est sensible. Il est possible à travers ce genre de magazines de redonner ses lettres de noblesse à la typographie afin qu'elle ne soit plus traitée comme un art obscur réservé à quelques initiés. Et ainsi, comme le laissent entendre les fondateurs de *Fuse*, la médiocrité qui était devenue la norme ne le sera plus car désormais nous ferions plus attention à la typographie qui nous entoure⁵²¹.

Si les créateurs d'*Emigre* se décrivent comme de nouveaux primitifs, *Fuse* revendique un héritage dadaïste ou encore surréaliste, en plus de l'inspiration punk. Les deux magazines ont également été critiqués et ont essuyé des remarques sur l'aspect trop grunge des polices de caractères proposées, ainsi que sur l'apparence faussement intellectuelle des travaux qui n'auraient été qu'une excuse pour un énième produit commercial sans recherche⁵²². Toutes ces critiques ont émergé sans doute parce que ces deux magazines laissaient beaucoup de marge de manœuvre aux intervenants et à leurs propositions.

II.2.1.5. Bilan et héritage

Les magazines *Fuse*, *Emigre* et *Octavo* ont chacun, à leur manière, été un terrain d'exploration pour de nombreux designers. Ces derniers ont tenté de renouveler, voire d'inventer un langage graphique et typographique. *Fuse* et *Emigre* en particulier ont lancé questions, critiques et débats. Il faut cependant surtout retenir qu'il s'agissait de laboratoires d'expérimentations et d'explorations non seulement visuelles mais aussi langagières.

⁵²¹*Ibid.*, p.21.

⁵²²*Ibid.*, p.410.

Bien que ces publications ne soient pas politiques en soi, elles ont été, quelque part, une réaction engagée contre «Un monde de médiocrité générique et d'obéissance corporate»⁵²³. Pour reprendre les propos de Fernand Baudin, *Emigre*, n'était pas une provocation délibérée de la part de leurs auteurs mais une réponse à un besoin latent. Nous pouvons étendre ces propos à *Octavo* et *Fuse*. C'est cette envie d'expression et la revendication d'un espace de liberté dans un système très standardisé qui se reflète dans ces magazines.

Comme nous l'avons vu, *Emigre* ne fut pas au goût de tous et Massimo Vignelli fut sans doute un de ses plus grands détracteurs. La querelle qui les opposait était surtout à sens unique, et pourrait se comparer à une dissension entre l'ancienne et la jeune génération. Cette dernière réagissait à plusieurs années de modernisme, mouvement qui s'était imposé un peu partout aidé par les grandes entreprises, tout en essayant de trouver ses marques dans une société semblant en perte de repères. Pour les Modernistes comme Massimo Vignelli, un tel magazine marquait donc la fin de la lisibilité, du bon sens, du bon goût et sans doute du design graphique et typographique. D'autres se montraient moins virulents mais tout aussi sceptiques. Steven Heller, par exemple, ne cachait pas dans *Cult of the ugly* une certaine appréhension devant cette effervescence autour de la laideur et de sa finalité concrète⁵²⁴. Pourtant avec le recul, dans *De Merz à Emigre et au-delà : Graphisme et magazines d'avant-garde au XX^e siècle*, il reconnaît à *Emigre* une place importante au sein de l'histoire du design⁵²⁵. À la différence de Massimo Vignelli, pour qui *Emigre* cristallise tous les problèmes du Postmodernisme, Steven Heller n'est pas contre *Emigre* mais plutôt contre le design « mal fait » auquel adhérait, entre autre, le magazine et à travers lui, bon nombre de designers.

Cependant, critiquer systématiquement *Emigre*, considérer ses publications comme ordurières, apparaît non seulement exagéré mais de plus occulte complètement les nouvelles idées soulevées par le magazine. Ces critiques ont apparemment été ignorées par la presse consacrée au design, comme le souligne Mr Keedy, pour qui les seules bonnes vraies idées de l'époque se trouvaient dans *Emigre*. Massimo Vignelli, comme d'autres détracteurs du postmodernisme, ne semble pas s'en être pris aux autres magazines dont *Octavo* ou *Fuse*, sans doute parce que leurs publications étaient faites outre-Atlantique et postérieures à *Emigre*.

⁵²³Neville Brody, Jon Wozencroft, *FUSE 1-20*, *op.cit.*, p.5.

⁵²⁴Steven Heller, « Cult of the Ugly », Typotheque [En ligne], consulté le 12 mars 2017. URL : https://www.typotheque.com/articles/cult_of_the_ugly.

⁵²⁵Steven Heller, *De Merz à Emigre et au-delà : Graphisme et magazines d'avant-garde au XX^e siècle*, *op.cit.*, p.111.

Pascal Béjean parle de « syndrome Vignelli »⁵²⁶ signifiant par là qu'une fois jeunesse passée, la nouveauté n'est plus si nouvelle ou encore que nous n'en avons plus besoin. Désormais, les jeunes designers d'hier recherchent plus de conformité, de classicisme. Nous en revenons alors vers les règles d'usage, celles rejetées mais toujours présentes qui autorisent un minimum de polices dans un cadre défini. Tout est là, il n'y a plus besoin d'aller ailleurs.

Et si, il y a un style moderniste, il y a quelque part un style postmoderniste. Pour Pascal Béjean, *Emigre* est l'équivalent d'une école de pensée comme avait pu l'être le Bauhaus ou le style international suisse⁵²⁷. Pourtant Mr Keedy considère que *Emigre* manque d'homogénéité, compte tenu des nombreuses idées développées et des personnalités multiples qui y ont collaboré⁵²⁸. Évoquer un style *Emigre* serait « simpliste et superficiel »⁵²⁹. Il s'agit cependant d'un « style » qui a fait des émules, tant il a été plagié et approprié, notamment par les grands médias, mais qui, sans doute, s'est assagi avec le temps.

Pour Mr Keedy, l'un des nombreux contributeurs au magazine, peu de personnes aurait réellement lu *Emigre*⁵³⁰. Elles l'auront certainement vu mais pas vraiment lu. L'ironie est que, même pour les personnes susceptibles d'apprécier et de comprendre la démarche de ses fondateurs, *Emigre* serait trop difficile à lire car illisible. Pourtant, Steven Heller nous confirme que le magazine était assez populaire en son temps chez les professionnels et suivi par nombreuses personnes. Néanmoins, entre acheter un magazine pour le feuilleter et le lire, le fossé reste grand.

Il y aurait une idée reçue selon laquelle les designers ne lisent pas ou peu, principalement quand le sujet les concerne ou aborde une démarche critique vis-à-vis de leur profession. Or, le magazine *Emigre* était un miroir de son époque, écrit par et pour des designers graphiques et typographiques. *Emigre* marqua durablement les esprits et il est encore aujourd'hui cité comme un tournant important de la période postmoderne du design. Ce magazine est devenu avec le temps le visage et la voix de toute une génération de designers de l'ère de la typographie numérique. En 2011, *Emigre* met à disposition ses catalogues en téléchargement libre. La fonderie existe toujours, mais il n'existe plus de disquettes. Alors, *Emigre* propose désormais ses polices au format numérique que nous pouvons retrouver sur son site.

⁵²⁶Pascal Béjean, étapes, <https://www.emigre.com/Essays/ZuzanaLicko/Etapes2010>

⁵²⁷Pascal Béjean vidéo

⁵²⁸Mr Keedy, « Graphic designers probably won't read this . . . but », *op.cit.*

⁵²⁹*Ibid.*

⁵³⁰*Ibid.*

Et aujourd'hui, que pouvons-nous retirer de ces magazines ? Leur style, mais outre cela, ces publications apparaissent comme des archives d'une époque. Et plus encore, ils témoignent d'une véritable volonté de changer les choses, de faire avancer le design car comme le disait Mr Keedy en 1993 : « Emigre documente là vers où va le design graphique. Et ça va être intéressant. »⁵³¹ Pour Angela Riechers, *Emigre* a en quelque sorte designé les années 1990, comme le titre de son article⁵³² l'indique, en montrant la voie à suivre car les polices que la fonderie créait, étaient partout.

Ainsi, la création de tels magazines et leur pérennité tient à l'envie et la motivation de leurs fondateurs mais aussi — de manière tristement réaliste — à l'économie. Bien qu'aujourd'hui ces magazines bénéficient d'une certaine aura qui fait que plusieurs numéros, devenus rares, se vendent à prix d'or, l'aspect financier a toujours été important. Pousser les limites technologiques a un coup que les ventes n'amortissent pas forcément. *Emigre* a, sur la fin, intégré des encarts publicitaires entre ses pages, le studio 8vo, à défaut de financeurs, s'est autofinancé en demandant des délais de règlement à ses imprimeurs.

Les magazines partageaient également une volonté d'internationalisation. Cependant, à la différence d'un style international uniforme, chaque publication laissait la liberté de ton et de sujets aux designers qui s'exprimaient à travers ses pages. Ainsi, était évité un point de vue restreint sur la typographie, très autocentré, qui n'aurait été alimenté que par lui-même.

Ce mode de fonctionnement où les contributeurs bénéficient d'une liberté de ton pour exprimer leur opinion rappelle les revues d'avant-garde du début du XX^e siècle. Idée renforcée par le fait que Rudy VanderLans et Zuzana Licko n'hésitent pas à s'appeler eux-mêmes les « nouveaux primitifs »⁵³³. De plus, les avis exposés sont à mettre en relation notamment avec les revendications d'auteurs qui seront développées à la fin des années 1990 (*First Things First 2000*).

Si, aujourd'hui, nous nous souvenons encore du magazine *Emigre* c'est sans doute parce que c'est lui qui criait le plus fort visuellement. Mais pourquoi revenir au passé ? Pourquoi être nostalgique ?

⁵³¹ « Emigre is documenting where graphic design is going. And it's going to be interesting », Mr Keedy, « Graphic designers probably won't read this . . . but », *Emigre: Graphic Design into the Digital Realm*, 1993

⁵³² Angela Angela, « Emigre Type Foundry pretty much designed the 90's - Here what it looks like », AIGA the professional association for design [En ligne], mis en ligne le 24 mai 2016, consulté le 3 novembre 2017. URL : <https://eyeondesign.aiga.org/emigre-type-foundry-pretty-much-designed-the-90s/>

⁵³³ Sarah Dougher et Joshua Berger. « In conversation with Emigre ». Magazine – PLAZM [En ligne], mis en ligne le 31 août 2013, consulté le 12 août 2018. URL: <https://magazine.plazm.com/in-conversation-with-emigre-2c15869886fb>.

Mr Keedy a une explication : « Les designers graphiques sont des explorateurs de la culture visuelle ». Mais il arrive que l'exploration constante et la recherche permanente de la nouveauté soient usantes. Dans ce cas, les designers préfèrent se tourner vers le passé et la nostalgie car il est plus simple et moins fatigant de reprendre quelque chose qui a fait ses preuves. Toutefois, dans le cas de la période des années 1980-1990, les étudiants de Cranbrook ou encore les contributeurs de *Emigre*, *Fuse* ou *The Face* sont dans une phase exaltante de recherche de la nouveauté et ne semblent pas encore avoir atteint ce stade d'épuisement créatif. Pourtant, le réemploi nostalgique est présent. Il semblerait que cela soit une suite logique. Pour Mr Keedy, le manque d'investissement des designers dans l'élargissement de leur propre culture visuelle en est la cause.⁵³⁴ Ils pratiquent un design qu'ils ne connaissent pas eux-mêmes. Ce design est sans critère spécifique et se contente juste d'être bâti sur ce que les designers apprécient ou non. Ces derniers ne s'embêtent pas à chercher pourquoi ils font ce qu'ils font. Toutefois, le lien entre épuisement créatif et illettrisme semble contradictoire. D'un côté, les designers seraient assez cultivés pour connaître la culture visuelle et l'utiliser sans recul par paresse intellectuelle, de l'autre ils n'y connaîtraient rien.

Ainsi, si un designer utilise le passé et la nostalgie dans son travail, c'est son droit, mais il faut qu'il comprenne pourquoi il le fait et l'assume. « Lorsqu'un designer s'inspire — ouvertement ou non — de modèles historiques pour créer un caractère typographique, il semble important qu'il le fasse honnêtement, sans quoi il risque de susciter une polémique »⁵³⁵

Néanmoins *Emigre* appartient bien au passé, ou du moins une partie du magazine. Il n'existe plus de disquettes aujourd'hui. Même Rudy VanderLans avoue ne plus pouvoir ouvrir ses anciens travaux car ils sont désormais obsolètes. Toutefois, les designers peuvent toujours acheter les polices directement sur le site. Le fond de pensée d'*Emigre* reste cependant, d'actualité, en particulier ce qui a trait à la lisibilité. Malgré la levée de boucliers de la part des modernistes, la question de la lisibilité apparaît nécessaire afin de repenser la typographie. Pascal Béjean dit bien que ce n'est pas la typographie qui est illisible mais c'est l'usage que nous en faisons qui la rend illisible. « La lisibilité est culturelle »⁵³⁶

⁵³⁴ *Ibid.*

⁵³⁵ John Downer, « Call It What It Is », *Azimuts*, n°43, ESAD, Saint Etienne, 2016, p.165.

⁵³⁶ « *Emigre* par Pascal Béjean », *étapes*, 2009.

II.2.2. Lisibilité, illisibilité

II.2.2.1. Processus de lecture

Avant d'entamer une réflexion sur la typographie, il est important de comprendre comment fonctionne le processus de lecture et surtout comment nous l'appréhendons. Il semble essentiel d'expliquer le déroulement du processus de lecture, de savoir comment notre cerveau saisit les lettres. En effet, c'est à partir de ces tentatives de compréhension que des expérimentations typographiques émergent, qu'elles soient le fruit de typographes ou non.

Nous lisons de deux manières : le mot nouveau ou inconnu est épelé lettre après lettre ; mais le mot usuel et familier s'embrasse d'un seul coup d'œil, indépendamment des lettres qui le composent : l'image de ce mot acquiert pour nous une valeur idéographique.⁵³⁷

Des expériences ont démontré que lors de la lecture, nos yeux ne se déplacent pas de manière linéaire mais par à-coups : des saccades oculaires entrecoupées de temps de pauses, des fixations très brèves de l'ordre d'un cinquième jusqu'à un quart de seconde. Cette séquence saut-immobilité varie au niveau de la quantité de signes (jusqu'à dix-huit signes pour les plus longues) selon plusieurs facteurs, comme notre niveau de lecture débutant ou confirmé. Car, pour les personnes habituées à lire, les séquences sont plus longues car elles intègrent plus de signes en même temps, la lecture est donc plus rapide, contrairement à une personne qui entame l'apprentissage de la lecture décryptant et fixant chaque lettre. Plus nous lisons, plus notre cerveau est rapide dans le traitement de l'information visuelle et la recherche du sens. Les mots, les phrases, l'ensemble du texte nous apparaissent alors presque instantanément. Évidemment, même entraînée, une personne peut se retrouver à voir sa séquence diminuée face à des mots ou une langue inconnus ou encore des phrases compliquées. Nous lisons donc directement les mots, en les prenant dans un ensemble et non pas en les déchiffrant lettre par lettre. Ainsi la lecture est une simultanéité visuelle.

Plusieurs expérimentations typographiques ont été effectuées depuis la fin du XIX^e afin d'étudier la manière dont nous lisons. Elles ont traité, testé, les possibilités qu'offrait la typographie ainsi que ses limites en matière de lisibilité et de compréhension de l'information. À titre d'exemple, prenons l'expérience de l'ophtalmologiste français Émile Javal⁵³⁸ qui démontre que nous pouvons aisément lire un texte quand les lettres sont amputées de leurs parties inférieures. Cette expérience avait d'ailleurs déjà été mise en application par Me

⁵³⁷Saussure, *Cours de linguistique générale*, éditions Bally et Sechehaye, 1971, p.57.

⁵³⁸Louis-Émile Javal (1839-1907) ophtalmologiste français qui a écrit entre autre *Physiologie de la lecture et de l'écriture*.

Leclerc⁵³⁹ en 1843, bien avant les conclusions d'Émile Javal, lors de la parution d'un livret avec seulement la moitié supérieure apparente. L'objectif de Me Leclerc était de diminuer les coûts de production et ainsi vendre le livret moins cher en divisant par deux les lettres. Cependant cette expérience ne fonctionne qu'avec la partie inférieure des lettres manquantes et non celle supérieure. Ce qui laisse à penser que les lettres sont plus facilement identifiables, et possèdent des caractéristiques plus prononcées, plus dans un sens que dans l'autre.

Des graphistes et typographes contemporains reprennent ces expériences à leur compte et proposent d'explorer de nouvelles limites. *Can you (and Do you want to) read me ? (peux-tu [et veux-tu] me lire ?)*⁵⁴⁰ de Phil Baines⁵⁴¹ joue sur ce processus de disparition de la lettre. Cependant, il ne supprime pas la moitié basse des lettres mais bien des parties différentes (un ventre, une jambe), ce qui rend les lettres de la police complètement fragmentées et difficilement lisibles.

Néanmoins, certains dessinateurs de lettres s'appuient plus directement sur les recherches d'Émile Javal pour créer de nouvelles polices de caractères, comme ce fut le cas avec le caractère *Minuscule*⁵⁴² de Thomas Huot-Marchand⁵⁴³. Ce dernier utilise une typographie qui permet d'augmenter la quantité de texte dans la page (sans pour autant en supprimer la moitié) en usant de caractères larges et en réduisant l'encombrement vertical ce qui aboutit à plus de lignes dans une page.

Un autre point important du processus de lecture concerne le *word shape recognition*⁵⁴⁴. Comme nous venons de voir, nous ne lisons pas les mots lettre par lettre mais nous les appréhendons dans leur globalité. Plus exactement, ce serait la forme des lettres, leurs contours, qui seraient perceptibles à nos yeux. Chaque mot aurait donc une empreinte typographique qui lui serait propre et deviendrait alors une image typographique.

James Cattell⁵⁴⁵ en 1886 est le premier à proposer ce terme de *word shape recognition*, déduit après plusieurs expérimentations qui laissaient penser que les sujets reconnaissaient les

⁵³⁹Notaire français, il déposa d'ailleurs un brevet au sujet de sa découverte et publia Réduction possible de moitié de tous les frais d'impression.

⁵⁴⁰Phil Baines, *Can you read me ?*, 1995

⁵⁴¹ Phil Baines (1958-) il a étudié le design graphique à la Saint Martin's School of Art. Il est également contributeur pour le magazine *Eye* et enseigne la typographie au Central Saint Martin.

⁵⁴²Le caractère *Minuscule* a d'ailleurs reçu le Certificate of Excellence in Type Design du Type Directors Club de New York lors du concours TDC2 2005.

⁵⁴³Thomas Huot-Marchand, typographe et designer graphique français ayant étudié à l'ANRT (atelier national de recherche typographique). Il enseigne aux beaux-arts de Besançon et intervient dans le cadre du post-diplôme « système graphiques, typographie et langage » de l'école supérieur d'art et de design d'Amiens.

⁵⁴⁴Mike Jacobs, « The science of word recognition », Microsoft [En Ligne], mis en ligne le 20 octobre 2017, consulté le 30 octobre 2017. URL : <https://docs.microsoft.com/en-us/typography/develop/word-recognition>

⁵⁴⁵ James McKeen Cattell (1860-1944) psychologue américain.

mots plutôt que les lettres. La théorie du *word shape recognition* s'appuie également sur l'observation suivante : il est plus facile de lire un texte écrit en bas de casse qu'en majuscules. Les minuscules font ressortir les spécificités de chaque lettre (comme les queues), leur donnant un motif particulier uniquement par leur enveloppe ou bien par l'assemblage de caractères ascendants, descendants ou neutres, alors que la majuscule propose moins de variantes.

Un autre point qui vient étayer cette étude, est que, lors d'expériences visant à chercher des erreurs orthographiques dans les mots, nombreux sont celles et ceux à avoir manqué les plus évidentes. Ainsi, certaines erreurs délibérées n'ont pas entravé la lecture et donnaient une silhouette similaire au mot d'origine.

II.2.2.2. Papier contre écran

Ce qui change également c'est la notion de lecture et de perception. Nous ne lisons pas de la même manière un texte à l'écran ou dans un livre. L'expérience de la lecture par le biais d'un écran (ordinateur, tablette, téléphone...) est plus difficile. Elle est plus fatigante pour les yeux, notamment à cause du rétroéclairage, et demande donc des pauses plus fréquentes, des textes plus courts, des typographies plus adaptées au rythme et aux nouvelles habitudes de lecture. De plus, l'organisation spatiale des blocs de textes avec ou sans images s'avère être différente de celle d'un livre.

L'évolution des techniques a fait entrer les écrans (ordinateurs, tablettes, smartphones) dans nos vies. Or, ces supports peuvent s'avérer contraignants car la lecture s'y fait différemment que sur papier. D'après Jakob Nielsen⁵⁴⁶ la lecture sur écran est 25 % plus longue que celle sur papier⁵⁴⁷, à cela plusieurs raisons⁵⁴⁸ :

Le rapport est différent à la lumière entre écran et papier. Dans le cas du premier, la source lumineuse est directe car elle vient du support et elle fatigue les yeux. Dans le cas du second, le papier, la lumière est extérieure (il n'est pas possible de lire dans le noir).

Dans le cas de l'écran, la lumière extérieure peut venir perturber la lecture.

⁵⁴⁶ Jakob Nielsen (1957-) spécialiste de l'usabilité du web ou ergonomie du web. Il a d'ailleurs écrit plusieurs ouvrages dans ce sens comme : *Mobile usability* (2012), *Designing web usability : the practice of simplicity* (1999), *Multimedia and hypertext : the internet and beyond* (1995)

⁵⁴⁷ Jakob Nielsen, « Be Succinct ! (Writing for the Web) », Nielsen Norman Group, mis en ligne le 15 mars 1997, consulté le 15 octobre 2016. URL : <https://www.nngroup.com/articles/be-succinct-writing-for-the-web/>

⁵⁴⁸ Aurélien Foutoyet, *Typo & web*, Atelier Perrousseaux, Gap, 2012, p.20-21.

L'argument précédent va de pair avec le fait qu'une personne face à son écran est statique et doit, pour son confort de lecture, changer l'orientation de l'écran, ce qui s'avère être également une source de fatigue.

Le dernier point est la résolution des écrans dite plus faible que celle de l'imprimé. De plus, la taille des écrans, souvent assez petite, ajoute une contrainte supplémentaire à la reconnaissance de caractères pendant la lecture, surtout si les caractères eux-mêmes sont petits. La résolution (le nombre de pixels) détermine la finesse des détails affichés et elle est proportionnelle à la taille du texte. Plus un caractère est petit, plus il sera difficile de le représenter de façon nette et précise. Ce qui par conséquent peut être un facteur de non lisibilité sur écran.

Tous ces différents éléments font que le support écran est peu ou pas adapté à la lecture de textes longs. Néanmoins, les écrans peuvent désormais afficher des caractères de petites tailles dans les textes de manière plus nette. De plus, cette étude menée par Jakob Nielsen sur les écrans en 1997 a dû être remise à jour avec l'apparition des liseuses. L'auteur a donc mené une autre enquête sur la vitesse de lecture en 2010 mais cette fois avec les écrans de Kindle et d'Ipads 1ère génération⁵⁴⁹. S'il s'avère que le livre est toujours l'outil le plus pratique, la vitesse et le confort de lecture semblent s'être considérablement améliorés mais : la lecture est 6,2 % plus lente que sur le papier pour l'Ipads et 10,7 % pour la Kindle. Cependant, il faut néanmoins relativiser ces résultats, car, sans remettre en question le fond, il est important de prendre en compte l'âge et le nombre de participants de cette étude et de contextualiser les résultats.

En plus de la mise en forme du contenu et du travail de la composition typographique, la lisibilité serait alors non uniquement le fait de la lettre seule mais se trouverait également liée aux capacités visuelles du lecteur. Les lecteurs doivent s'adapter progressivement à ce support particulier qu'est l'écran car le processus d'identification des lettres y est différent de celui sur papier. La lecture sur écran possède un certain motif (pattern), les études de Jakob Nielsen montrent comment les personnes (les internautes) parcourent les pages web⁵⁵⁰ :

- en analysant d'abord le haut de la page en un mouvement horizontal rapide,

⁵⁴⁹Jakob Nielsen, « iPad and Kindle Reading Speeds », Nielsen Norman Group, mis en ligne le 2 juillet 2010, consulté le 15 octobre 2016. URL <https://www.nngroup.com/articles/ipad-and-kindle-reading-speeds/>

⁵⁵⁰Kara Pernice, « F-Shaped Pattern of Reading on the Web: Misunderstood, But Still Relevant (Even on Mobile) », Nielsen Norman Group [En ligne] mis en ligne le 12 novembre 2017, consulté le 3 décembre 2017. URL : www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/

- puis un mouvement descendant (vertical) en se concentrant d'abord sur la partie gauche puis la droite de la page,
- et enfin, le mouvement vertical continu pour visualiser le bas de page.

Le regard du lecteur qui circule sur la page, décrit ainsi une forme de F. La hiérarchie des informations et la composition typographique pour le web doivent prendre en compte ces éléments dans le but d'une lisibilité, d'un confort de lecture et d'une transmission d'informations optimaux.

La lecture est également différente si nous sommes face à un texte long ou court. Elle sera dite « continue » si le parcours du regard va de gauche à droite, ce qui demande une attention et une concentration accrues. La lecture d'un texte long est par ce fait plus fatigante que celle d'un texte court. Elle est d'ailleurs indiquée comme « discontinue » car le lecteur consulte le contenu en cherchant des informations précises, sans lire la totalité du texte. C'est pour cette raison que l'organisation des éléments dans une page (web ou papier) est importante. Le lecteur doit pouvoir trouver les informations facilement, sans se fatiguer, grâce à des repères évidents. Ici, l'objectif est d'être rapide et précis.

Chaque type de textes (long ou court) fait appel à un type de lecture spécifique en adéquation avec le texte lu. Un texte long devra par exemple avoir une taille de caractères confortable (ni trop petite, ni trop grande), idem pour l'interlignage. Il doit également se démarquer du fond de la page (contraste suffisant entre la couleur de fond et le texte), avec une longueur de lignes qui ne soit pas trop grande (75 signes au maximum), être ferré à gauche ou justifié et avoir un rendu homogène sans éléments qui viennent perturber la mise en pages.

Celle-ci, sur écran, doit donc suivre un cahier des charges précis afin de répondre à des besoins spécifiques. Les différentes études menées, qui mettent en parallèle le support écran ou papier, ne prennent pas en compte uniquement la typographie, mais incluent l'usage que nous en faisons.

La technologie évolue très vite et beaucoup d'améliorations sont faites afin de permettre aux lecteurs de se rapprocher au plus près d'un confort optimal proche voire supérieur à celui du papier. Cependant, il faut également considérer les usages de ces différents supports. Le papier semble être préféré à l'écran lorsqu'il s'agit de lectures plus approfondies alors que le numérique sert surtout à la recherche et la diffusion d'informations.

Le lecteur papier rechercherait donc, une façon de s’immerger dans le texte alors que celui qui utilise ou privilégie les écrans est plus dans l’exploration. La typographie doit donc s’adapter à deux types d’usages différents qui reflètent nos modes de vies et nos besoins.

II.2.2.3. Lisibilité et intelligibilité

Dans son ouvrage *Pendant la lecture*, Gerard Unger évoque la lecture et la lisibilité comme un processus inhérent aux graphistes et typographes, tout en restant assez critique à leur égard. En effet, selon lui, la lisibilité n’a été traitée qu’en surface dans le domaine du graphisme et de la typographie, en se cantonnant à l’aspect esthétique et non sur le fond en abordant par exemple la portée de la lisibilité et de ses enjeux⁵⁵¹.

Ceci amène à une remise en cause du modèle de la typographie moderniste qui était censée apporter des solutions. La typographie moderniste, dont l’un des exemples formels le plus connu est le « style suisse », se veut sobre et usuelle. Elle se doit d’être lisible car elle est tenue de communiquer visuellement. Emil Ruder, une des figures du modernisme typographique explique que « L’imprimé qui ne peut être lu devient un produit inutile »⁵⁵²

La typographie fonctionne donc en terme d’utilité, voire de rendement. C’est un produit que l’utilisateur, l’usager, doit saisir dans son immédiateté sans passer par le mode d’emploi. Cette idée de lisibilité entre dans le cadre de cette volonté de faire de la typographie un langage international, universel, compréhensible par tous et passe donc par une bonne communication. « La fonction est définie, l’alphabet a été inventé et les formes élémentaires des lettres sont inaltérables. »⁵⁵³

La question de la lisibilité en typographie est donc complexe car elle est dépendante de son matériau de base qui est à la fois changeant et inaltérable.

L’un des points importants liés à cette idée de lisibilité est sa définition même. En effet, la terminologie du mot varie, entre les langues française et anglo-saxonne notamment. Là où le français se contente généralement du seul mot « lisibilité » les anglais utilisent deux autres termes pour exprimer la notion de lisibilité : *readability* et *legibility*. *Readable* induit ce

⁵⁵¹Gerard Unger, *op.cit.* p.16.

⁵⁵²Emil Ruder, *Typographie*, Teufen, 1967, p.6.

⁵⁵³Karl Gerstner, *Programme entwerfen*, Teufen, 1964, p.89.

qui fait sens, la capacité à être compris, alors que *legibility* implique ce que nous pouvons lire, ce qui est déchiffrable⁵⁵⁴. « La lisibilité est l'un des principes de la typographie durable. »⁵⁵⁵

Comment donc cette question de lisibilité a-t-elle été abordée dans le cas de la typographie moderne ? Comment est-elle abordée aujourd'hui ?

La typographie à l'ère moderne subit une refonte pour faire disparaître tout ce qui, aux yeux des modernes, appartient au passé. Ainsi nous voyons fleurir plusieurs polices sans empattements et sans majuscules, les deux étant vouées à disparaître. Cependant ces typographies seront reléguées au même titre que celles qualifiées de fantaisistes. Considérées comme amusantes, intéressantes sur l'instant, elles ne résistent cependant pas sur le long terme. Elles n'ont finalement que peu d'influence dans le domaine du graphisme et de la typographie, la plupart sont vite oubliées. Elles ne parviennent pas à supplanter définitivement les formes traditionnelles et ces différentes tentatives d'innovation en resteront au stade d'essai. Seules quelques-unes passeront à la postérité comme la *Futura* de Paul Renner créée en 1927. Elle correspond aux idées modernistes et à l'époque : sobre, sans empattements, sur base géométrique. Une bonne police est celle qui facilite la lecture en sachant s'effacer. De ce fait, il faut prendre en compte les processus de la lecture pour bien appréhender la typographie et surtout la penser en adéquation avec notre façon de lire.

Tout au long de ma vie professionnelle, je fus conduit à comprendre que la beauté, la lisibilité et, dans une certaine mesure, la banalité sont des notions très proches : la bonne lettre est celle qui s'efface devant le lecteur pour devenir pur véhicule entre l'esprit et l'écrit, et sert simplement la compréhension de la chose lue.⁵⁵⁶

II.2.2.4. Illisibilité postmoderne

L'avancée technologique et les dernières innovations techniques, surtout au niveau de l'impression et des imprimantes, permettent un nouvel essor de l'expérimentation typographique. De nouveaux projets typographiques sont mis en chantier pour aller de pair avec la montée de l'informatique et de la lecture sur écran. Comme nous avons pu le voir, celle-ci diffère de la lecture sur papier. Il faut donc adapter la typographie au support. D'un côté, il y a un travail effectué afin de trouver des polices qui seraient plus confortables pour

⁵⁵⁴ Ainsi, certains auteurs préfèrent utiliser le terme « intelligibilité » (readability) pour le différencier de celui de « lisibilité » (legibility) en se calquant sur cette différenciation anglaise.

⁵⁵⁵ « One of the principles of durable typography is always legibility », Robert Bringhurst, *The Elements of Typographic Style*, Hartley & Marks, Dublin, 2012, p.17.

⁵⁵⁶ Extrait de Adrian Frutiger. *Son oeuvre typographique et ses écrits* cité dans *Adrian Frutiger – Caractères: L'œuvre complète* p.7.

les écrans, de l'autre des expérimentations élaborées afin de renouveler les conventions de lecture.

La pratique de la typographie expérimentale (papier ou web) est intéressante car elle brise et questionne nos habitudes de lecture. Néanmoins, elle a ses limites. En effet, elle pose problème lorsqu'il s'agit de composer un texte long. La typographie expérimentale peut rendre la lecture pénible, voire difficile, car inadéquate. En général, elle peut être agréable à regarder et, dans le cadre d'un texte, le lecteur est tenté de le voir comme un bloc, donc de le regarder et non de le lire. Les expérimentations de David Carson pour le magazine Ray Gun en est un bon exemple. Les mises en pages et les tentatives graphiques et typographiques sont agréables à voir, elles provoquent des effets visuels intéressants qui traduisent des intentions esthétiques mais sont parfois difficilement lisibles.

L'ouvrage *The End of Print*⁵⁵⁷, paru en 1995, développe le travail et la pensée de David Carson. Ce dernier se montre un fervent défenseur de l'absence de règles et de théories. Pour lui, la lisibilité ne suffit pas pour communiquer. La communication peut se faire par d'autres biais à travers le graphisme et la typographie. Les magazines Ray Gun ou encore *Beach Culture* sur lesquels il a travaillé, reflètent cette période où la contre-culture, comme le grunge, était florissante. David Carson multipliait les expérimentations et les mises en pages novatrices.

Niwida de Erik van Blokand, présente dans le second numéro de Fuse, est une police tellement détériorée qu'il est difficile de savoir par où commencer la lecture. La question est clairement posée : « À quoi sert une police que personne ne peut lire ? »⁵⁵⁸. Dans le cas d'un contexte postmoderne, il est évident que cette illisibilité volontaire a pour but d'exclure les lecteurs de la communication.

La typographie agit ici comme une sorte de code qu'il faudrait déchiffrer. Seuls les lecteurs patients ou habitués à ce type de caractères sont en mesure d'y parvenir. Cette idée est renforcée par l'interview de Bryan Ferry de 1992 dans Ray Gun entièrement en *Zapf Dingbats*, où les lettres deviennent symboles, ou encore *Morsig*⁵⁵⁹ de Rick Vermeulen qui déclare que « l'alphabet n'est rien d'autre qu'un code. »⁵⁶⁰. *Morsig* respecte l'aspect simple et

⁵⁵⁷Lewis Blackwell, *The End of Print*, Laurence King Publishing Londres, 1995.

⁵⁵⁸Neville Brody, Jon Wonzencroft, *Fuse 1-20 From invention to antimatter : Twenty years of Fuse*, Taschen, Köln, 2012, p.48.

⁵⁵⁹Comme son nom le laisse supposer, *Morsig* est composée à partir du langage morse.

⁵⁶⁰Neville Brody, Jon Wonzencroft, *Fuse 1-20 From invention to antimatter : Twenty years of Fuse*, Taschen, Köln, 2012, p.118.

la forme pure recommandés par le modernisme et pourtant la police n'est pas lisible, du moins pas immédiatement.

De nombreuses autres fontes présentées dans le magazine *Fuse* travaillent cette dualité lisibilité-illisibilité. C'est le cas de *Scratched Out* de Pierre di Sciullo, où les mots doivent être extirpés des lettres « qui refusent d'être lues »⁵⁶¹. Pour son auteur, *Scratched Out* reflète le texte qui se refuse au lecteur.

Pour d'autres créateurs, comme Neville Brody, extraire la typographie de la lisibilité l'aide à ne pas y être assujettie et à ne pas rester cantonner à un rôle pratique. Elle peut ainsi explorer son potentiel expressif et dynamique.

En parallèle de la mise en avant de la typographie, le jeu avec la lisibilité entraîne également un dialogue avec celui ou celle qui regarde ou lit. Créer des polices ou des mises en pages codées ajoute des couches de signification dans lesquelles peut éventuellement s'insérer l'humour. Cela laisse aussi une plus grande liberté d'interprétation. Le designer Stefan Sagmeister s'amuse notamment de cela : « J'aime les codes et les langages secrets que le public a généralement un vrai plaisir à déchiffrer. »⁵⁶²

Expérimenter en typographie, c'est prendre un risque. En détournant des normes et des conventions établies au fil du temps, c'est faire le pari d'entraver la lecture. Pour certains, la lisibilité pourra toujours se faire mais demandera un effort supplémentaire au lecteur pour accéder au texte et à son contenu. Les typographies expérimentales seraient donc plus adaptées à certains types de supports et thématiques, qu'à d'autres. Les travaux de David Carson s'adressent ainsi à un public averti, des lecteurs familiers de la culture underground et non conventionnelle.

Gerard Unger évoque cette dichotomie lisible-illisible comme une confrontation entre jeunes et anciens, réformateurs et conservateurs⁵⁶³. Cette vision serait néanmoins réductrice car le mélange des deux est assez courant en culture graphique. Les typographies moins conventionnelles sont souvent utilisées en titre pour attirer l'œil et côtoient celles plus traditionnelles utilisées dans les textes. Il y a donc une sorte d'équilibrage de lecture, les caractères dits plus difficiles à lire sont associés à des textes courts, donc en théorie moins fatigants, quant aux caractères usuels auxquels nous sommes plus habitués, ils se retrouvent dans les textes plus longs.

⁵⁶¹*Ibid.*, p.103.

⁵⁶²Stefan Sagmeister, *Sagmeister : another book about promotion & sales material*, MUDAC, Lausanne, 2011, p.8.

⁵⁶³Gerard Unger, *op.cit.*, p.43.

La lisibilité reste un point important de la typographie, néanmoins, elle n'est pas immuable. Elle doit s'ouvrir à de nouveaux champs de possibles, à des perceptions différentes. Pour les créateurs de Fuse, plus d'ouverture encouragerait les jeunes designers à briser les conventions dans lesquelles la typographie s'est enfermée.

II.2.2.5. L'illisibilité au service de la lisibilité

Dans son ouvrage traitant de la lecture, Gerard Unger expose *Lesetypographie* de Willberg et Forssman⁵⁶⁴. Les auteurs détaillent deux formes de typographies : « différenciatrices » et « activantes »⁵⁶⁵. La première forme est utilisée dans les textes structurés, quant à la seconde, elle se retrouve dans le cadre de l'apprentissage de la lecture.

La typographie porte en elle des données traduites dans une langue pour accéder au sens. Nous mémorisons ainsi une typographie décodée. « La lecture est donc considérée comme le décodage d'impulsions graphiques et rien de plus. »⁵⁶⁶

Les graphistes et typographes doivent donc créer et manipuler la typographie en connaissance de cause, à savoir que cette dernière est un matériau vecteur de sens autant dans sa forme que dans son contenu. « Les gens lisent le mieux ce qu'ils lisent le plus. »⁵⁶⁷

La typographie présente également un aspect intéressant quand elle touche à des problématiques et réflexions autour de maladies comme la dyslexie. En effet, plusieurs graphistes se sont penchés sur la question et ont tenté d'aider les personnes qui en souffrent afin, soit de leur apporter un plus grand confort de lecture, soit d'offrir au grand public un nouvel éclairage sur ces problématiques.

C'est ainsi que Robert Hillier⁵⁶⁸ crée *Sylexiad* en 2006, une typographie sensée faciliter la lecture des personnes souffrant de cette maladie. Robert Hillier a ainsi présenté plusieurs textes écrits en différentes polices (*Arial*, *Times* et *Sylexiad*) à des personnes

⁵⁶⁴ Friedrich Forssman, Hans P. Willberg, *Lesetypografie*, Verlag Hermann Schmidt, 2010.

⁵⁶⁵ Gerard Unger, *op.cit.*, p.71.

⁵⁶⁶ Charles Perfetti, « Comprehending written language : a blueprint of the reader », In : C.M. Brown, P. Hagoort, *The Neurocognition of Langague*, Oxford, 1996, p.167.

⁵⁶⁷ « People read best what they read most » citation attribué à Zuzana Licko, Michael Dooley, « Critical Conditions: Zuzana Licko, Rudy VanderLans, and the Emigre Spirit », Emigre [En ligne], consulté le 2 octobre 2016. URL : <https://www.emigre.com/Essays/Emigre/CriticalConditionsandtheEmigreSpirit>

⁵⁶⁸ Robert Hillier, artiste graphique, senior lecturer à l'université des arts de Norwich.

dyslexiques ou non, afin de déterminer les caractéristiques et combinaisons typographiques préférées pour chaque groupe.

À partir de ces résultats⁵⁶⁹ Robert Hillier en déduit que : les personnes dyslexiques ont une inclination pour les styles manuscrits, en majuscules, avec des traits uniformes, des espaces d'interlettrage assez grands, des empattements... alors que les gens qui n'en sont pas atteints choisissent plutôt une structure avec sérif, bas de casses, interlettrage normal, traits plus variables, graisse plus épaisse.

Il est important de noter que la police de caractères *Sylexiad* s'est créée en fonction des lecteurs et de leurs réactions tout au long du projet. Effectivement, les lecteurs y furent associés directement et ce, dès le départ, notamment dans la conception du design de la police. Ici la lisibilité (au sens *readability* et *legibility*) est au centre de ce travail. Cela a également permis de remettre en question certains principes concernant la lisibilité (d'un point de vue dyslexique), notamment l'idée selon laquelle nous ne lisons pas les lettres ou les mots mais leurs formes (*word shape recognition*). Pour rappel, la théorie du *word shape recognition* énonçait notamment qu'il était plus facile de lire des lettres en bas de casse qu'en majuscules alors que ce sont justement ces dernières qui sont préférées par les personnes atteintes de dyslexie.

Par son travail, Dan Britton, un autre designer souffrant de dyslexie, cherche lui-aussi à sensibiliser le grand public à cette maladie⁵⁷⁰. Son expérience, face aux diverses typographies, lui a permis d'arriver à un constat similaire à celui de Hillier : les typographies en serif sont plus difficiles à appréhender alors que celles plutôt larges, courbes, telle la *Comic sans ms* pourtant souvent raillée, sont les plus agréables. Le travail de Britton souligne les difficultés et frustrations des dyslexiques face à la lecture même s'il s'agit de textes simples. C'est ainsi qu'il reprit l'*Helvetica*, typographie bien connue et très utilisée, pour supprimer 40 % de chaque lettre ou nombre qui la composent afin de la rendre à peine lisible mais reconnaissable. La disparition des caractéristiques principales de chaque lettre oblige le lecteur à s'arrêter sur chacune afin de prendre le temps de la déchiffrer. L'effort ainsi déployé s'apparente à ce que vit un dyslexique.

Ainsi, l'illisibilité ou du moins la difficulté de lecture peut aider à mieux comprendre certaines problématiques dans lesquelles le lecteur se retrouve en position d'échec. Considérée comme un des points névralgiques de discordance avec les modernistes, la lisibilité

⁵⁶⁹« Sylexiad », AtypI [En ligne], mis en ligne en 2011, consulté le 10 octobre 2016. URL : <https://www.atypi.org/conferences/2011-reykjavik/programme/activity?a=14>

⁵⁷⁰Daniel Britton [En ligne], consulté le 2 octobre 2017. URL : <https://danielbritton.info/dyslexia>

reste néanmoins une problématique essentielle de la communication visuelle. Elle fait partie des éléments de forme, avec la grille, que la jeune génération de designers des années 1980-1990 a tenté de retravailler pour approcher des alternatives à nos habitudes.

II.2.3. La grille : faire et défaire

Un élément important dans l'univers de la typographie et son utilisation, c'est la grille. Cette dernière n'est pas propre à la discipline et peut se retrouver dans d'autres domaines, néanmoins son utilisation et les réflexions qu'elle suppose, sont à penser en lien avec le texte et la lettre.

II.2.3.1. Définition de la grille

Tout d'abord, il convient de définir ce qu'est la grille de manière générale et quelle est sa définition dans le domaine du design graphique et de la typographie.

Étymologiquement, la grille, d'après le *Littré*, vient du « bas-latin *graticula*, corrompu de *craticula*, diminutif de *crates*, claie, grille ». C'est surtout un assemblage de barreaux qui se traversent et s'entrecroisent, utilisé dans le cadre d'une exposition directe au feu d'après *Le Robert*. Puis, elle vient désigner un « carton à jours conventionnels pour la lecture des textes rédigés en langage chiffré. Quadrillage pour le chiffrement et le déchiffrement des messages », et vers le milieu du XX^e siècle une « Feuille quadrillée ou tableau présentant une organisation, une répartition chiffrée », comme une grille de loto ou de programme, toujours selon *Le Robert*. S'il est bien question de déchiffrement et de lecture, il n'est pas question de typographie ou encore de design et de hiérarchisation dans l'espace.

Dans le domaine qui nous intéresse, la grille est tout d'abord perçue comme un outil de mise en forme ou de mise en pages. Elle permet de quadriller l'espace. Elle facilite également le travail de l'artiste, designer, qui va y positionner et organiser les éléments. Concrètement, la grille se compose d'un ensemble de lignes verticales et horizontales qui définissent des espaces. Elle est en quelque sorte la charpente dans laquelle s'insèrent des « blocs » (textes ou images). Les grilles diffèrent en fonction des contenus, néanmoins elles

restent une base commune pour la conception d'une page (imprimée ou web) et en quelque sorte la standardisent. Bien que les mêmes éléments soient employés, il existe une infinité de grilles ; elles sont assujetties aux besoins, aux contenus mais également aux choix esthétiques du designer. La grille ne fait pas que hiérarchiser les informations sur une page, elle impose également son rythme de lecture. Pour Timothy Samara, elle est ce qui nous différencie des autres espèces justement parce que son existence démontre que nous sommes capables de structurer notre pensée⁵⁷¹. Elle n'est pas un style mais aurait toujours été présente, au départ dans la nature puis dans l'art. Effectivement, d'après Le Corbusier, l'ordre règne dans la nature dans laquelle des systèmes ordonnés gouvernent. Il serait donc naturel pour l'être humain d'y aspirer et de s'y soumettre. L'Histoire est d'ailleurs remplie d'exemples de peuples et communautés qui ont arrangé les formes selon des préceptes mathématiques dans un souci de beauté. La grille serait donc inaliénable de l'être humain car elle représente le désir d'ordre auquel chaque homme aspire⁵⁷².

Il existe plusieurs types de grilles : modulaire, hiérarchique, à colonnes, etc. chacune répondant et s'adaptant à un besoin spécifique. Dans le domaine qui nous intéresse, à savoir le design typographique, la grille telle que nous la connaissons est récente et s'est établie petit à petit. Dans la pratique, la grille est un système de lignes qui permet de diviser un espace en 2D ou 3D. Les lignes qui la composent peuvent être de différentes tailles ou identiques. La grille peut être symétrique ou non. Grâce à ces lignes, il est possible de créer des repères, des colonnes, des marges qui indiquent l'emplacement des objets. En séparant ainsi l'espace en des espaces, elle aide à ce que les éléments disposés dans la surface ne se touchent pas et préserve la lisibilité. Elle détermine la dimension de l'espace, bien qu'en même temps la grille puisse être sans limite. Nous pouvons la diviser autant de fois que nécessaire. De cette façon, il est possible d'ajuster les éléments à la taille de la grille pour des effets harmonieux, d'ajouter des légendes sous les illustrations... En somme, la grille est un système de contrôle rationnel de l'organisation l'espace. Cette normalisation est également un moyen de trouver des solutions logiques à des problèmes de hiérarchisation. Dans un espace comme la page, l'organisation des informations est un élément essentiel afin de mettre en évidence ce qui est prioritaire à la lecture. Ainsi l'utilisation de la grille permet plusieurs choses⁵⁷³ :

- construire une communication visuelle de manière objective,
- coordonner textes et images de manière rationnelle,

⁵⁷¹Timothy Samara, *Making and Breaking the Grid*, Rockport, Gloucester, 2002, p.9.

⁵⁷²Josef Müller-Brockmann, *Système de grille*, entremonde, Genève, 2017, p.158.

⁵⁷³*Ibid.*, p.12.

- arranger textes et images avec leur propre rythme,
- dispenser une lecture structurée et intelligible,
- apporter un gain en terme de temps et de coût.

La normalisation offerte par ce système se propose de résoudre uniformément des problèmes simples et complexes. Dans son ouvrage *Systèmes de grille* Josef Müller-Brockmann voit en outre les bienfaits mentaux de la grille⁵⁷⁴. En effet, par son systématisme et sa logique, sa recherche objective, elle contribue à la construction de notre société et exprime ainsi notre sens du devoir. Timothy Samara va plus loin en expliquant que celle-ci est imprégnée de qualité spirituelle⁵⁷⁵.

La grille est donc importante dans le domaine du graphisme puisqu'elle organise les espaces qu'ils soient en 2D (la page), en 3D ou bien immatériel (numérique). Elle joue un rôle dans la lisibilité et l'intelligibilité des informations. Des éléments bien mis en pages sont ainsi lus et compris plus facilement. Il est aujourd'hui possible de trouver des modèles de grilles prêts à l'emploi qui peuvent être adaptables aux besoins du designer, ainsi que des manuels d'utilisation. Il existe même des logiciels comme *Gridset* qui peut être utilisé pour n'importe quels types de projets et adaptables aux nouvelles technologies (téléphone portable, tablette, site internet, ordinateur...).

La grille semble être un système inhérent et essentiel au design graphique de même qu'à la typographie, puisqu'elle indique la taille des caractères et leurs emplacements. Elle peut néanmoins autoriser un léger chaos afin d'apporter du dynamisme et un esprit plus contemporain.

II.2.3.2. Histoire de la grille

Lorsque Johannes Gutenberg publia sa Bible, celle-ci était mise en pages sur deux colonnes de 42 lignes chacune justifiées et comportant de larges marges. Bien qu'il n'y eut pas de règles écrites à cette époque sur les fondements de la disposition des lettres dans un espace donné, les proportions de l'empagement témoignent bien d'une démarche de mise en pages. Il s'agit en quelque sorte des prémices de la grille avant que celle-ci ne soit normalisée.

⁵⁷⁴*Ibid.* p.13.

⁵⁷⁵Timothy Samara, *op.cit.* p.10.

« Cette exigence de qualité ordonnée et esthétique devrait également s'appliquer à la typographie moderne. Elle court le danger d'être influencée par les modes et d'être mal employée. »⁵⁷⁶

Cependant, la grille avant d'être graphique était également présente chez des artistes tels Ucello, Léonard de Vinci ou encore Albrecht Dürer. Ici, la grille servait de base de recherche pour la perspective et bien que le tracé soit similaire (des lignes horizontales et verticales) la démarche y était différente. Dans son rapport à la perspective, la grille cherche à reproduire le réel, comme l'effet de profondeur et aborde un aspect scientifique. Toutefois, il s'agit également d'une tentative d'organisation du monde tout comme aujourd'hui la grille en design graphique tente d'organiser et de hiérarchiser des informations. Elle est ce que Timothy Samara nomme une « métaphore institutionnalisée »⁵⁷⁷.

Néanmoins, comme il explique⁵⁷⁸ si la grille a toujours été présente, celle connue et qui s'est développée dans l'univers du design n'aurait commencé à prendre forme que récemment en réponse aux changements apparus dans le monde occidental (en particulier l'Angleterre), comme la mécanisation et l'industrialisation.

Pour Timothy Samara, c'est le mouvement *Art and Crafts* qui a entamé ce que nous connaissons aujourd'hui comme grille moderniste par sa quête des relations proportionnelles et d'organisation asymétrique⁵⁷⁹. Dans la première moitié du XX^e siècle⁵⁸⁰, Peter Behrens⁵⁸¹, qui dirigea l'école des arts décoratifs de Düsseldorf, a introduit dans son enseignement une approche symétrique et architecturale de l'analyse de structure. Le constructivisme a également joué un rôle puisque des artistes comme El Lissitzky, après des études en Europe, rapportent dans leur pays la rationalité construite et les formes géométriques. Puis c'est au tour du Bauhaus, notamment avec l'influence de Théo van Doesburg et de De Stijl, de contribuer et de pérenniser le changement esthétique avec des étudiants comme Max Bill ou des enseignants tel Herbert Bayer. Jan Tschichold contribue aussi au développement de la grille avec sa conception de la Nouvelle typographie qu'il commence à formaliser en 1925 avec la publication de *Elementare typographie*. Ses ouvrages avec leurs règles codifient la structure ainsi que la manière d'employer la typographie dans un espace défini, alors qu'en parallèle des instances cherchent à normaliser les formats (DIN). Les recherches sont néanmoins stoppées par l'arrivée du National-Socialisme, contraignant plusieurs artistes à

⁵⁷⁶Josef Müller-Brockmann, *op.cit.* p.164.

⁵⁷⁷Timothy Samara, *op.cit.*, p.10.

⁵⁷⁸*Ibid.*

⁵⁷⁹*Ibid.*, p.14.

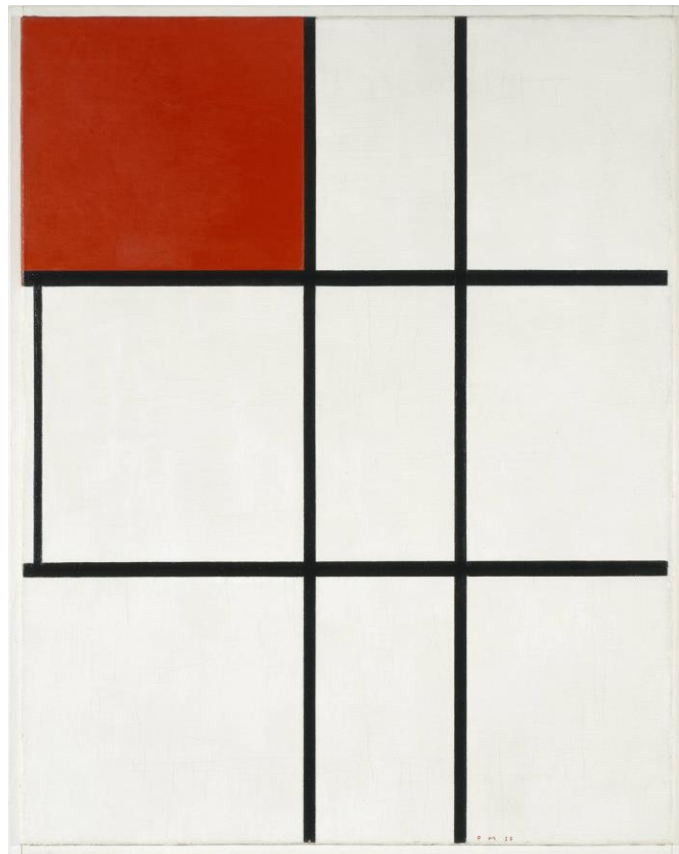
⁵⁸⁰*Ibid.*, p.15.

⁵⁸¹Peter Behrens (1868-1940) peintre, architecte, designer et typographe allemand.

quitter l'Allemagne pour la Suisse ou les États-Unis. Ces recherches ne reprendront que dans les années 1950 avec des publications comme *Neue Grafik*. Cette dernière élaborée en 1956 par Josef Müller-Brockmann, Hans Neuburg et Carlo L. Vivarelli représente le design graphique suisse qui expose sa vision universaliste.

Des écoles comme celle de Bâle concourent au développement du style international dans lequel s'insère la grille. Cependant celle-ci n'est pas encore assimilée par le design grand public qui reste toujours très ancré dans des compositions plus classiques.

II.2.3.3. La grille dans l'art



Piet Mondrian, *Composition_B (N°11) avec rouge*, huile sur toile, 1188x1015x91mm, 1935

© Tate CC-BY-NC-ND 3.0 (Unported)

La grille se retrouve également ailleurs qu'en architecture ou qu'en décoration ornementale. Les artistes aussi l'utilisent. Un premier exemple évident est bien sûr Piet Mondrian avec ses compositions géométriques aux couleurs élémentaires qui donnent à voir

le rythme de ses toiles. L'artiste doit également beaucoup au Cubisme, à Georges Braque et à Pablo Picasso. Pour Michel Seuphor⁵⁸², Piet Mondrian a su pousser la pensée et la radicalité du Cubisme plus loin que n'ont su le faire les autres artistes, bien que cela ne soit pas son but *in fine*. D'ailleurs, la plupart des historiens s'accorde pour reconnaître à Piet Mondrian la paternité de la grille modulaire. Ce dernier cherchait une structure linéaire, afin d'organiser ses plans de couleurs primaires sur la toile, de les articuler en évitant la superposition et le flottement pour un meilleur rendu optique. C'est à partir de 1918 qu'il inséra la grille modulaire dans ses toiles comme dans *Composition avec grille 8*⁵⁸³. Cette dernière organise l'espace mais elle permet surtout de mettre au même niveau les différents plans. Elle les égalise pour qu'aucun ne prenne le pas sur l'autre, et qu'il n'y ait plus de différence entre la figure et le fond. Toutefois, Piet Mondrian finira par abandonner peu à peu le principe de la grille modulaire, celle-ci n'ayant pas pu atteindre totalement les objectifs qu'il recherchait. En effet, malgré ses efforts, la grille, au lieu d'aplanir totalement la surface, fait ressortir un rythme, une hiérarchie entre les éléments et leur donne une profondeur présente bien qu'illusoire car la surface de la toile ne reste qu'un espace plat en deux dimensions.

La grille modulaire sera reprise plus tard par Emil Ruder qui synthétise les acquis des expérimentations graphiques et typographiques issues notamment du Bauhaus. Il théorise le système de la grille dans les années soixante et crée une méthodologie qui, allée à l'emploi de caractères typographiques, donnera naissance à ce que l'on désigne sous le nom de style typographique international ou style suisse. Ce style se veut simple et fonctionnel.

Dans son analyse de la grille, Rosalind Krauss en fait un point central de l'histoire du modernisme et de ses ambitions et en devient le symbole. La grille du XX^e exprime en effet toute la modernité de l'art contemporain. De plus, pour Rosalind Krauss, elle est bien un « art de notre siècle »⁵⁸⁴ (le XX^e) car sa radicalisation abstraite, ne renvoie pas à ce qui se faisait aux siècles précédents. Elle a donc un aspect temporel en plus de spatial qui, lui, exprime l'autonomie de l'art. Rosalind Krauss nous explique ainsi que, plus que de diviser la surface, la grille permet de séparer les arts visuels du langage en les enfermant. Par sa planéité, sa régularité et son rationalisme, elle autorise peu l'exploration expérimentale et empêche les

⁵⁸²Michel Seuphor, *Piet Mondrian. Sa vie, son œuvre, édition nouvelle, augmentée et corrigée*, Flammarion, Paris, 1970, p. 79.

⁵⁸³Piet Mondrian (1872-1944), *Composition avec grille 8*, huile sur toile, 84x102cm, 1919, Gemeentemuseum, La Haye, Pays-Bas.

⁵⁸⁴Rosalind Krauss, *L'originalité de l'avant-garde et autres mythes modernistes*, Collection Vues, Éditions Macula, Paris, 1993, p.93.

éléments de s'exprimer naturellement⁵⁸⁵. Elle est donc une sorte de pilier inébranlable, réfractaire et imperméable à l'évolution et aux changements.

Les artistes qui utilisent la grille comme Piet Mondrian ou Kasimir Malevitch semblent croire que cette dernière mène à l'universel, presque au spirituel⁵⁸⁶. Or, l'art moderne a séparé encore plus profondément le sacré et le profane en optant pour une vision rationnelle et scientifique (étude sur la perspective, sur l'optique). Il ne peut y avoir du spirituel dans l'art. Et pourtant, l'art est « une forme profane de croyance » car il contiendrait une émotion religieuse. La grille veut se détacher du réel pour aller vers l'abstraction et la matérialité. La grille ne montrerait alors qu'un fragment d'une surface plus grande qui s'étend au-delà du cadre de la toile. La grille actuelle très liée au modernisme, s'abstrait du réel car elle ne montre que la surface. Les artistes qui s'en servent souhaitent ainsi démontrer que leur œuvre ne ment pas dans le sens où elle ne projette rien au-delà de la toile qui est et reste un espace plat. Néanmoins, pour Margarita Tupitsyn⁵⁸⁷, l'analyse de la grille de Rosalind Krauss est imparfaite. Cette dernière omettrait d'intégrer la dimension historique très présente notamment en Russie, (travaux de Malevitch) où l'idéologie de la grille a marqué un pays qui baignait dans le réalisme social et influencé fortement les œuvres de Malevitch. Margarita Tupitsyn donne en exemple les travaux d'Alexandre Rodchenko, comme *Construction spatiale suspendue n° 11 (Square in Square)*⁵⁸⁸ ou *Construction n° 95*⁵⁸⁹. Et des artistes tel Erik Bulatov (*Skier*⁵⁹⁰), opposent perspective et grille, passé et présent, abstraction et réalisme.

Cependant, la grille ne sert pas uniquement à structurer des espaces en 2D comme la page ou la toile d'un tableau. Elle sert également à architecturer la lettre sur des bases géométriques.

II.2.3.4. La typographie modulaire

Le nombre d'or ou la divine proportion est une proportion définie par la géométrie. Il se retrouve de l'Antiquité jusque chez Le Corbusier. Ceux qui l'utilisent partagent d'ailleurs

⁵⁸⁵ « la volonté de silence de l'art moderne, son hostilité envers la littérature, le récit et le discours. » *Ibid.*

⁵⁸⁶ François Bouchon, *Grille et complexité : Analyse de l'entrecroisement régulier de lignes dans l'histoire de l'art*, Université Jean Monnet – Saint-Etienne, 2011, p.357.

⁵⁸⁷ Margarita Tupitsyn, « The Grid as a Checkpoint of Modernity », *Tate Papers*, Issue 12, 2009, p.1.

⁵⁸⁸ Alexandre Rodchenko, *Construction spatiale suspendue n°11 (Square in Square)*, vers 1921, photographie argentique, 15,6 x 11,7 cm.

⁵⁸⁹ Alexandre Rodchenko, *Construction n°95*, Huile sur toile, 64,5 x 40 cm, 1919, Collection Otten.

⁵⁹⁰ Erik Bulatov, *Skier*, 1971-1974, huile sur toile, 180x180cm, collection privée, Berne.

une conception similaire : celle d'un idéal architectural ou encore pictural qu'il est possible de retrouver dans certaines formes de la nature, comme les proportions du corps humain. Une sorte de fantasme de la perfection atteignable par les mathématiques. Le modulator de Le Corbusier reprend donc cette idée de construction et de mesure par le biais de la proportionnalité d'un corps d'homme.

La conception typographique modulaire à base de carrés n'est pas non plus spécifique aux créations du XX^e siècle. Nous les retrouvons déjà avec les caractères chinois ou les caractères latins. L'idée de créer des formes harmonieuses par la proportion, en passant notamment par celles du corps n'est pas nouvelle. Là aussi les exemples sont nombreux : Vitruve, Léonard de Vinci, en passant par Albrecht Dürer ou Villard de Honnecourt. Chacun marque ainsi les avancées mathématiques de leur temps. Johann Neudörffer, ainsi que Albrecht Dürer ont conçu un alphabet sur la base d'un carré divisé en dix. Nous retrouvons également cette construction sur base carrée dans le mouvement De Stijl. En effet, le premier numéro de la revue du mouvement du même nom, parue en 1917, comporte justement son titre en lettres capitales sur le principe d'un quadrilatère. Les différentes lettres sont ainsi des assemblages de rectangles et carrés noirs, légèrement séparés par des espaces blancs qui donnent un effet jeu de construction ou pochoir. De Stijl propose une conception typographique radicale, fragmentaire et presque abstraite. Théo van Doesburg cite d'ailleurs le peintre et designer Vilmos Huszar⁵⁹¹ comme l'auteur de l'imagerie de la couverture qui sera réutilisée dans les numéros suivants. Vilmos Huszar a conservé des relations avec Piet Zwart et le Constructivisme qui eurent une certaine influence sur son travail, en particulier graphique. Ses recherches et expérimentations autour des formes géométriques construites sur lesquelles se fondent ses rares alphabets, comme celui en 1929 pour la revue *Wendigen* consacrée à Diego Riviera, sont source d'inspiration pour d'autres créateurs. Les choix opérés par Théo van Doesburg dans le mouvement De Stijl font fonctionner la logique dans la mise en place d'un système qui met en œuvre la rigueur.

Ainsi le travail de Vilmos Huszar insuffle la création police de caractères *De Stencil NF* à Nick Curtis⁵⁹², dans laquelle nous retrouvons des combinaisons de figures rectangulaires. Cette version revisitée autorise la diagonale, comme si certains aplats noirs avaient été taillés en pointe. L'effet s'en trouve adouci, plus arrondi, en cassant les angles et dispense une meilleure lisibilité des formes. La police *De Stencil NF* peut également être

⁵⁹¹Vilmos Huszar (1884-1960) peintre et designer hongrois qui vécut et travailla en Hollande. Il contribua dans un premier temps à la revue De Stijl avant de s'en éloigner suite à des désaccords avec Théo van Doesburg.

⁵⁹²Nick Curtis (1948-) designer graphique américain prolifique dont les créations sont souvent inspirées par le style Art Déco. Une grande partie de ses créations est disponible gratuitement.

rapprochée des travaux de Bart van der Leek, dont les lettres comme celles sur l’affiche *Delft Salad Dressing* sont aussi des assemblages d’éléments rectangulaires.

La sensation jeu en bois, type Kappla, véhiculée par la création de Vilmos Huszar plaît justement à Nick Curtis qui cherche au sein de la typographie le côté joueur, naïf par sa simplicité tout en restant sophistiqué et inventif.

L’idée d’harmonie sur base géométrique et modulaires n’est pas uniquement fondée sur le nombre d’or. À la même époque que les créations de De Stijl, Fernand Léger aussi expérimente l’alphabet en utilisant un système rigoureux. Il transforme ainsi le roman qu’il illustre, *La Fin du monde filmée par l’ange N. D*⁵⁹³ de Blaise Cendrars sorti en 1919 aux éditions de la Sirène, en livre d’artiste⁵⁹⁴. En effet, l’artiste partage avec l’avant-garde le goût et l’envie de renouveler les différentes formes de communication verbale et écrite. Ces sentiments sont en relation avec les liens qu’il entretient avec des poètes comme Guillaume Apollinaire. À ses compositions en noir et blanc pour l’ange N.D s’ajoutent plusieurs couleurs comme l’orange, le rouge, le jaune ou encore le bleu. Chiffres et lettres s’entremêlent avec illustrations pour former l’agitation de la ville moderne, rendant parfois l’ensemble difficilement lisible. L’artiste cherche ainsi à traduire l’effervescence de la modernité dans la veine des Futuristes. Certaines de ses compositions, au sein du livre, font d’ailleurs penser à des œuvres comme *Manifestation interventionniste* de Carlo Carrà datant de 1914. Dans sa mise en pages, il se sert de la police *Morland* pour le texte et utilise pour les illustrations des caractères aux pochoirs qui rappellent les caisses de transports. Le tracé au pochoir de ses illustrations n’était pas net, il atteste de la gestuelle de l’artiste au travers de ce système modulaire qui se veut mécanique. Les lettres épaisses faites de grands aplats noirs ou de couleur sont des ensembles géométriques (triangle, demi-cercle, rectangle) assemblés, dont les formes sont séparées par du blanc qui empêche les éléments de se toucher.

Cette tendance de lettres au pochoir ou *stencil*, formées de caractères modulaires, crée des alphabets minimalistes. Elle se retrouve plus tard dans d’autres polices de caractères comme la *Futura Black* de 1929. Ces polices montées, assemblées avec des éléments fragmentés pour former des compositions construites sur des conceptions de modularités, permettent justement un simplicité d’utilisation et de nouvelles possibilités. Et cela malgré une certaine rigueur esthétique due à l’emploi de formes géométriques. En somme, nous avons là des polices en kit, prêtes à l’emploi qui invitent à jouer avec elles.

⁵⁹³Blaise Cendrars, *La Fin du monde filmée par l’ange N. D*, éditions de la Sirène, 1919

⁵⁹⁴« La fin du monde, filmée par l’ange N.-D. », National Library of The Netherlands [En ligne], consulté le 8 août 2018. URL: <https://www.kb.nl/fr/collection-koopman/la-fin-du-monde-filmee-par-lange-n-d>

Ainsi, *Popsky* d'Igor Petrovic⁵⁹⁵ mélange des influences issues du mouvement constructiviste russe et du Pop Art auxquelles s'ajoutent les réflexions sur la dimension colorimétrique. *Popsky* fait partie de cette nouvelle génération de fontes multicolores qui explorent comment appréhender la lettre mais de manière innovante et plus complexe

Les dernières versions du logiciel Illustrator CC intègrent *Fontself Maker* mais surtout *Variable font*, un nouveau format OpenType qui ouvre des perspectives inédites à la typographie numérique. En effet, *variable font* autorise la personnalisation des polices de caractères (taille, graisse). Les polices de caractères modulaires comme celle d'Igor Petrovic peuvent ainsi arborer de multiples couleurs sur une seule lettre.

En modulant ainsi les polices, il est possible d'enlever le surplus et d'éliminer ce qui n'est pas considéré comme indispensable, tout en permettant de garder une certaine cohérence à l'ensemble. Ainsi les alphabets restent lisibles ou du moins identifiables malgré des parties manquantes, comme nous le montre l'exemple de l'affiche *Nord express*⁵⁹⁶ de Cassandre réalisée en 1927 et dont une moitié des lettres est absente.

II.2.3.5. De la grille moderne à la non grille

Le designer Wim Crouwel organise ses travaux sur des systèmes de grilles strictes qu'il développe. Il fut responsable de l'identité du musée Stedelijk d'Amsterdam de 1963 à 1985, pour qui il réalisa un système de grille modulaire qui servit de base pour toutes les créations graphiques du lieu. En tant que moderniste convaincu, il adhère totalement aux principes de Massimo Vignelli selon lesquels le design est tout⁵⁹⁷. Néanmoins, sa conception de la grille le poussera à mettre l'esthétique plus en avant au détriment de la fonction.

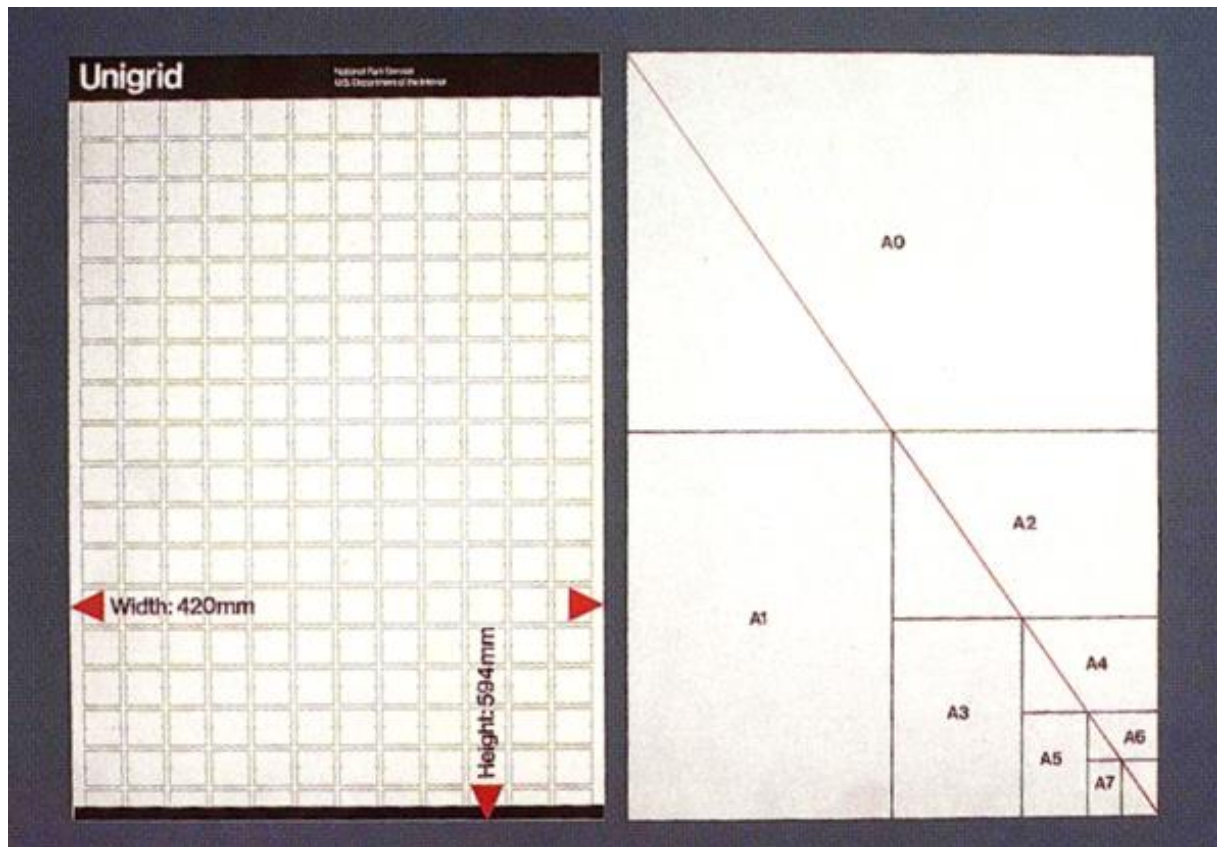
Il poursuit le système de la grille jusqu'à créer *Gridnik*, dont le nom fait directement référence au terme de grille, et *New Alphabet* grille composée de lignes verticales et horizontales. La dernière presque illisible, considérée comme provocante, engendrera d'ailleurs le débat. *New alphabet* fut par la suite employée par Peter Saville pour l'album *Substance* du groupe Joy Division.

⁵⁹⁵Wayne Hoang, « #ColorFontWeek - Popsky », Adobe Blog, [En ligne], mis en ligne le 1^{er} novembre 2017, consulté le 1^{er} novembre 2017. URL: <https://theblog.adobe.com/color-font-week-popsky/>

⁵⁹⁶Adolphe Mouron dit Cassandre, *Nord Express*, affiche lithographie couleur, 105,4 x 75 cm, 1927

⁵⁹⁷Nicola-Matteo Munari, « Wim Crouwel », Designculture [En ligne], mis en ligne le 16 septembre 2003, consulté le 2 juin 2017. URL: <http://www.designculture.it/interview/wim-crouwel.html>

De son côté Massimo Vignelli proposera le système *Unigrid* à la fin des années 1970 pour les services de parcs nationaux des Etats-Unis. Cet ensemble de lignes verticales et horizontales composent des carrés disposés de manière régulière. Ce procédé rationnel élabore ainsi une communication claire, standardisée et pérenne. Le système sera par la suite repris par Alberto Arlandi pour le numérique sous le nom d'*Uniweb*, une version 2.0 de son prédécesseur adapté aux nouvelles technologies et aux différentes tailles d'écran.



Massimo Vignelli, *Unigrid*

Les standards de la grille, qui ont traversé les siècles, paraissent donc s'accommoder sans souci à la nouvelle ère informatique. Cependant, n'existe-t-il pas, à l'ère postmoderne, d'autres alternatives ? Quant est-il du postmodernisme ? Ce dernier semble s'évertuer à déconstruire tout ce que le premier a mis en place. Cependant, étant donné que la grille existait avant le XX^e siècle, sous des formes différemment théorisées, il semble difficile de la faire disparaître aussi simplement. Pourtant, comme nous l'avons vu avec Rosalind Krauss, il semblerait que la grille soit hermétique aux changements. Outre le paradoxe d'être historique sans l'être, elle fait partie des règles de l'univers typographique.

Nous ne pouvons pas vraiment dire qu'il existe des grilles postmodernistes. La première hypothèse serait qu'il n'y a rien à en dire car les designers s'en affranchissent totalement en ne l'utilisant tout simplement pas. Pour certains, elle est perçue comme une entrave qui rend le design stérile par sa rationalité et la rationalité est ennuyeuse.

Je n'ai jamais compris ce qu'il ne faut pas faire, je fais ce qui me semble le plus sensé [...] Il n'y a pas de grille, pas de format. Je pense que l'agencement final est ainsi plus intéressant que si j'avais juste appliqué les règles formelles du graphisme.⁵⁹⁸

David Carson fait donc ce qui pour lui fait le plus sens, ce qui lui plaît. Ses mises en pages déstructurées, qui ont fait de lui le « père du grunge », pourraient paraître comme une certaine facilité ou paresse de sa part en disposant les éléments ça et là. Pourtant, les résultats sont équilibrés et le designer fait preuve d'une grande maîtrise sur l'ensemble de l'espace durant tout le processus et jusqu'à la finalité. Bien qu'il fut peu payé pour mettre en pages Ray Gun, David Carson explique qu'il disposait néanmoins d'une totale liberté. Il travaillait chaque numéro comme s'il s'agissait du dernier. Il interprétait ce qu'il venait de lire ou d'entendre, et le retranscrivait dans sa conception de la mise en pages.

Comme David Carson l'explique lui-même, il n'est pas une personne ordonnée, cela ne lui correspond pas, pourquoi son travail devrait-il l'être ? Pour lui, s'il avait été une personne organisée, son travail en aurait été tout autre⁵⁹⁹.

D'autres appliquent la grille mais d'une manière plus personnelle et anarchique. Terry Jones du magazine i-D illustre cette possibilité. Il s'agit là d'avoir une vue d'ensemble sur un chaos ordonné, tout en suivant la voie de l'instinct du designer. Terry Jones propose donc une autre alternative à cheval entre l'absence de grille et sa présence hyper rationalisante. Créer sa propre grille, autorise à travailler selon ses propres règles. Terry Jones ne cherche pas à révolutionner le design et la mise en pages car il a conscience d'être dans un période qui justement laisse place au chaos.

⁵⁹⁸Roger Tredre, « Type out! », *Observer Life Magazine*, 12 novembre 1985

⁵⁹⁹Madeleine Morley, « What Happen When a Famous Designer Goes Wayyy off the Grid », AIGA Eyes on design [En ligne], mis en ligne le 2 mai 2016, consulté le 3 octobre 2017. URL: <https://eyeondesign.aiga.org/what-happens-when-a-famous-designer-goes-wayyy-off-the-grid/>

II.2.4. Expérimentation : le retour de l'ornementation et du lettrage

II.2.4.1. Les différentes perceptions de l'ornement

Expérimenter a toujours été une partie du travail de la création typographique. Artistes et designers ont chacun à leur manière tenté d'élargir les possibilités de la lettre ainsi que son esthétique.

Tout au long de son histoire, la typographie a été le sujet de recherches autour de la « belle lettre ». Créer des alphabets avec des fonctions spécifiques, adaptés à des besoins (lisibilité, économie d'encre, etc.) mais également trouver une forme qui puisse refléter au mieux les aspirations d'une époque, ont été le mot d'ordre de plusieurs artistes et designers.

Afin d'évoquer la relation existante entre la typographie et l'ornement, il faut revenir à la définition de ce terme. Il peut se percevoir de différentes manières, néanmoins nous pouvons le caractériser dans une approche synthétique. D'après Oleg Grabar⁶⁰⁰, une première approche explicative, datant de la Renaissance, qualifie l'ornement comme un « ensemble de techniques et de motifs »⁶⁰¹ affilié à l'architecture et aux arts industriels. Il n'invente rien et vient se poser, compléter, quelque chose de déjà créé, sans nuire à la fonction première de l'objet, du bâtiment, etc. Les motifs n'ont généralement pas de signification (symbolique, iconographique) car cela leur enlèverait leur statut d'ornement. De plus, le lien entretenu avec l'industrie fait que les motifs sont reproductibles et peuvent donc se répéter. L'ornement n'est donc ni original, ni singulier et n'entre pas dans la catégorie des arts en tant qu'œuvre bien qu'il y soit lié. Une seconde approche citée par Oleg Grabar se situe dans le plaisir et l'effet que peut procurer l'ornement. Une notion que nous retrouvons dans la conception de William Morris de l'.

Au-delà des tentatives de le définir, l'ornement amène des questionnements plus complexes. Il fait partie du corps de la lettre et des recherches autour de la typographie car il les interprète. L'ornement typographique est néanmoins sujet à débat et a subi les aléas des recherches esthétiques de l'Histoire. Pour Leon Battista Alberti, l'ornement n'a pas juste une fonction esthétique, il est aussi politique⁶⁰². Lorsqu'il s'inscrit dans l'espace urbain, il

⁶⁰⁰Oleg Grabar (1929-2011) historien de l'art.

⁶⁰¹ Oleg Grabar, « De l'ornement et de ses définitions », *Perspective* [En ligne], 1 | 2010, mis en ligne le 14 août 2013, consulté le 25 février 2018. URL : <http://journals.openedition.org/perspective/1195>

⁶⁰²Pierre Gros, « La notion d'*ornamentum* de Vitruve à Alberti », *Perspective* [En ligne], 1 | 2010, mis en ligne le 14 août 2013, consulté le 13 septembre 2018. URL : <http://journals.openedition.org/perspective/1226> ; DOI :

témoigne de la richesse de la ville, lui donne une nouvelle perspective. L'ornement témoigne d'une forme d'art mais aussi d'une dépense de temps, de travail et d'argent que l'on cherche à étaler aux yeux de tous. Ainsi, il devient enjeu de pouvoir et de hiérarchie sociale. « L'ornement, comme dépense excessive, est la marque de distinction de ceux qui peuvent se le permettre. »⁶⁰³

Cette débauche de fastes sera par la suite critiquée, puisque ces esthétisations seront considérées comme improductives et donc pure perte sur le plan économique et temporel. Ce fut le cas au début du XX^e, lorsque Adolf Loos publie *Ornement et crime* dans lequel il fustige l'ornement. Il le considérait inutile, superflu, voire immoral et y voyait une totale perte de temps. Mais cet ouvrage à l'encontre de l'ornementation arrivait alors que le mouvement battait son plein et commençait à être l'objet de critiques. Les motifs excentriques et notamment floraux allaient contre l'évolution culturelle que l'auteur souhaitait c'est-à-dire expurgée de toute décoration stérile. Pour lui, la fonctionnalité des objets se trouvait parasitée par cette surabondance de détails.

Les théories et propos d'Adolf Loos sont par la suite reprises, notamment par Le Corbusier. Dans son ouvrage, *L'art décoratif aujourd'hui*, l'architecte évoque plutôt la problématique du décoratif, du style qu'il voit comme une « modalité accidentelle, superficielle, surajoutée [...], accolée pour masquer les défaillances, multipliée pour créer le faste. »⁶⁰⁴ Pour lui, parler d'art décoratif à l'heure du modernisme est un paradoxe :

Rassembler sous cette rubrique tout ce qui est exempt de décor, et faire l'apologie de ce qui est banal, indifférent, dépourvu d'intentions d'art, inviter les yeux et l'esprit à se complaire en telle compagnie et à peut-être s'insurger contre l'arabesque, la tâche, la rumeur, bruyante des couleurs et des ornements, à ignorer toute une production parfois talentueuse, à passer par-dessus une activité parfois désintéressée, parfois idéaliste, à mésestimer l'effort de tant d'écoles, de tant de maîtres, de tant d'élèves, et penser cela : « ils sont aussi gênants que des moustiques ». En arriver à cette impasse l'art décoratif moderne n'a pas de décor !⁶⁰⁵

Afin de pallier cela, il propose le lait de chaux ou la « Loi du Ripolin » : une peinture blanche immaculée qui viendrait tout recouvrir et ferait disparaître toute trace décorative.

« Chaque citoyen est tenu de remplacer ses tentures, ses damas, ses papiers peints, ses pochoirs, par une couche pure de ripolin blanc. »⁶⁰⁶ Par ce biais, nous imposerions la pureté,

10.4000/perspective.1226

⁶⁰³Thomas Golsenne, « Politiques de l'ornement », Hypothèses [En ligne], mis en ligne le 4 février 2017, consulté le 3 octobre 2017. URL : <http://motifs.hypotheses.org/531>

⁶⁰⁴ Le Corbusier, *L'Art décoratif aujourd'hui*, éditions Flammarion, Paris, 1996, p. IV.

⁶⁰⁵*Ibid.* p. 83-84.

⁶⁰⁶*Ibid.* p. 191.

la morale, nous serions maître de notre espace de vie autant que de nous-même et nous ferions table rase du passé.

Cette répulsion face à l'ornement, que nous trouvons chez les Modernistes, s'explique par le développement de l'industrialisation qui permet de produire plus pour moins cher. Certains produits ne sont désormais plus réservés à une élite. Tout ceci va dans le sens du fonctionnalisme et d'une société qui se veut plus égalitaire et plus démocratique.

Cependant, la position d'Adolf Loos, soutenu par les Modernistes, envers l'ornement est elle-même critiquable. Outre les préjugés culturels et raciaux, que nous ne développerons pas, nous aurions du mal à concevoir aujourd'hui l'ornementation comme amoral ou répréhensible. Au contraire, si nous suivons le raisonnement de William Morris, défenseur de l'ornement, ce dernier relève du plaisir esthétique et spirituel. Le fondateur du mouvement admet qu'effectivement, en théorie, nous pouvons nous passer d'ornement, notamment sur les objets utilitaires. Néanmoins, il ajoute que celui-ci a toujours existé et existera toujours car il permet d'ajouter de la beauté et augmente la notion de plaisir du travail chez l'artisan. Ce plaisir fait partie intégrante de la vie des hommes, il est donc normal de rechercher ce contentement et donc de l'appliquer à l'art. Par extension l'ornement, employé sur les objets n'est pas de l'ordre de la futilité mais bien une chose naturelle et sérieuse.

Pour William Morris, les productions de l'homme sont forcément laides si l'art n'est pas ajouté à l'artisanat. Cette suppression de l'ornement au profit de la fonction pure, pour lui, s'apparente à un crime.

L'encourageait le fait main et l'individualisme face à l'uniformité engendrée par la fabrication industrielle mais valoriserait également le réemploi d'éléments du passé. Des principes que nous pouvons retrouver dans la pratique du lettrage actuel.

L'ornement se pose aussi comme subjectif puisqu'il montre les choix esthétiques, et la pratique de son concepteur/artiste.

L'ornement peut donc être perçu de différentes manières : soit comme une forme de pervertissement, de travestissement d'un objet car il n'est qu'illusion, soit au contraire comme la preuve de son authenticité par le plaisir qu'il procure.

Une dualité que Jacques Dewitte dénonce⁶⁰⁷ car elle n'analyse qu'en surface ce qu'est réellement l'ornement et n'approfondit pas sa relation avec ce qu'il pare, ni sa subjectivité. En

⁶⁰⁷Jacques Dewitte, « 3. Le sens ontologique de l'ornement », *La manifestation de soi. Éléments d'une critique*

effet, l'ornement n'est pas objectif puisqu'il traduit des choix esthétiques de la part de son auteur et montre la pratique d'un concepteur/artiste. Par ce biais, l'ornement s'expose aux regards d'autrui pour parvenir à sa propre réflexion. Néanmoins, toujours selon Jacques Dewitte, tout ne peut être orné. Il faut que ce besoin émane de l'objet pour parfaire son identité via la personnalisation.

Face à toutes ces réflexions autour de cette thématique, nous pourrions arguer qu'en soi l'ornement n'est pas mauvais car il ne change pas la fonction de ce qu'il orne. Il ne serait donc que la victime d'un jugement de goût et des aléas de l'évolution culturelle, passant ainsi de plaisant à rebutant. Néanmoins, malgré la volonté de le supprimer, l'ornement n'a jamais totalement disparu :

L'ornement est partout : il est présent, en ville, dans les squares, plantes et fleurs éponymes, fontaines et 1 % artistiques, monuments touristiques ; il recouvre les murs et les façades de nos maisons, de nos appartements, sous forme de moulures, peintures, papiers peints, meubles et bibelots, photos en pêle-mêle et trophées divers ; sur nos vêtements, dessins, motifs, textures et raffinements de couturiers ; sur notre peau, bijoux, maquillage et tatouage. Les enjoliveurs et les chromes de nos voitures, les images sur la couverture de nos livres et de nos disques, et, si l'on regarde derrière nous, les chapiteaux de nos églises, les fresques de nos chapelles, les tableaux et les cheminées de nos châteaux, les frises de nos temples, les pointes de nos lances, les manches de nos épées et de nos cuillères, les parois de nos grottes...⁶⁰⁸

L'ornement ne disparaît donc jamais complètement car il existe toujours une certaine fascination à son encontre qui pousse les designers (typographiques) à l'employer, tout s'en inspirant librement. Mais pourquoi utiliser l'ornement ? En avons-nous encore besoin ?

Pour Brenda Dermody et Teresa Breathnach « chaque époque fait appel au passé en fonction de ses besoins et expériences propres. »⁶⁰⁹. Il serait donc normal de faire régulièrement appel à l'ornement car il est parfois nécessaire. Nous en venons donc à nous demander, ce qui est la cause de ce besoin d'ornementation dans notre société actuelle.

II.2.4.2. Pourquoi orner ?

Une première hypothèse serait que les changements auxquels nous faisons face sont soudains et s'enchaînent de plus en plus vite. Ils touchent nos existences de différentes manières et engendreraient un manque de repères que le retour vers le passé chercherait à

philosophique de l'utilitarisme, sous la direction de Jacques Dewitte. La Découverte, 2010, p. 64-81.

⁶⁰⁸Thomas Golsenne, « L'ornement aujourd'hui », *Images Re-vues* [En ligne], 10 | 2012, consulté le 02 novembre 2017. URL : <http://imagesrevues.revues.org/2416>

⁶⁰⁹Brenda Dermody, Teresa Breathnach, *Néo rétro graphisme d'hier pour création de demain*, Thames & Hudson, Paris, 2009, p.7.

combler. Se nourrir de ce qui a été fait avant nous, de le revisiter et nous l'approprier, nous permettrait de nous accrocher à des repères.

Un autre point soulevé est que, ce qui nous est antérieur, et que nous pouvons considéré comme démodé, intègre désormais une vaste banque de données dans laquelle nous pouvons piocher allègrement. Nous effectuons une forme de recyclage car pour paraphraser Lavoisier « Rien ne se sert, rien ne se crée, tout se transforme »⁶¹⁰.

L'ornement a subi donc les aléas de l'Histoire : banni parce qu'il représentait l'ancien régime, écarté après les Première et Seconde Guerres mondiales pour éviter toutes spécificités culturelles et ainsi toutes formes de nationalisme.

Pourtant, l'ornement apporte une information sur une culture, une époque et s'avère par conséquent, utile. La ténacité de sa présence peut être expliquée par ses liens avec l'art (appliqué, artisanal) et surtout avec l'industrie. Il arbore des motifs qui se répètent et que nous reproduisons sur de nombreux supports. Par conséquent, malgré son déclin durant une grande partie du XX^e siècle sa présence n'a pas totalement disparu.

Pour Denise Gonzales Crisp⁶¹¹, l'ornement a toujours été un sujet de débat, notamment dans le domaine de l'architecture et du design. Cependant, selon elle, cette discussion n'a pas vraiment eu lieu au sein du design graphique car l'ornement aurait toujours été autorisé en typographie⁶¹². À ce titre, elle rappelle les travaux de W. A. Dwiggins⁶¹³ qui considérait l'ornement comme une musique de l'espace et qui, à ce titre, a toujours cherché des techniques innovantes (pochoirs) pour rendre ses typographies illustratives marquantes à une époque où le minimalisme était de rigueur⁶¹⁴.

En effet, si le modernisme a tenté d'éliminer la décoration typographique en supprimant les empattements, en privilégiant des mises en pages claires, un panel de couleurs restreint, nous pouvons cependant estimer qu'il a lui aussi utilisé des artifices décoratifs. Le

⁶¹⁰ La citation exacte de Lavoisier serait : « [...] car rien ne se crée, ni dans les opérations de l'art, ni dans celles de la nature, et l'on peut poser en principe que, dans toute opération, il y a une égale quantité de matière avant et après l'opération; que la qualité et la quantité des principes est la même, et qu'il n'y a que des changements, des modifications.» Antoine-Laurent de Lavoisier, *Traité élémentaire de chimie*. Tome 1, Cuchet, Paris, 1793, p.140-141.

Cette citation paraphraserait une citation du philosophe grec Anaxagore de Clazomènes « Rien ne naît ni ne périt, mais des choses déjà existantes se combinent, puis se séparent de nouveau. »

⁶¹¹ Denise Gonzales Crisp, professeur de design graphique et directrice du programme de design graphique de la NC state University.

⁶¹² Alice Twemlow, « The Decriminalization of Ornament », Michael Bierut, William Drenttel, et Steven Heller, (éd.) *Looking Closer 5: Critical Writings on Graphic Design*, Allworth Press, New York, 2006, p.89.

⁶¹³ William Addison Dwiggins (1880-1956) typographe américain. Créateur entre autre de la *Caledonia* (1938) et de la *Metro* (1929-30).

⁶¹⁴ Alice Twemlow, « The Decriminalization of Ornament », *op.cit.*

Bauhaus ou encore le style suisse se sont servi, par exemple, de fines bandes de couleurs afin de souligner certaines informations. Aussi minces et sobres que soient ces bandes, elles peuvent être considérées comme de l'ornement dans une mise en pages épurée.

Ce « dégoût » global du modernisme envers l'ornement s'explique, selon Wladimir Weidlé⁶¹⁵, par la volonté de purifier l'art. En effet, la recherche d'un art « pur » détaché de toute intention ou tentation figurative, qui s'oriente vers l'abstraction, souhaite écarter l'ornement de sa fonction première (orner) considérée comme « impure »⁶¹⁶. Attitude qui se retrouve dans le graphisme et la typographie. Le modernisme typographique et à sa suite le style international, souhaitent purger la typographie de toute connotation culturelle. Ceci est compréhensible à la sortie de deux guerres qui ont marqué l'Europe et le reste du monde. Les expérimentations et la recherche typographiques s'orientent donc vers une attitude plus rationnelle, loin de la révolution et de la libération de la lettre prônées par les Futuristes au début du XX^e.

À partir des années 1960-1970, le début du postmodernisme architectural et les écrits de Robert Venturi sur le vernaculaire remettent au goût du jour ce qui est populaire et mélangent l'ancien et le nouveau.

Au niveau typographique, nous retrouvons l'ornement au travers de compositions psychédéliques des années 1970 par exemple, qui s'inspirent ouvertement de l'Art Nouveau. Plus tard dans les années 1980, il émerge sous de nouvelles formes par le biais de graphistes comme David Carson ou April Greiman. Néanmoins, dans les années 1980-1990, il existe un certain minimalisme, voire austérité, apporté aux formes des lettres. Ce minimalisme est en grande partie dû aux limitations des machines de l'époque, certaines polices de caractères étant peu développées sur informatique. Cependant, le design et la mise en pages de cette période s'opposent à l'austérité et au minimalisme instaurés par le style international, jugé parfois contraignant mais également morne. David Carson met en avant l'aspect brouillon et négligé que peut revêtir la typographie dans sa pratique qui réfute les règles et laisse place à l'instinct et à la déconstruction. Il ne s'agit pas à proprement parler d'ornementation, bien qu'il y ait un ajout, mais le designer graphique va cependant à l'encontre d'une esthétique épurée en surchargeant sa mise en pages, de polices de caractères diverses, déstructurées, parfois jusqu'à l'illisibilité. April Greiman, quant à elle, fait se côtoyer formes et couleurs —

⁶¹⁵ Wladimir Weidlé (1895-1979) poète, critique littéraire et professeur d'histoire de l'art russe. Il a notamment écrit *Les Abeilles d'Aristée*, essai sur le destin actuel des lettres et des arts.

⁶¹⁶ Dewitte Jacques, « 3. Le sens ontologique de l'ornement », dans *La manifestation de soi. Éléments d'une critique philosophique de l'utilitarisme*, sous la direction de Dewitte Jacques. Paris, La Découverte, « TAP/Bibliothèque du MAUSS », 2010, p. 64-81. URL : <https://www.cairn.info/la-manifestation-de-soi--9782707164469-page-64.htm>

de préférence voyantes — dans ses agencements en utilisant les possibilités offertes par l'informatique.

II.2.4.3. Le lettrage

Le grand retour de l'ornement semble se faire à partir des années 2000 avec l'émergence de styles « néo » : néo , néo Art Déco... qui poursuit la tendance du néo Pop Art ou encore le néo expressionnisme. Cette résurgence entre dans le cadre du postmodernisme avec la réutilisation de graphismes et de styles anciens recyclés, remis à jour, pastichés. Les avancées technologiques permettent aux ordinateurs et aux logiciels de pouvoir travailler des motifs et effets complexes afin de créer des compositions faites de lettres elles-mêmes élaborées. Il semble désormais plus simple de manipuler des dessins et des polices de caractères complexes.

Il est ainsi possible de dessiner des lettrages manuellement ou informatiquement pour ensuite les retravailler sur ordinateur. C'est ainsi que nous voyons émerger de plus en plus d'artistes graphiques qui travaillent le lettrage à la main et en font leur spécialité. Cette pratique met en avant un savoir-faire et une créativité autour des formes de la lettre.

Néanmoins, beaucoup de praticiens différencient typographie et lettrage à la main. Pour certains, il s'agit de deux arts différents qui n'utilisent pas les mêmes techniques, alors que d'autres parlent plutôt d'une typographie manuelle ou de typographie illustrative au lieu de simple lettrage.

Or, concernant les techniques, typographie et lettrage à la main mélangent manuel et informatique. En effet, il est possible de créer des visuels à base de lettres en se servant de polices de caractères existantes qui seront parfois retravaillées. Tobias Saul ou encore Jessica Hische, par exemple, dessinent d'abord sur feuille, au crayon, avant de passer à l'informatique (via *illustrator* notamment) pour ajouter des effets, rectifier les lettres, les redessiner.

Cependant, il est possible de faire une distinction entre *type designer*/typographe et *hand letterer*/lettreur. Dans le cas du typographe, celui-ci crée des alphabets entiers à l'aide de logiciels et veille — si possible⁶¹⁷ — à répondre à tous les problèmes que pourrait rencontrer un utilisateur, notamment les ligatures ou les accents. Alors qu'une personne qui utilise le

⁶¹⁷Il existe de nombreuses polices de caractères qui ne possèdent pas certaines glyphes, les rendant peu pratiques, voire inutilisables dans certains contextes ou certaines langues.

lettrage, se sert de lettres déjà existantes ou crée les siennes propres en fonction de la situation. Pour le lettrage, les lettres ont surtout un but esthétique et sont pensées de manière globale comme une image. La configuration des lettres ne saurait être, sauf dans certains cas, utilisée dans un autre contexte. Si ces lettres dessinées ont pour ambition de déclencher un impact visuel, elles ne sont généralement pas faites pour être lues, en tout cas, pas dans un texte long.

Nous revenons donc à la question de la mise en pages de la lettre qui est un des aspects les plus importants de la notion de typographie. Les lettrages sont des compositions visuelles qui se veulent travaillées, esthétiques et marquantes, tout comme peuvent l'être les mises en pages d'un David Carson. Leur fonction première ne serait pas d'être lue mais d'être vue. La lettre, le texte devient alors image. Pour le designer Richard Sarson, le lettrage brise la barrière entre mot et image et fait entrer le graphisme, et plus largement la typographie, dans le monde de l'art.

Le lettrage oscille entre recherches personnelles et créations commerciales. Beaucoup d'artistes et designers présentent des visuels à base de lettrages comme des œuvres uniques non reproductibles, ce qui n'est pas totalement vrai puisqu'elles peuvent être dupliquées, démultipliées, modifiées qu'elles soient réalisées sous informatique ou non. De même, les « œuvres » commandées sont souvent à but commercial et donc fabriquées en masse. Certains artistes, tels Tobias Saul, James Lewis, Spencer Charles, Mateusz Witczak, etc. proposent des visuels aux lettres travaillées et complexes.

Ce qui relie ce travail de lettrage à la postmodernité, c'est que de nombreux artistes réutilisent ou s'inspirent directement de polices de caractères existantes. De plus, plusieurs d'entre eux aiment à piocher dans l'histoire de la typographie pour remettre certaines polices au goût du jour. Il y a donc une forte inspiration issue des enseignes et de l'urbanisme, comme les panneaux de 1920, le *Street Art* ou encore des néons. Job Wouters pratique le lettrage orienté psychédélique via le dessin et la peinture qui selon lui « fait un clin d'œil au passé mais qui, en même temps, transcende la nostalgie vernaculaire »⁶¹⁸ Le vernaculaire joue encore une fois un rôle important dans la construction de l'imaginaire et la création typographique. Le mélange des éléments apparaît comme central dans la pratique de la typographie illustrative. Ces artistes, illustrateurs, designers de la lettre revendiquent des influences multiples allant de Herb Lubalin, David Carson ou Tomato au graffiti, en passant par tout ce qui est possible de trouver sur internet.

⁶¹⁸ (Notre traduction) « [...] nods to the past but transcends vernacular nostalgia », Letman [En ligne], consulté le 6 juin 2018. URL : www.letman.com

Les techniques du lettrage reviennent à faire manuellement des lettres gothiques ou brossées. Il y a, en quelque sorte, une forme de retour aux formes originelles, puisque, au départ, les premières polices de caractères d'imprimerie ne faisaient que reproduire l'écriture des moines pour ensuite développer d'autres styles.

Outre la création de logos, pour des entreprises et des marques qui jouent sur le côté vintage émanant de ce travail de réappropriation, Tobias Saul propose également à la vente des ou fontes numériques qu'il crée. Celles-ci (*Brilon*, *Royal Signage* et *Blackriver*) sont indiquées comme vintage (*Royal Signage*), voire proposées avec des ornements supplémentaires (*Blackriver*) et se déclinent en plusieurs versions plus ou moins élaborées.

Beaucoup de polices de caractères reproduisent cet effet de tracé à la main. La recherche d'une esthétique et la construction de lettre sont les bases communes au lettrage et à la typographie.

Le lettrage rompt également avec l'idée du minimalisme comme essence d'une communication claire et compréhensible par tous («*less is more*»⁶¹⁹), de même qu'il se détache des fonctions qui visent à résoudre des problèmes pratiques telle la lisibilité par exemple.

Par la conception de visuels complexes, le lettrage mélange dessin, calligraphie, informatique, polices de caractères fantaisistes ou romains. Il brouille ainsi les domaines et démontre qu'encore une fois la typographie et sa définition sont poreuses.

De plus, l'illustration par la typographie amène à expérimenter les matériaux, comme les objets du quotidien.

Toutes ces typographies sont exposées sur des enseignes, des affichages publicitaires, des posters, des vêtements, des produits ou des étiquettes de produits... qui deviennent des espaces d'exposition ouverts.

Mais pourquoi cet engouement du lettrage et du dessin de caractères ? Il peut en effet sembler étrange de revenir à des techniques plus traditionnelles, alors qu'en parallèle les nouvelles technologies facilitent la conception de lettres. Néanmoins, nous pouvons éventuellement avancer que cette effervescence, très présente dans les pays anglo-saxons, se justifierait par une recherche de la part des créatifs d'une forme d'authenticité perdue.

⁶¹⁹Citation attribuée à Mies van der Rohe.

II.2.4.4. Redéfinir l'expérimentation

Nous l'avons dit, l'expérimentation typographique fait partie de l'histoire et du processus créatif de cette dernière. Néanmoins le terme « expérimental » peut apparaître comme un mot fourre-tout qui permettrait d'inclure tout ce qui ne correspond pas vraiment à de la typographie, ou tout du moins, ce qui apparaît comme non conventionnel dans le domaine. L'appellation « expérimental » a également mauvaise presse en design car, comme le souligne Peter Bil'ak, elle connote souvent un aveu implicite d'un manque de recherches ou d'un dédouanement de l'auteur face au résultat. Son emploi dans ces contextes va à l'encontre de son utilisation dans l'univers scientifique qui cherche justement à tester des idées. En effet, l'expérimentation est une « méthode scientifique exigeant l'emploi systématique de l'expérience afin de vérifier les hypothèses avancées et d'acquérir des connaissances positives dans les sciences expérimentales. »⁶²⁰. Elle se fait dans un cadre défini, objectif, mesurable et intègre la notion de répétitions de protocoles et procédures qui pourront être repris par la suite. Or, la typographie expérimentale n'inclut pas ces conceptions, en particulier l'objectivité, étant donné qu'elle est marquée par le vécu de chaque designer.

Peter Bil'ak dégage deux manières d'appréhender la notion d'expérimentation en design. L'une vient de David Carson qui déclare : « L'expérimental est quelque chose que je n'ai jamais essayé auparavant... quelque chose qui n'a jamais été vu ou entendu. »⁶²¹. L'expérimental résiderait dans la nouveauté autant sur le plan de la forme que du fond. Cependant, comme le relève Peter Bil'ak dans son article *Experimental typography. Whatever that means* (La typographie expérimentale. Quoi que cela veuille dire), à l'heure de la mondialisation où l'information circule partout et de plus en plus rapidement, où nous stockons des données sur tout et tout le monde, il devient difficile de proposer des choses nouvelles. Nous ne ferions qu'améliorer nos technologies présentes sans rien proposer de totalement novateur.

La typographie se confronte à une histoire riche d'expérimentations et de concepts et il ne suffit plus pour un designer de proclamer que ce qu'il réalise est nouveau pour que cela le soit. Si nous suivons le raisonnement de Peter Bil'ak, un designer se doit de connaître ses classiques, comme ceux et celles qui, avant lui, ont occupé la scène du design (graphique et typographique), sous peine d'être dans l'ignorance historique la plus totale. Il faudrait donc

⁶²⁰ Définition issue du CNRTL, [http://www.cnrtl.fr/definition/expérimentation](http://www.cnrtl.fr/definition/exp%C3%A9rimentation)

⁶²¹ (notre traduction) « Experimental is something I haven't tried before ... something that hasn't been seen and heard », Peter Bil'ak, « Experimental typography. Whatever that means », Typotheque [En ligne], mis en ligne le 23 janvier 2005, consulté le 12 février 2017. URL : www.typotheque.com/articles/experimental_typography_whatever_that_means

connaître les règles pour mieux les briser. Pourtant, David Carson juge lui-même inutile l'apprentissage des règles et conventions du graphisme par les designers, chacun doit se faire ses propres règles et suivre son intuition ou ce qui fait sens pour soi-même. Pour lui, l'expérimentation est ce qui doit aller à l'encontre des codes dominants. Elle n'existerait donc non par elle seule mais par confrontation aux normes en vigueur. Or, comme nous l'avons mentionné, ce qui fait l'anticonformisme d'une époque peut devenir la norme de celle qui lui succède. L'expérimentation est par conséquent cyclique et non immuable.

Cependant, aussi étranges, originales et hors-normes que peuvent être certaines recherches autour de la lettre, elles restent néanmoins dans le cadre défini par l'alphabet. Qu'il soit fait de bois, de métal, d'eau ou de lumière, qu'il soit mince, petit ou grand, avec ou sans empattements, un a reste un a. Changer ces conventions coupe toute possibilité de communication ou reviendrait à créer un tout autre langage. Néanmoins, ce sont ces mêmes limitations et conventions qui inspirent des graphistes, typographes, designers et artistes et les incitent à repousser les limites.

La seconde notion d'expérimentation selon Peter Bil'ak reprend une citation de Michael Worthington qui affirme que l'expérimentation vient du risque. Nous pouvons légitimement nous demander quels risques peuvent courir les designers qui s'essayent à la recherche. Le designer répond à cela en arguant que le propos de Michael Worthington concerne la possibilité de ne pas connaître l'aboutissement de ces tentatives⁶²².

Cette deuxième conception de l'expérimentation pose cette dernière comme méthode de travail. Celle-ci ne vise pas un résultat précis, elle s'intéresse plus aux cheminements, aux effets, aux relations. Elle ambitionne quelque chose de nouveau, d'inédit, et non une réponse adéquate à une problématique dans un cadre de production. Cette conception nous la retrouvons par exemple dans les écoles d'art chez les étudiants en plein apprentissage du graphisme ou à travers des workshops. C'est d'ailleurs en observant des étudiants de Cranbrook passer leurs journées à tester de nouvelles idées que Stefan Sagmeister décida en 2000 de mettre en pause son travail de graphiste afin de prendre une année sabbatique consacrée à l'expérimentation. Pendant toute cette période, il a tenu un journal détaillant ses faits et gestes, ainsi que ses réflexions. Une grande partie de son temps était consacrée à la lecture, aux expositions, aux conférences... tout ce qui pouvait nourrir sa pensée. Il s'est ainsi inspiré de la méthode de travail de Robert Rauschenberg qui préconise d'aborder un travail sans idée en tête sous peine de faire du plagiat involontaire. Stefan Sagmeister teste donc de

⁶²²*Ibid.*

nouvelles approches sans se douter du résultat. Il transforme ainsi les maximes qui ponctuent sa vie en typographies expérimentales diffusées à travers le monde. Il « [...] ne craint jamais de prendre pour point de départ sa propre existence et sa manifestation, pour la construction de soi. »⁶²³ comme le montre sa réalisation, *Happy Film*, sur sa quête du bonheur. Pour lui, l'expérimentation passe par une forme de jeu, de curiosité et de versatilité dans sa démarche de travail et sa position de designer car « Être mobile et le rester, tel est l'impératif du postmodernisme. »⁶²⁴.

II.2.4.5. La fin de l'expérimentation ?

Il est vrai que lorsque le terme expérimentation est évoqué, en particulier pour parler des années 1990, la revue *Emigre* vient en tête. Mais l'ère de l'expérimentation ne serait-elle pas achevée ?

Certains designers se demandent d'ailleurs si Steven Heller n'aurait pas raison en proclamant que celle-ci est terminée. Les designers d'aujourd'hui sont désormais plus sensibles à la simplicité et à la lisibilité typographique. Ce qui gêne surtout dans l'utilisation du terme « expérimental », c'est que tout comme la déconstruction, il ne représente pas un type ou un style spécifique. C'est en quelque sorte un mot fourre-tout pour qualifier toutes polices de caractères qui sortent de la norme. Expérimental est devenu le synonyme de bizarre ou radical.

Ici expérimenter n'est pas tant dans la pratique mais plus dans ce qui va alimenter cette pratique. Il s'agit de s'ouvrir à de nouvelles expériences de nouveaux horizons et réfléchir à ce qui fait existence. Si l'expérimentation ne cherche pas à avoir de prétention commerciale, elle peut néanmoins inspirer par ses résultats d'autres recherches ainsi que des designers qui les adapteront. Une fois assimilées par la culture dominante en particulier les marques, les expérimentations perdent leur côté expérimental. Les travaux de David Carson, d'April Greiman entamés dans les années 1980-1990 ont désormais été incorporés dans les pratiques et cultures et ils servent des propos commerciaux. Peter Bil'ak va encore plus loin en suggérant que les projets achevés ne peuvent être considérés comme expérimentaux⁶²⁵. Ce qui prime c'est le processus créatif et non l'achèvement qui met justement fin au processus. Une

⁶²³Stefan Sagmeister, *Sagmeister : another book...about promotion & sales material*, édition Pyramyd, Paris, 2011 p.62.

⁶²⁴*Ibid.*

⁶²⁵Peter Bil'ak, «Experimental typography. Whatever that means », *op.cit.*

fois une expérimentation terminée, celle-ci peut désormais être quantifiée, analysée, catégorisée et entre donc dans un cadre et des normes définis.

Dans son ouvrage *La typographie expérimentale*, Teal Triggs tente de classer et d'analyser le travail de trente-sept typographes, tout en proposant de réfléchir au processus créatif. Nous y dénotons une forme de contradiction si nous nous fondons sur les propos de Peter Bil'ak. En effet, il y a comme une forme de paradoxe : d'un côté le souhait de parler d'expérimentation dans ce qu'elle a de plus innovant et iconoclaste, de l'autre essayer de la catégoriser.

Néanmoins, le livre de Teal Triggs rejoint les propos de Peter Bil'ak sur plusieurs points en matière de typographie. L'autrice considère la typographie expérimentale comme de la recherche légitime qui servira à établir des méthodes et stratégies adaptées pour les usagers⁶²⁶. L'expérimentation influence en outre la future évolution de la discipline. Elle est un processus constant, bien que souvent elle apparaît en réaction aux règles dominantes qu'elle juge trop contraignantes, comme une critique de ces dernières. Teal Triggs place l'expérimentation typographique comme l'apanage de l'avant-garde qui rejette ou conserve les conventions en place⁶²⁷. Cependant, l'autrice remarque la position instable de l'avant-garde et de l'expérimentation soumises aux aléas du temps et au contexte culturel qui ne cessent de se modifier. Ce qui est expérimental et innovant aujourd'hui ne le sera pas forcément demain. Toutefois, ces nouvelles façons de penser la typographie et le langage graphique reflètent l'époque à laquelle elles ont été conçues.

Cette proposition vient en opposition avec les propos de départ de Teal Triggs qui dénonçaient en quelque sorte la facilité à nommer « expérimentaux » des projets bancals, inachevés et parfois sans grand intérêt et brandir le terme d'expérimentation comme seul argument capable de repousser toutes critiques.

Les expérimentations actuelles testent en particulier les médiums, les matériaux et répondent à des questionnements improbables (De quoi aurait l'air un alphabet entièrement réalisé en pâte à crêpe ? *Alphabet pancakes* de Chef Cooke, en miel ? *Honey Type* de Alberto Martinez et Franc Navarro, à quoi ressemblerait les lettres si elles étaient des organismes vivants ? *The evolution of type* de Andreas Scheiger). Dans ces cas-là, c'est la matière qui semble primer plus que la lettre elle-même. C'est le résultat visuel qui intéresse. Les

⁶²⁶Teal Triggs, *La typographie expérimentale*, Thames & Hudson, Paris, 2004, p.7.

⁶²⁷*Ibid.*

graphistes jouent avec les lettres comme si elles étaient des moules avec lesquels ils s'amuse dans un immense bac à sable.

Les expérimentations typographiques sont des espaces de conception à la fois sur la lettre elle-même en tant que médium mais aussi sur son esthétique, sa fonction, son processus de création et la relation que nous pouvons entretenir avec elle. Elles permettent de se libérer des contraintes pour remettre en question la notion même de typographie.

La revue *Emigre*, devient un des lieux où la typographie peut tester ses potentialités. Les artistes et graphistes, qui participent à la revue, créent des polices de caractères en prenant en compte les capacités des premiers ordinateurs.

Les progrès de l'informatique et sa démocratisation permettent d'élargir les champs d'exploration, mais engendrent également en parallèle une multiplication de polices de caractères personnalisées qui, pour certains, mettent trop en avant leurs créateurs. Ces derniers, en ne se fondant pas derrière leurs créations, mettraient en péril les conventions typographiques établies. En cela, quelques professionnels s'opposent à l'expérimentation lorsque celle-ci en vient à trop sortir du cadre établi car elle poserait le graphiste, designer ou typographe comme artistes et enlèverait ses fonctions premières à la typographie. La théorie l'emporterait sur l'usage.

L'expérimentation postmodernisme de la typographie travaille à déconstruire certaines conventions et déplace ainsi nos perceptions. Le langage semble être l'un des premiers à être touché par ces changements.

J. Abbott Miller, quant à lui, prend l'essai de Beatrice Warde, *Le verre en cristal* au pied de la lettre et élabore une police de caractères aussi transparente que du verre et qui doit s'effacer au profit du contenu.

L'expérimentation typographie change cependant au tournant des années 2000. Si elle est toujours présente, si elle questionne toujours la typographie, son mode opératoire diffère. Dans les années 1980-1990, l'arrivée de l'informatique avait bouleversé le processus de création. Les professionnels devaient s'adapter à ces outils récents, à des logiciels inédits pour élaborer leurs lettres. L'informatique s'est aussi établie comme nouveau terrain de jeu, un champ des possibles innovant qu'il a fallu apprivoiser. Nous avons désormais dépassé cette période d'introduction et de nombreuses personnes — professionnels, amateurs (éclairés ou non) —, peuvent désormais avoir accès aux nouvelles technologies et manipuler des polices

de caractères. Nous sommes dorénavant familiers de la manipulation de ces outils toujours plus ergonomiques, rapides, avec de nouvelles fonctions.

En parallèle, l'expérimentation a continué. Si elle perdure sur informatique et que cet outil joue toujours un rôle important dans le processus d'élaboration de la typographie, nous avons remarqué que les recherches et expérimentations se jouent parfois ailleurs, dans un retour au manuel et à la matérialité. Nous l'avons vu en amont avec l'effervescence autour du lettrage ou typographie manuelle, mais également via des essais avec et sur de nouveaux matériaux. Il est désormais possible de créer des lettres et des alphabets entiers avec tout ce que nous pouvons trouver : déchets, objets du quotidien, éléments organiques...

L'utilisation de matériaux naturels par exemple, type bois, eau, terre, pour créer de la typographie, rapproche cette dernière du Land Art dans l'exploration de nouveaux espaces en dehors des ateliers de création et de nouvelles conceptions. Sont ainsi mises en œuvre des typographies ne répondant à aucun besoin spécifique, aucune structure, aucun règlement ou convention traditionnels mais n'obéissant qu'aux règles de leurs créateurs. Celles-ci ne sont pas faites ni pour durer dans le temps, ni même pour être commercialisées. Toutefois, il est possible de déceler des points communs dans certaines approches du postmodernisme typographique.

Pour Jessica Hische, cet intérêt actuel pour le lettrage et l'expérimentation viendrait en partie d'une insatisfaction de l'offre des options numériques présentes sur le marché⁶²⁸. Le travail manuel des lettres permettrait de rectifier plus facilement et plus librement les tailles et les connections des lettres. L'ordinateur et les logiciels de retouche ou de vectorisation redeviendraient de simples outils qui n'interviendraient qu'à la toute fin du processus créatif.

Cette expansion d'un marché du lettrage, notamment chez les Anglo-Saxons, démontre, pour certains designers, que les marques s'ouvrent de plus en plus à la conception de lettres, tout en laissant une plus grande liberté de création à leurs auteurs.

Cependant, si cet engouement peut laisser penser à un simple effet de mode que des clients sollicitent, nous sommes en droit de nous demander si ces nouveaux hybrides de typographies illustratives ne nous mènent pas vers de nouvelles réinventions de celles-ci et plus généralement de la lettre.

⁶²⁸Liz Farreli, « Make each letter speak out loud », Eye magazine [En ligne], mis en ligne en 2010, consulté le 2 juin 2018. URL : <http://www.eyemagazine.com/feature/article/make-each-letter-speak-out-loud>

II.2.4.6. Rétro, vintage et revivalisme

Apparu dans les années 1970, le terme rétro, abréviation de rétrograde, désigne une forme d'appropriation selon Jonathan Woodham⁶²⁹. Le rétro, en plus de revenir aux styles et modes du passé, ajouterait un aspect nostalgique à ce renvoi. Il aurait pris particulièrement son ampleur dans les années 1980-1990. Dans le cas du design graphique et de la typographie, l'épanouissement du rétro viendrait du développement et de l'intérêt grandissant pour l'histoire de ces domaines. La typographie est devenue une discipline reconnue et à part entière, dont l'histoire est enseignée en même temps que sa pratique. De plus, elle commence à avoir un regard sur elle-même.

Au début du XX^e siècle les artistes et designers avaient tenté de se détacher de l'historicisme afin d'expérimenter de nouvelles formes plastiques. Malgré tout, le passé est toujours présent car le public est encore en demande de certains produits et les modèles « classiques » restent des références d'après Brenda Dermody et Teresa Breathnach⁶³⁰. Et même un typographe comme Jan Tschichold, qui prône la nouvelle typographie, reviendra vers une conception plus traditionnelle à la fin de sa carrière.

Ainsi, les années 1950 et 1960 reprenaient des styles des années 1920 et 1930. Dans les années 1970, c'est le psychédéisme qui est mis en avant, notamment par le biais des affiches musicales (concerts rock de Pink Floyd, Velvet Underground, Rolling Stones), et représente un aspect de la contre-culture. Les couleurs vives et rutilantes, les effets d'optique, les collages renvoient aux effets du LSD. La lettre devient image en prenant presque tout l'espace. Elle se tort, s'étire, ondule, épouse les formes des personnages sur les affiches qui empruntent directement leur esthétique à l' et à des artistes comme Alfons Mucha. La typographie est ici plus décorative qu'informationnelle, tant elle est parfois peu lisible. Aux Etats-Unis, des artistes comme Wes Wilson⁶³¹, Stanley Mouse⁶³², Alton Kelley⁶³³ ou encore Rick Griffin⁶³⁴ sont des artistes représentatifs de cette période. Le duo Stanley Mouse et Alton Kelley reprend d'ailleurs directement en 1966 l'un des travaux d'Alfons Mucha pour Job datant de 1896, pour créer une affiche sur laquelle apparaît Big Brother & the Holding

⁶²⁹ Jonathan Woodham, *A Dictionary of Modern Design*, Oxford University Press, Oxford, 2004.

⁶³⁰ Brenda Dermody, Teresa Breathnach, *Néo rétro : graphisme d'hier pour création d'aujourd'hui*, Thames & Hudson, Paris, 2009, p.16.

⁶³¹ Robert Wesley Wilson dit Wes Wilson (1937-) artiste américain, créateur de posters psychédéliques. Il est considéré comme le père des posters rock des années 1986.

⁶³² Stanley George Miller dit Stanley Mouse (1940-) artiste américain, créateur de posters psychédéliques.

⁶³³ Alton Kelly (1940 – 2008) artiste américain, créateur de posters psychédéliques.

⁶³⁴ Richard Alden Griffin dit Rick Griffin (1944 -1991) artiste américain, créateur de posters psychédéliques.

Company⁶³⁵. Jim Kweskin Jug Band⁶³⁶ et Electric Train⁶³⁷. Ces effets stylistiques sont encore présents aujourd’hui, remaniés par le marketing pour élaborer des visuels aux tons joyeux et insouciantes. Néanmoins, la profusion y est plus cadrée, maîtrisée. En Angleterre, le designer John McConnell⁶³⁸, quant à lui, recourt à l’ pour la première version du logo de la boutique de mode Biba en 1966 et s’inspire de l’Art Déco pour la seconde version de 1969.



Wes Wilson, affiche, février, 1967

Les progrès techniques se font également artisans de ces réutilisations car ils permettent de nouvelles méthodes de production. Les artistes et designers peuvent donc allègrement piocher dans le réservoir d’images qu’est le monde entier sans se préoccuper du droit d’auteur.

⁶³⁵ Groupe de rock américain créé en 1965 dans lequel officiait, entre autre, Janis Joplin.

⁶³⁶ Groupe américain.

⁶³⁷ Groupe de rock américain (1965-1971).

⁶³⁸ John McConnell (1939-) designer anglais.

Seymour Chwast⁶³⁹, Milton Glaser⁶⁴⁰ et Edward Sorel⁶⁴¹ fondent Push Pin Studio⁶⁴² à New York en 1954, rapidement rejoints par Reynold Ruffins. D'autres membres viennent agrandir l'équipe, notamment de jeunes étudiants de la Cooper Union. Au total, le groupe compte une vingtaine de personnes dont James McMullan, Paul Davis et Barry Zaid. Leur marque de fabrique est l'appropriation de références passées sans distinction d'époques ou de lieux, sans arrière-pensée. Le studio n'a que faire de l'Histoire et la revisite à sa guise. Ses membres ne s'embarrassent pas non plus d'instruction ou de la connaissance du contexte de ce qu'ils glanent. Chacun de ces artistes a son style et périodes de prédilection : Seymour Chwast penche plutôt du côté de l'Art Déco (*Monograph* 1972) et de l' (*Artone* 1966), Milton Glaser, quant à lui, a une préférence pour William Morris et les lettrages de 1920 et 1930 (*Babyteeth* 1964). Leur éclectisme et leur anti-conformisme leur permettent de se faire connaître au point d'avoir une rétrospective (*Push Pin style*⁶⁴³) au musée des Arts Décoratifs de Paris en 1970, ce qui marque également l'entrée du design graphique dans le musée. L'exposition tournera en suite un peu partout en Europe.

Dans les années 50, le flambeau de l'artisticité passait aux États-Unis en même temps que le centre de gravité de l'activité artistique et s'y développait l'écriture éclectique et pop du Push Pin Studio qui, à bien des égards, préfigure ce qu'on appellerait à l'ère de la post-modernité le graphisme d'auteur.⁶⁴⁴

Ellen Lupton et J. Abbott Miller indiquent que le studio a justement traité le modernisme comme une forme de vernaculaire avec l'appropriation de polices de caractères des années 1950 et 1960, en plus du mélange d'avant-gardes et de médias des années 1860 et 1970⁶⁴⁵. Push Pin aurait ainsi favorisé l'effet de nostalgie présent dans les classes moyennes américaines des années 1980. Le design rétro des années 1960 et 1970 est une source d'inspiration pour une nouvelle génération de designers, notamment Louise Fili, Paula Scher ou encore Carin Goldberg dans les années 1980. Les lettrages travaillés et complexes de Louise Fili, et son utilisation de styles considérés comme démodés en contraste avec celui du modernisme, ont permis de faire ressortir l'esthétique historiciste. Dans les années 1990, elle co-écrit d'ailleurs avec son mari Steven Heller plusieurs ouvrages qui traitent de ces styles du

⁶³⁹ Seymour Chwast (1931-) designer graphique américain, co-fondateur du studio Push Pin et actuellement directeur de The Pushpin Group. Il est le mari de Paula Scher, également designer graphique.

⁶⁴⁰ Milton Glaser (1929-) designer graphique américain co-fondateur du studio Push Pin qu'il quittera en 1975. Il est entre autre le créateur du fameux logo « I love NY ».

⁶⁴¹ Edward Sorel, designer graphique, illustrateur, caricaturiste et auteur américain, co-fondateur de Push Pin studio.

⁶⁴² Le studio a révolutionné le design graphique des années 1960 et marqua durablement celui contemporain. Push Pin Studio changea de nom en 1985 pour devenir The Pushpin Group.

⁶⁴³ L'exposition eut lieu du 18 mars au 18 mai 1970.

⁶⁴⁴ Thierry Chancogne, « Mots compliqués #3 l'auteur », 2 ou 3 choses que je sais d'elle..., mis en ligne le 12 janvier 2009, consulté le 20 juillet 2018. URL : www.salutpublic.be/2ou3choses/focus/mot-complique-3-1%E2%80%99auteur/

⁶⁴⁵ Ellen Lupton, J. Abbott Miller, *Design Writing Research*, op.cit., p.159.

passé (*Italian Art Deco: Graphic Design Between the Wars*, 1993, *Streamline: American Art Deco Graphic Design*, 1995, *British Modern: Graphic Design Between the Wars*, 1998). Plus récemment d'autres livres ont été publiés autour de ces effets vintages et de leur utilisation (*Vintage Type and Graphics: An Eclectic Collection of Typography, Ornament, Letterheads and Trademarks from 1896 to 1936*, 2011, *Elegantissima: The Design and Typography of Louise Fili*, 2012, *Stencil Type*, 2015). Les travaux de Louise Fili se perpétuent aujourd'hui encore dans les réalisations de jeunes designers comme Charles Spencer⁶⁴⁶. L'esprit vernaculaire accompagne aussi ces créations et se retrouve dans les travaux de Charles Spencer Anderson, Tibor Kalman, Art Chantry, Joe Duffy⁶⁴⁷.

Les années 1990, en parallèle des évolutions techniques, ont vu naître un regain d'intérêt pour le fait main et les techniques traditionnelles. Outre le lettrage, il y a également le letterpress qui désigne l'impression typographique, très à la mode ces dernières années, pour réaliser des impressions en creux, des gaufrages, des marquages à chaud.

En parallèle, des émules de Cranbrook et de sa descendance remettent au goût du jour tout un pan de la création typographique qui s'inspire largement de sa propre histoire. Cela participe également au grand détournement ironique et au pastiche. Ainsi, les réutilisations du passé, le recyclage, jouent un rôle important dans l'histoire de la typographie mais aussi dénote sa réflexivité lors de la conception. Cependant, à force de puiser dans l'Histoire, les designers courent potentiellement le risque d'un assèchement créatif. Nous pouvons aussi nous demander si ceux-ci ne céderaient pas à la facilité et au manque de prise de risques en employant des éléments qui ont déjà fait leurs preuves. Voire ils font grossir les rangs de travaux considérés comme du « plagiat débilisant et parasite »⁶⁴⁸. Nous entrerions donc dans une ère du pillage.

De même, nos archives d'images et d'éléments sont-ils aussi inépuisables que nous souhaitons le croire ? La typographie en s'autocitant continuellement, jusqu'à produire de la citation de citation, nous indiquerait-elle avec cynisme que nous avons atteint nos limites ? Le postmodernisme typographique exposerait alors le fait que ne créons plus rien car il n'y aurait plus rien à créer.

⁶⁴⁶Charles Spencer designer typographique. Il a notamment travaillé dans l'agence de Louise Fili (Louise Fili Ldt) de 2011 à 2014 où a également officié son épouse Kelly Thorn de 2012 à 2015. Il travaille désormais avec elle dans leur studio Charles&Thorn.

⁶⁴⁷Joe Duffy designer américain. Il a fondé sa firme Duffy&Partners en 1984.

⁶⁴⁸Brenda Dermody, Teresa Breathnach, *Néo rétro : graphisme d'hier pour création d'aujourd'hui*, Thames & Hudson, Paris, 2009, p.12.

Étant donné que le rétro ou revivalisme emprunte au passé en fonction de besoins, de contextes socioculturels, de politiques, de technologiques ou d'esthétiques spécifiques, il exprimait ainsi un manque de notre époque. De même, en sortant continuellement de leurs contextes ces œuvres, il y a un risque de les rendre stériles au niveau du sens. C'est la course à l'incessante nouveauté, à l'exotisme et l'influence du simulacre qui provoquerait une dépréciation et une méconnaissance du sens et du contexte des œuvres originales et des styles. Les nouvelles technologies, comme l'ordinateur, facilitent l'accès à ces références et ainsi à leur réappropriation. Tout le monde peut désormais puiser dans l'internet et bricoler ce qui s'y trouve. Le sentiment de nostalgie provoqué serait donc factice et mensonger tant il est creux et superficiel. Il ne servirait que d'échappatoire à une société désabusée et nihiliste. À force de trop réemployer ces formes du passé dont l'ornementation, nous atteindrions la saturation et une forme de mauvais goût. Le postmodernisme donnerait ainsi raison aux critiques comme Massimo Vignelli pour qui l'esthétique du mouvement est une aberration.

Bien que nous ayons pu voir que la réappropriation et la décoration ne sont pas spécifiques aux années 1980-1990, il est généralement admis que l'appropriation des formes historiques se situe à l'époque postmoderne. Ceci s'expliquerait par une différence avec le moderne dont le dessein était axé sur la transmission claire d'un message au public (émetteur vers récepteur) alors que de son côté le postmoderne oriente le point de vue du côté du spectateur/consommateur qui devient acteur. Les gens ne sont plus uniquement receveurs mais participent à l'œuvre en y jouant un rôle actif.

Pour Brenda Dermody et Teresa Breathnach, cet effet de revivalisme est à mettre en parallèle avec la montée du tourisme « patrimonial »⁶⁴⁹. Contrairement au modernisme qui tentait de créer une forme de langage et d'esthétique universels par la suppression de toutes caractéristiques culturelles, le postmodernisme assume et met en avant l'éclectisme et la fragmentation. La manière dont nous écrivons l'Histoire affecte la manière dont nous utilisons le passé, souligne Tibor Kalman⁶⁵⁰.

Le manque d'inventivité, l'engouement nostalgique du passé et sa perte de sens sont, pour Brenda Dermody et Teresa Breathnach, des problèmes. Mais pourquoi se tourner vers le passé ?

Nous avons déjà amorcé plusieurs pistes de réponses dont celle du désenchantement de notre époque. D'un autre côté, cette présence du rétro, du revival, du vintage, du fait main

⁶⁴⁹*Ibid.*, p.8.

⁶⁵⁰Tibor Kalman, J. Abbott Miller, Karie Jacobs, « Good history/bad history », Print, 1991

est aussi là car le public est en demande. La typographie, si nous la prenons comme outil de communication, profite de ces éléments pour faire passer un message afin qu'il soit compréhensible pour une cible spécifique. Le postmodernisme ne véhicule pas une information accessible à tous mais a conscience que, l'accessibilité de celle-ci dépendra de nos sensibilités, de nos cultures et de nos expériences personnelles. C'est un ensemble qui englobe donc plusieurs paramètres. Nous ne sommes pas des êtres uniques mais fragmentés qui composent un ensemble. Le postmodernisme fait lui-même la part belle à cette fragmentation dans la manière de penser et de déconstruire. La réception de ces éléments passéistes sera donc différente selon le spectateur. De ce fait, l'emploi du rétro s'en trouve justifié quand il est utilisé pour un public spécifique.

Le réemploi n'est pas forcément une action stérile mais peut également être efficace quand il est utilisé à bon escient. Il peut même se distinguer de ses prédécesseurs.

Néanmoins, rétro, néo etc., tout ce qui touche de près ou de loin à la nostalgie ne sont pour finir que des styles issus d'une pure création marketing. Pour Ellen Lupton et J. Abbott Miller, il ne s'agit pas d'un retour à l'Histoire mais de son réemballage⁶⁵¹. Le marketing et la publicité empaquettent la typographie dans un assortiment historique factice au point de créer un vernaculaire commercial qui joue avec l'idée que les gens se font de certaines périodes. Il s'agit donc d'une pure stratégie qui n'apporte rien de plus que de la citation et ne transforme pas la société.

II.2.5. La fin de l'imprimé ?

II.2.5.1. L'évolution de l'édition

La typographie et son histoire sont étroitement liées à celle de l'imprimé. Dès lors que certains ont commencé à prophétiser la fin du papier face aux nouveaux médias, radio, ordinateur... nous pouvions craindre que la typographie soit une victime collatérale de ces changements à venir. Elle a effectivement été bouleversée, dans le sens où elle s'est retrouvée à explorer de nouveaux domaines mais elle a cependant réussi à s'y adapter. La typographie a toujours expérimenté de nouvelles voies mais après plusieurs siècles sur le même médium, les recherches dans d'autres domaines lui ont permis d'acquérir une certaine indépendance.

⁶⁵¹Ellen Lupton, J. Abbott Miller, *Design Writing Research, op.cit.*

Le micro-ordinateur se généralise dans les années 1980 et propose de nouveaux outils qui permettent de mettre en place la PAO (Publication Assistée par Ordinateur), ainsi que le principe de WYSIWYG ou l'impression à distance. Les techniques et modalités du monde de l'édition changent. Les designers doivent s'habituer à ces nouveaux instruments et quelques-uns délaissent le travail manuel pour se concentrer sur l'informatique et ses potentialités, bien que certains n'aient pas attendu son avènement pour l'utiliser. April Greiman ou encore Rudy VanderLans et Zuzana Licko ont investi très tôt le MacIntosh. Même les non-professionnels peuvent se lancer dans l'aventure. N'importe qui semble pouvoir devenir graphiste, du moment qu'il possède un ordinateur et qu'il sache manier les logiciels adéquats. Les années 1980 sont une période de tâtonnements où l'on cherche, teste, ce qui donne lieu à un foisonnement formel dans les mises en page et les typographies. L'absence de normes, qui s'étaient construites au fil du temps sur les supports papiers, permet de redéfinir les principes de la typographie.

Durant la période 1980 à 1990, il y a donc eu comme nous l'avons vu, toute une effervescence autour de la typographie, notamment grâce à ces nouvelles technologies. En 1984 arrive donc le MacIntosh et tout au long de cette décennie se développe la PAO, les logiciels et programmes de mise en pages et de dessin de caractères, des langages pour élaborer et lire des polices sur internet. C'est ce qui a permis, explique Emily King, de faire apparaître la profession de designer typographique — ou dessinateur de caractères — indépendant⁶⁵². De plus, cela change également la manière dont les polices sont élaborées et distribuées. Les fonderies doivent se renouveler pour rester concurrentielles et elles abandonnent de plus en plus la version papier de leur catalogue, considérée comme inutile et trop coûteuse. Les fonderies ou magazines comme Emigre ou *Fuse* présentent leurs productions sur des disquettes ou des CD-ROM, le huitième numéro d'*Octavo* avait été distribué sur CD-ROM également. Pourtant, il y a en a pour qui la valeur papier est une plus value, c'est le cas d'Emigre qui continue de faire le choix de présenter aussi une version papier à ses clients. Selon eux, l'apport du papier à la visualisation et à la tenue d'une police est important.

Ce qui est considéré comme disgracieux au début des années 1980, car les prouesses techniques des ordinateurs étaient limitées, provoquant le rejet de la part des designers plus traditionalistes, s'estompe avec le temps. En effet, d'une part, il y a un essor de la puissance

⁶⁵²Emily King, « New Faces (Typographic History in the Context of Broader Design Historical Models) », Typotheque [En ligne], mis en ligne le 23 janvier 2005, consulté le 6 novembre 2016. URL : https://www.typotheque.com/articles/new_faces_typographic_history_in_the_context_of_broader_design_historical_models

informatique dans les années 1990 qui ne cessera de croître, d'autre part de jeunes designers ayant grandi avec l'informatique qui est devenu leur quotidien, investissent le domaine du design. Les limitations techniques des années 1980 n'a cependant pas empêché quelques designers de se lancer dans de nouvelles expérimentations, persuadés des possibilités esthétiques offertes.

L'informatique contribue également à la multiplication des propositions créatives et leurs déclinaisons sans passer ou repasser par la case manuelle, ce qui est un gain de temps et d'argent. En parallèle, les fonderies numériques se créent et proposent des catalogues de plus en plus fournis avec des polices de caractères aisément accessibles.

Néanmoins, la révolution attendue de la part des logiciels n'est pas arrivée, précise Emily King⁶⁵³, en cause la crise économique qui entraîna des coupes budgétaires : moins de moyens, moins d'employés donc moins de développement, auxquels s'ajoute la forte concurrence sur le marché. De plus, les logiciels créés par des firmes comme Adobe ont des objectifs commerciaux de rentabilité. Or, les programmes destinés à la typographie ne visent que les spécialistes et par conséquent ils ne s'adressent qu'à un public restreint et sont donc moins rentables.

Face à tout ceci, il semblerait que le numérique soit devenu plus intéressant que le papier. Pourtant, à l'heure actuelle, la pratique des écrans et des nouvelles technologies semblent faire bon ménage avec le papier ou tout autre forme d'imprimé. La mort du papier n'a donc pas eu lieu. Alessandro Ludovico, dans son ouvrage *Post-digital print, la mutation de l'édition depuis 1984*⁶⁵⁴, montre que le document papier a néanmoins évolué. S'il reste toujours important dans la diffusion de l'information, il est devenu un médium complémentaire, une archive de l'internet, une forme tangible de ce dernier. A contrario, cela ne fait qu'augmenter la valeur du support papier. Les livres sont devenus de beaux objets travaillés que nous pouvons collectionner. Alessandro Ludovico avance que les éditeurs doivent désormais faire des choix sur les contenus à imprimer — et comment les imprimer — face à la matière brute trouvable sur internet.

Cela revient à retravailler le texte, l'écrit et surtout la typographie pour proposer de nouveaux éléments susceptibles d'intéresser un lecteur. Un contenu prend des sens différents

⁶⁵³Emily King, « New Faces (Typographic History in the Context of Broader Design Historical Models) », Typotheque [En ligne], mis en ligne le 23 janvier 2005, consulté le 2 juin 2018. URL : https://www.typotheque.com/articles/new_faces_typographic_history_in_the_context_of_broader_design_historical_models

⁶⁵⁴Alessandro Ludovico, *Post-Digital Print : La mutation de l'édition depuis 1894*, Editions B42, Paris, 2016

selon les supports sur lesquels il est exploité. Il faut donc, à chaque fois, repenser les contenus, les remettre en forme, repenser leurs usages.

L'édition devient également multi-supports et du contenu se retrouve partagé à travers diverses publications ayant parfois des liens entre elles. Le *cross media* donne ainsi des idées d'expérimentations et de recherches aux artistes et designers qui travaillent et jouent avec cette relation à la fois dépendante et collaborative de ces médiums. La série de livres de John Maeda, intitulée *Reactive Books*, met en avant la complémentarité du livre et du CD-Rom. Créés entre 1994 et 1999, ces cinq projets — seulement quatre livres imprimés⁶⁵⁵ — explorent de manière interactive chacun un aspect de l'informatique/ordinateur : le microphone (*The Reactive Square*, 1994), la souris (*Flying letters*, 1995), le temps (*12 o'clock*, 1996), le clavier (*Tap, Tap, Write*, 1998) et la vidéo (*Mirror Mirror*, 1999).

Comme nous l'avons développé dans un autre chapitre, lire un texte sur un écran est différent que le lire sur un support papier. Les paramètres comme la résolution, la luminosité, la texture... font que l'expérience y est modifiée mais pas seulement. D'après William Owen⁶⁵⁶, la « voix » de ce qui est écrit sonne différemment et cet effet est dû à notre attente. Nous attendons de la permanence de la part de l'imprimé et l'éphémérité de celle des écrans.

Les qualités de la typographie diffèrent alors. L'impression de caractères donne à l'écrit une sensation d'immuable, de physique, elle dénote l'effort du processus d'impression et lui confère une certaine autorité, légitimité. Ce qui est écrit semble gravé dans le marbre et endosse la vocation d'archive de la mémoire et du langage de l'être humain.

Pour William Owen⁶⁵⁷, l'écran est par essence instable et immatériel, car il est fondé sur une notion de temporalité (vitesse, variation, animation, muabilité). La typographie numérique perdrait la matière que possède la typographie du monde matériel. Quelle que soit la police de caractères imaginée ou utilisée, la seule sensation tactile que nous aurions de cette dernière serait en réalité celle d'un écran. La platitude de ces caractères ferait que notre expérience de perception serait universellement identique. Néanmoins, la typographie numérique essaie de compenser cette absence en proposant de la profondeur et des effets pour pallier ce manque ressenti. Les jeux de lettres sur écran tentent de reproduire ces sensations bien qu'ils ne soient qu'illusoire.

⁶⁵⁵L'éditeur Digitalogue qui éditait les ouvrages, a fermé ses portes en 2000. Seul *Mirror Mirror* n'eut pas droit à une version papier.

⁶⁵⁶William Owen, « Experimenting in Hypertext », *Eye magazine* [En ligne], consulté le 2 juin 2018. URL : <http://www.eyemagazine.com/opinion/article/experiments-in-hypertext>

⁶⁵⁷*Ibid.*

Papier et écran présentent chacun des avantages et des inconvénients. Le livre serait plus enclin à la lecture de textes longs et donc à la contemplation. L'écran serait plus adapté aux textes courts qui demandent moins d'attention étant donné qu'il favoriserait une forme d'insatisfaction. Contrairement aux objets matériels, Internet n'a pas de début ou de fin. Nous glissons ainsi de sites en sites qui n'ont de limites que les bordures du cadre de nos écrans. William Owen considère que les sites internet ne possèdent pas de pages mais seraient des étapes sur lesquelles nous effectuons des actions. Il va plus loin en souhaitant que les avancées du numérique ne fassent pas de celui-ci un simulacre du papier et du livre à une époque — nous sommes en 1996 — où les ordinateurs commencent à se démocratiser⁶⁵⁸.

Aujourd'hui, nous avons apprivoisé le numérique et il nous est désormais familier. Nous avons adapté, voire remplacé les caractéristiques et les spécificités du livre que nous avons même parfois reproduit, ce que William Owen craignait. Nous avons même tenté de l'imiter avec les liseuses. Cependant, le texte à l'écran a développé son propre langage.

Néanmoins, les écrans et plus largement l'espace numérique présentent certains avantages, telles la vitesse, la connexion et la multiplication entre les éléments, ce qui en fait un meilleur médium. Il faudrait donc distinguer l'imprimé, de l'écran. Si ce projet de John Maeda était intéressant dans les années 1990, il est désormais obsolète. Les livres accompagnant les CD ne sont désormais plus édités et il est difficile de faire fonctionner les logiciels sur des machines récentes.

Par ailleurs, l'informatique est également un outil qui change l'approche et la conception de la typographie principalement parce que l'erreur y est permise. La version papier l'autorise moins pour des raisons pratiques et esthétiques. Il est parfois difficile ou impossible de rectifier une erreur sur papier sous peine de devoir recommencer. Et si cette action est possible, elle laisse néanmoins la porte ouverte à de nouvelles fautes potentielles. De même, une erreur n'est pas toujours parfaitement effacée et peut laisser des traces. Or, les logiciels permettent de supprimer ou d'annuler une action non voulue, un résultat non satisfaisant et cela sans laisser de trace et de manière simple. De nouvelles dimensions créatives s'ouvrent alors, dans lesquelles l'erreur est possible, voire encouragée. Comme il est possible de modifier ses productions — tant que le fichier est existant —, ces défauts deviennent non définitifs, toujours temporaires. De plus, cela implique que les décisions prises par le designer ne sont pas irrémédiables et leurs valeurs d'importance changent.

⁶⁵⁸William Owen, « Experimenting in Hypertext », Eye magazine [En ligne], consulté le 2 juin 2018. URL : <http://www.eyemagazine.com/opinion/article/experiments-in-hypertext>

II.2.5.2. Vers la dématérialisation

En parallèle, la gestion de l'imprimé se fait dans une visée d'optimisation de l'espace physique. Comment s'intègre donc la typographie dans une ère dite « post-numérique » où les technologies numériques sont désormais dans nos quotidiens et font partie de nos habitudes ?

Une chose néanmoins qui profite à la mise en pages de la typographie, c'est l'espace numérique. Ce qui s'est installé comme une révolution, ce n'est pas tant le médium de l'ordinateur ou des écrans que de nouveaux concepts de lecture. Bien que nous n'ayons pas aboli certaines pratiques de lecture et de mise en pages, cette dernière s'adapte à nos écrans. Au lieu de tourner des pages, nous faisons défiler du texte. Cependant, c'est l'hypertexte qui apporte énormément dans la déconstruction de la linéarité du texte.

Ce terme est apparu en 1965 chez Ted Nelson. Toutefois, dès 1945 arrive un dispositif théorique nommé Memex qu'il est possible de considérer comme l'ancêtre ou du moins l'inspiration de l'hypertexte. Son auteur, Vannevar Bush, décrit son système comme permettant de stocker des livres, films ou encore archives et de pouvoir les consulter en simultané, tout en ayant la possibilité de faire des liens entre ces supports, selon nos besoins.

L'hypertexte présenté par Ted Nelson autorise une non-linéarité des idées et des informations contrairement aux livres, par exemple, où le texte est présenté de manière hiérarchisée. C'est ainsi que naquit Xanadu, sorte d'ancêtre du web. Dans Xanadu, les blocs de textes seraient autonomes, disponibles séparément ou dans une même page. De plus, la superposition des données crée la notion d'espace et de profondeur non présente dans le livre. Cela peut initier le lecteur à des formes de lectures alternatives puisqu'il peut explorer le texte à son rythme sans être soumis à celle d'une page papier classique. Il est donc en mesure d'avoir le contrôle de la lecture. L'auteur, quant à lui, est susceptible d'incorporer des changements au sein de son propre texte comme la couleur, la taille ou la forme des mots. C'est d'ailleurs sur ce principe que David Small élabore son *Talmud Projet* : un livre entièrement dématérialisé pour devenir un espace virtuel de lecture. Ce projet reprend les textes sacrés de la religion juive (la Torah et le Talmud), ainsi que leurs traductions (en anglais et en français), tout en étant construit autour d'un essai philosophique d'Emmanuel Levinas, *L'au-delà du verset : lectures et discours Talmudiques*⁶⁵⁹. Dans l'espace créé par David Small

⁶⁵⁹Emmanuel Levinas, *L'au-delà du verset : lectures et discours Talmudiques*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1982.

pour accueillir ces écrits, le lecteur est libre de circuler d'un texte à l'autre par les associations de mots ou d'idées afin de produire des échanges. La superposition des couches laissent entrevoir l'espace virtuel et sa profondeur qui semble infinie, cependant elle entraîne également une difficulté dans la lisibilité des informations qui visuellement entrent en conflit. L'espace virtuel a l'avantage d'offrir plus d'espace que celui sur papier. L'écran d'ordinateur affiche des milliers de mots en même temps et les inscrit dans le même espace.

En 2005, Rudy VanderLans et Zuzana Licko ont stoppé la publication de leur magazine pour se consacrer à la création de caractères. De plus, l'impression de ce type de périodique devient onéreuse. Parallèlement, les sites internet et les blogs se sont développés, les avis et les critiques sont plus rapidement publiés, les réponses et réactions sont quant à elles quasiment instantanées. De plus en plus, le changement est tel qu'il semble désormais impossible de faire un retour en arrière.

Les fonderies se dématérialisent, de même que les polices de caractères, les designers peuvent travailler de chez eux avec un simple ordinateur et travaillent sur écran. L'environnement typographique change, il est en constante évolution. Comme nous avons pu le voir ce qui touche à la temporalité, mais aussi à la vitesse, la forme, la taille ou encore le style se conçoit différemment d'un support imprimé.

Les polices de caractères peuvent changer de couleur, s'agrandir, bouger, émettre un son, rétrécir, etc. en fonction de l'environnement ou des actions du lecteur. Il est aussi possible de les visualiser sous d'autres angles avec une vue en 3 D. Comme l'explique William Owen : « Plutôt que de concevoir des objets, nous concevons des processus, des architectures d'informations dans des réseaux de données tridimensionnelles eux-mêmes reconfigurables et sensibles aux utilisateurs. »⁶⁶⁰

Cependant, comme nous avons pu le constater dans les années 1980-1990, si les ordinateurs et les logiciels se démocratisent, tout le monde n'en a pas un à sa disposition. De plus, comme nous l'avons évoqué en amont, certains logiciels créés par Adobe visent une tranche de la population composée de professionnels donc assez restreinte. Teal Triggs note également que malgré de nouvelles méthodes de distribution de caractères à travers la disquette ou le CD-ROM, les expérimentations typographiques contenues dans ces objets touchent une population minime.

⁶⁶⁰William Owen, « Design in the age of digital reproduction », Eye, n°14, volume 4, 1994

Les nouvelles technologies de la communication questionnent, redéfinissent, expérimentent, notamment via l'appropriation des formes classiques de lecture pour en proposer des inédites. Il en va de même avec l'écriture. Encore une fois la participation du lecteur est sollicitée. Mais les lecteurs sont-ils vraiment prêts ?

L'édition de 1993 de l'ATypI était justement consacrée à ces problématiques autour de la typographie et de son rôle vis-à-vis de la réalité virtuelle et du multimédia. Les discussions et débats tournent encore une fois autour des thématiques de la lisibilité, de la déconstruction et des nouvelles technologies. Car ces dernières entraînent forcément de nouvelles questions et réactions qui ont besoin d'être étudiées. Teal Triggs, en faisant le bilan du congrès, remarque que, malgré les différentes propositions mises à disposition autour des nouvelles conceptions typographiques, l'adhésion est assez lente à se mettre en place⁶⁶¹. En cause, notamment les systèmes proposés qui ne sont pas tous publics. Il y a aussi le fait que les nouveaux langages et logiciels développés ne sont pas encore totalement opérationnels, comme par exemple les « noisy texts » de Mischa Schaud qui proposent que les variations de volume dans la voix — synthétique — soient perçues comme des variations typographiques. Ajoutez à cela, que tous les projets défendus qui illustraient un futur typographique plein de possibles, en particulier grâce à la réalité virtuelle, devaient être projetés avec des appareils qui étaient loin d'atteindre ce niveau de capacité. Un paradoxe souligné par Teal Triggs. Vingt ans plus tard, il y a eu certes des avancées mais nous sommes encore loin des utopies promises.

Qu'en conclut Teal Triggs⁶⁶² en 1993, alors que l'informatique prend son essor ? c'est qu'il existe une scission entre praticiens et théoriciens sur ces questionnements. Le premier groupe semble se désintéresser de ses questionnements alors que le second les encourage sans pour autant recevoir de soutien.

Si la mort de l'imprimé arrive un jour, ce ne sera pas le cas de la typographie. En effet, cette dernière a su s'extirper de son domaine pour explorer de nouveaux territoires. De ce fait, si son support historique principal venait à disparaître, elle aurait néanmoins toujours les moyens de continuer indépendamment de lui.

⁶⁶¹Teal Triggs, « New languages and noisy texts », Typotheque [En ligne], consulté le 19 décembre 2017. URL : <http://www.eyemagazine.com/review/article/new-languages-and-noisy-texts>

⁶⁶²*Ibid.*

II.2.6. Nouvelles règles

II.2.6.1. Les règles de bases du modernisme

La présence de la grille montre l'existence de règles plus ou moins implicites qui régissent la mise en pages et l'utilisation de la typographie. Il y a des choses à faire et celles à éviter, des lignes de conduite à respecter pour aboutir à un « bon » design typographique.

Il existe de nombreux ouvrages référant les règles typographiques (orthotypographie) qui régissent la plupart l'usage de l'imprimerie tel le *Lexique des règles typographiques en usage à l'Imprimerie Nationale*⁶⁶³. Ces ouvrages s'avèrent utiles notamment pour présenter les noms, les titres ou les fonctions de personnes, l'ordre à respecter, comment rédiger une bibliographie (voir si les capitales sont nécessaires, quand recourir à l'italique, où mettre la virgule, etc.) Toutes ces règles participent à la hiérarchisation de l'information, à la lisibilité et à la compréhension. Il s'agit en quelque sorte de manuels du savoir-vivre à l'usage de la typographie afin de ne pas commettre d'impairs.

En même temps, sont proposés des livres qui s'avèrent être des manuels et des guides pratiques sur l'usage de la typographie dans le monde du design : *Manuel de typographie et de mise en page* (1989), *Typography Basic Principles* (1967), *Typographie, guide pratique* (2001). Certains s'apparentent davantage à des précis à la manière de la série *Pour les nuls*.

Internet propose aussi des sites qui énoncent des listes de règles à savoir indéniablement pour se présenter comme un « bon designer » soit : n'utiliser que deux ou trois polices pour un projet, ne pas les altérer, faire attention à l'espacement entre les lettres, hiérarchiser les informations, combiner des polices qui se marient bien ensemble, n'utiliser qu'une grille, surveiller qu'il n'y ait ni veuves ni orphelins, s'abstenir d'utiliser de la *Comic sans ms*. Ces règles disponibles essaient un peu partout et sont généralement identiques. Répétées *ad nauseam* comme des mantras qu'il ne faut absolument pas briser, elles deviennent la norme. Mais si des impairs sont détectés, ils relèvent surtout de l'esthétisme.

À partir des années 1920-1930, certaines règles se formalisent autour de la typographie pour commencer à façonner ce qui deviendra le style moderniste. Dans un monde moderne où l'information est omniprésente et où l'être humain doit en absorber de plus en plus, la typographie doit s'adapter à nos nouveaux besoins. L'ancienne typographie a fait son

⁶⁶³Collectif, *Lexique des règles typographiques en usage à l'Imprimerie Nationale*, Imprimerie nationale, Paris, 2002,

temps, elle a bien fait son travail, mais elle n'est désormais plus nécessaire d'après Jan Tschichold⁶⁶⁴. Ce qu'il qualifie d'« ancienne typographie » correspond à la période du début de la création typographique (vers 1450) jusqu'à récemment (1914). Un temps assez long qui englobe plusieurs évolutions techniques et formelles autour de la lettre mais qui selon lui appartiennent désormais à une ère révolue. Dans cette optique, il publie l'ouvrage *La nouvelle typographie*⁶⁶⁵ dans lequel il développe une série de principes afin d'expliquer la composante de cette typographie. Il y souligne notamment que l'esthétique typographique a toujours revêtu une grande importance au cours de l'Histoire. Comme nous l'avons déjà mentionné, l'ancienne typographie ne suffit plus, il faut donc en créer une « nouvelle » qui suivrait des règles bien définies.

D'abord, la recherche de la beauté occulterait la forme pure, synonyme de clarté qui est un jalon incontournable de la nouvelle typographie. En effet, la typographie afficherait une plus grande efficacité, débarrassée de la superficialité que représente l'ornementation. Jan Tschichold adhère totalement à la pensée d'Adolf Loof pour qui l'ornement est un crime. L'envie de décorer un objet comme une police de caractère résulterait de la pulsion primitive. Il est question pour Jan Tschichold d'approuver les propos d'Adolf Loof, propos qu'aujourd'hui nous jugerions racistes : il n'y a que les peuples primitifs qui ornent, pas « l'homme de culture supérieure »⁶⁶⁶. En conséquence, il faut repousser les typographies qui imitent celles d'époques antérieures et laisser le passé là où il se trouve.

La règle première réside donc dans la clarté, celle-ci liée à l'objectivité⁶⁶⁷, annoncée comme la « règle d'or » ; mais il s'agit de l'objectivité dans la forme ce qui signifie dépouillée de tout superflu tel l'ornement, jugé inutile et naïf. Dans le cas présent, Jan Tschichold ne souhaite pas destituer les polices existantes de leur parure, mais en créer de nouvelles qui en seraient exemptes. Cela dans le but d'une meilleure communication, car la typographie demeure avant tout un objet de communication. Cependant, le typographe s'autorise les filets — décoration abstraite — qu'il désapprouve pourtant et qui, comme il l'affirme, n'améliore en rien la qualité d'une mise en pages. La nouvelle typographie s'oppose donc à toutes formes de décoration et d'illustration.

Ensuite, suivrait l'asymétrie. Le typographe place l'asymétrie également au centre de la réflexion de la nouvelle typographie, car « L'asymétrie est l'expression rythmique de la

⁶⁶⁴ Jan Tschichold, *La nouvelle typographie : un manuel pour les créateurs de leur temps*, Éditions Entremonde, Paris, 2016, p.100

⁶⁶⁵ *Ibid.* p.102

⁶⁶⁶ *Ibid.* p.100.

⁶⁶⁷ *Ibid.*

composition fonctionnelle. »⁶⁶⁸ Elle serait plus efficace et plus représentative de l'époque — nous sommes en 1928 — car elle révélerait le dynamisme de la vie moderne. Pour la mettre en valeur et se conformer au principe de clarté, il faut un fond blanc. La couleur joue également un rôle puisque, comme les caractères, elle passe de décorative à fonctionnelle. De ce fait, elle est limitée, elle aussi, car elle doit participer à la force de l'œuvre par le contraste. Jan Tschichold préfère la combinaison blanc et noir, agrémentée de rouge. Toutes les couleurs doivent être pures et non mélangées.

Du côté des caractères, il faut éviter ceux trop « personnels » puisque soumis au principe d'objectivité donc ni artistiques, ni historiques, ni classiques. Il est préférable d'utiliser des caractères sans empattements et de type bâtons. À ce titre, la police *Futura* de Paul Renner ou encore l'*Akzidenzgrotesk* de Bauer & Co (bâton) sont citées en exemple. Au contraire la *Fraktur* ou la *Textura*, encore largement utilisées en Allemagne, sont à proscrire, car trop nationalistes et n'adhérant pas à l'esprit contemporain qui cherche à unir les peuples (objectivité). Jan Tschichold ajoute même que des corps et des graisses trop proches s'avèrent inadéquats pour la lisibilité et la différenciation des informations. Il faut donc hiérarchiser et se restreindre à quelques-uns (entre 3 et 5). Dans la même optique, les titres doivent se présenter en grand et en antique et le texte en petit et en romain. En suivant les règles de clarté et d'objectivité, la typographie prônée par Jan Tschichold devient une construction fonctionnelle géométrique. Il n'est pas l'inventeur du modernisme et de son esthétisme, mais il a marqué de son empreinte le design typographique.

L'ouvrage de *La Nouvelle typographie* est fondamental car il synthétise l'esprit du modernisme que certains designers tentaient de mettre en place à cette époque. Le typographe n'est pas le seul à s'intéresser à la réforme des lettres, il a en quelque sorte entamé et formalisé une pensée qui était déjà dans l'air du temps, note Robin Kinross⁶⁶⁹. En effet, à ces propos sur la nouvelle typographie viennent s'ajouter ceux de Béatrice Warde dans les années 1930. Celle-ci expliquait avec *The Crystal Goblet*⁶⁷⁰ que la typographie devait être aussi transparente que du verre pour s'effacer devant le message. Jeffery Keedy perçoit dans ces déclarations, l'affirmation d'un idéalisme moderniste dans le sens où le designer, ou celui qui manipule la typographie, constitue la personne qui détient le savoir et que son rôle consiste à nous éduquer à la beauté des choses. Le modernisme semble effectivement une affaire de goût et surtout de « bon » goût. Celui-ci s'enseigne, mais pour reprendre les principes de Jan Tschichold, il est aussi question d'objectivité. Le bon goût serait par essence

⁶⁶⁸ *Ibid.*

⁶⁶⁹ Robin Kinross, *La typographie moderne: un essai d'histoire critique*, op.cit. p.102-103.

⁶⁷⁰ Beatrice Warde, *The Crystal goblet, sixteen essays on typography*, The Sylvan press, Londres, 1955

objectif ou, à tout le moins, fondé sur des critères objectifs. Nous en revenons, encore une fois, à la question du beau, de l'esthétisme. La beauté se trouve-t-elle dans la fonction objective ou dans l'individualité subjective ? Le typographe déplorait justement que le « bon » goût soit rejeté au profit de celui plus personnel. Bien que Jan Tschichold regrettait que la recherche de la beauté obstruait celle de la fonctionnalité, il semblerait qu'il ait opté pour une approche objective du bon goût. Sauf que, comme Jeffery Keedy le précise « les critères de goûts sont tout sauf objectifs »⁶⁷¹ et que « Les théories de la typographie consistent majoritairement à proclamer ses propres “goûts” comme des vérités universelles. »⁶⁷²

Précédemment, nous avons perçu l'aversion de Massimo Vignelli pour les nouvelles polices de caractères et leur utilisation à l'ère de l'ordinateur, polices qu'il considère, rappelons-le, comme de « la pollution visuelle »⁶⁷³. Pour le designer, quelques polices de caractères élémentaires étaient amplement suffisantes. De plus, dans son ouvrage *Design is One* co-rédigé avec sa femme, il y développait sa vision du design et ce qu'il devrait être (élégant, éternel, puissant visuellement). Une police de caractère se doit de durer dans le temps, car si elle est bien faite, elle peut être utilisée n'importe où, n'importe quand.

Par contre, Jeffery Keedy admet que certaines polices de caractères ne sont pas faites pour durer éternellement et il est convaincu que cela semble préférable⁶⁷⁴. De son côté, Massimo Vignelli considère l'obsolescence comme « un crime social »⁶⁷⁵ car favorisant le capitalisme. Ces règles, en particulier celles du modernisme, ne pouvaient pas durer. Jan Tschichold a en quelque sorte renié son travail parce que son idée de pureté s'approchait un peu trop de celle du National-Socialisme. De plus, il y a une forme d'échec de l'utopie moderniste de manière générale.

Mais ces règles élaborées dans les années 1920-1930, puis poursuivies et appliquées dans les années 1970 sont-elles encore valables dans les années 1980-1990 à l'heure de l'informatique ? Pour Jeffery Keedy, il est clair que non, elles n'ont désormais plus de sens. Notamment, la distinction entre serif et sans serif avec l'intégration de pseudo et demi serif. De plus, la limitation des caractères souhaitée par les Modernistes semble peu adéquate à la vue de la multiplicité des supports. Il paraît difficile de penser que quelques polices puissent résoudre tous les problèmes, que ce soit dans les années 1980-1990 ou encore aujourd'hui. Et pourtant, certains designers n'ont pas cessé de suivre les préceptes modernistes. Plus

⁶⁷¹ Jeffery Keedy, « The rules of typography according to crackpots/experts », Eye, [En ligne], consulté le 13 août 2018. URL : www.eyemagazine.com/feature/article/the-rules-of-typography-according-to-crackpotsexp

⁶⁷² *Ibid.*

⁶⁷³ *Ibid.*

⁶⁷⁴ *Ibid.*

⁶⁷⁵ Massimo Vignelli, Lella Vignelli, *Design is One*, Images Publishing Group, Victoria, 2004, p.5.

largement, lorsque nous consultons les écrits de cette période 1980-1990 et ceux qui leur sont postérieurs, il y a une forme de consensus et de réactions globalement similaires autour des questions des règles et des principes typographiques.

Il y a au sein des règles modernistes, l'idée d'une hiérarchisation entre la culture *low et high*. L'affirmation de ce qui est « noble » par le designer lui permet de le conforter dans son statut de connaisseur et par-delà, d'apposer une vision paternaliste. Toutefois, cette manière de percevoir les choses et la société ne fait que renforcer une conscience de classes et du capitalisme. Nous en venons donc à nous demander si en bout de ligne les règles modernistes n'auraient pas accentué les disparités au lieu de les abolir comme elles le souhaitaient au départ. Avec le recul, si nous prenons en compte les exemples comme le Pruitt-Igoe, nous en déduirions que c'est effectivement le cas.

Les règles établies par les modernistes semblent découler du principe que la diversité, l'originalité et l'expression de soi ne peuvent engendrer une bonne typographie. Pourtant, la diversité a justement permis à des minorités de pouvoir s'exprimer et ainsi de mettre en avant des problèmes sociétaux. Dans le contexte de la typographie, certes il a existé et il existera encore de mauvaises polices, mais cela dépendra encore une fois du point de vue et des goûts de chacun. Car si nous suivons la réflexion de Jeffery Keedy sur la non objectivité des critères de goût que nous établissons, comment définir si une police de caractères s'avère mauvaise ou non ? Parce qu'elle ne suit pas les règles ? Ces dernières sont, dans le postmodernisme, sujettes à la subjectivité. Par conséquent, tout devrait être permis, mais le résultat ne sera pas forcément d'une valeur égale.

II.2.6.2. Plus aucunes règles !

L'ouvrage de Rick Poynor *Transgression : graphisme et postmodernisme (No More Rules: Graphic Design and Postmodernism)*, traite justement du postmodernisme (typographique et graphique). Le titre véhicule ainsi une toute autre pensée en langue anglaise : pas de règles ou du moins plus de règles. Il ne s'agit pas juste de transgresser, mais de s'affranchir des règles. Son essai synthétise de manière assez explicite ce que les designers des années 1980-1990 s'efforcent d'éviter : suivre les règles. En 1981, Bob Gill publie *Forget All the Rules You Ever Learned About Graphic Design: Including the Ones in This Book* (Oubliez toutes les règles que vous avez déjà apprises sur le design graphique : y compris celles dans ce livre). Là aussi, le titre annonce assez clairement le contenu.

À priori, le message de la période 1980-1990 est limpide, il faut briser les règles ou bien s'en passer. Cependant, même si n'y a pas vraiment d'ouvrages ayant théorisé ou formalisé les principes du postmodernisme à la manière de Jan Tschichold avec la nouvelle typographie, des règles existent. Pour reprendre le livre de Rick Poynor, même si l'auteur indique « *No More Rules* », la recherche de ce dernier parvient à extraire certains principes au sein du postmodernisme. Il s'agit des différentes thématiques que nous avons pu voir précédemment : la déconstruction, l'appropriation, le pastiche, etc.

Si toutefois, Rick Poynor analyse le postmodernisme dans le domaine du design graphique et typographique en aucun cas, il ne donne une liste de règles à suivre pour être postmoderne. La difficulté à définir concrètement le postmoderne et le postmodernisme rend la tâche ardue. Si nous n'arrivons à pas à nous entendre sur la définition, comment élaborer des règles ? Néanmoins, s'il n'existe pas de règles, il se trouve tout de même certaines caractéristiques et spécificités qu'il est possible d'extraire. Comme nous l'avons avancé, tout ceci est attribuable à l'effervescence autour des nouveaux outils technologiques, de la *French Theory*, d'un contexte socio-historique en réaction au modernisme et d'une myriade d'autres influences issues de domaines variés. Il faut presque appliquer le contraire de ce que souhaitait le modernisme. Pas d'ornement ? Mettez-en ! Pas de références au passé ? Faites-le ! Les caractères et les corps doivent être limités ? Utilisez-en plusieurs ! La typographie se doit d'être claire, sobre et lisible, elle devient déconstruite et illisible. Elle doit s'effacer, elle figure au premier plan. Le fond doit être blanc, il est de couleur. Cassez le rythme de lecture, ne hiérarchisez pas l'information, ne simplifiez pas le travail du lecteur, montrez votre personnalité, exprimez-vous !

Inconsciemment, ces règles existent. Si les jeunes designers de l'époque ne sont pas obligés de les suivre, il faut reconnaître qu'il se trouve des similitudes dans leurs travaux. Néanmoins, les réalisations parviennent à se démarquer grâce aux influences reçues des auteurs et leurs préférences. Il est ainsi facile de reconnaître le travail de David Carson, d'April Greiman, d'Ed Fella ou encore de Paula Scher. Les règles du modernisme étaient connues, elles ont été transgressées.

L'ouvrage de Rick Poynor⁶⁷⁶ ne s'achève d'ailleurs pas sur une définition du postmodernisme d'aujourd'hui, ce qui laisse un arrière-goût d'inachevé, tout en étant paradoxalement très postmoderne⁶⁷⁷. Il y aurait donc, plus une compréhension globale de ce

⁶⁷⁶Rick Poynor, *Transgression : graphisme et post-modernisme*, Pyramyd, Paris, 2003.

⁶⁷⁷Armin, « No More Rules : Graphic Design and Postmodernism », Speak Up [En ligne], mis en ligne le 15 mars 2004, consulté le 13 août 2018. URL:

qu'est le postmodernisme, notamment en regard de la typographie, qu'une théorie exacte qui en donnerait les contours précis et les règles ordonnées.

L'autre facette du postmodernisme, à côté d'une absence de règles, est aussi la mise en place de nouvelles règles non élaborées par des professionnels. Puisque les logiciels et les ordinateurs sont désormais plus communs, plus puissants et plus accessibles, toute une population d'amateurs a désormais le champ libre pour faire de la création. Ces néophytes peuvent donc potentiellement susciter l'émergence de formes et d'usages inédits auxquels les spécialistes n'auraient pas forcément pensés. Et même si de «mauvaises» polices de caractères ont été créées durant cette période, cela n'a pas amené le design typographique à son extinction, ni même précipité la fin de nos sociétés.

Le postmodernisme s'est ouvert à d'autres domaines. La typographie étant liquide et s'infiltrant partout, il ne serait pas étonnant de voir surgir des principes issus d'autres champs disciplinaires. En 1993, Jeffery Keedy croyait fermement que l'ère du numérique était et serait une découverte des plus importantes et des plus innovantes dans l'histoire du design typographique, justement parce qu'elle autorise la démocratisation. Dans le cas présent, il parlait de l'information au sens large, mais il n'est pas exclu d'y incorporer justement les règles typographiques. Comme nous l'avons déjà expliqué, il est aisé de trouver des listes de règles à suivre en effectuant une recherche sur internet.

II.2.6.3. Retour à la simplicité

Une fois l'effervescence de la déconstruction passée, que reste-t-il dans les années 2000 au début d'un nouveau siècle ? En 2005, le magazine *Emigre* cesse ses activités en raison de problèmes économiques, mais aussi parce que ses créateurs se sentent dépassés. La publication avait marqué les esprits et ouvert la voie à l'ère du design graphique et typographique sur ordinateur, notamment sur MacIntosh. Pour beaucoup, le design sur MacIntosh ne pouvait être perçu comme quelque chose de sérieux. C'est ce que confirme Rudy VanderLans⁶⁷⁸ quand il avoue s'être senti un peu seul et isolé du reste de la communauté des designers par rapport à son engouement pour ce nouvel outil et ses capacités. En étant pionnier dans le domaine, *Emigre* a dû forger ses propres règles et son propre style, souvent imités par la suite. Néanmoins, les choses évoluent rapidement, les

⁶⁷⁸<https://www.underconsideration.com/speakup/archives/001870.html>
Sarah Bougher, Joshua Berger, *op.cit.*

temps changent et les fondateurs d'Emigre grandissent eux-aussi et ont d'autres aspirations à savoir créer plutôt des polices de caractères pour du texte plutôt que pour des titres et des entêtes. Mais ils s'orientent dans cette voie en gardant l'esprit de dépassement et de création qui était le leur, mais en le faisant de manière moins provocatrice.

Toutefois, si le magazine était provocateur dans les années 1980-1990, le serait-il encore aujourd'hui ? Rien n'est moins sûr. Le nom d'Emigre était aussi synonyme d'une des premières fonderies numériques alors que désormais, nous en trouvons des dizaines sur internet. D'après Jeffery Keedy, il semblerait que cette époque des années 80-90 ait été une parenthèse, une erreur informatique, une aberration qui ne reviendra jamais. Le design typographique d'aujourd'hui satisfait d'autres besoins, d'autres règles. Zuzana Kicko et Rudy VanderLans avaient répondu à quelque chose de plus grand qu'eux, emportés par la vague numérique et expérimentale. Jeffery Keedy considère qu'actuellement le design n'est plus aussi large dans ses questions et ses débats. À la question que se pose Steven Heller⁶⁷⁹ : est-ce que les designers de polices de caractères qui brisaient les règles il y a trois décennies peuvent encore le faire ? La réponse semble plutôt négative.

La fin d'Emigre en tant que magazine semble sonner le glas d'une époque et ceux qui brisaient les règles la décennie précédente paraissent s'être assagis. C'est comme si les règles ou non règles émises durant vingt ans avaient été absorbées par le milieu du design, puis consciemment assimilées. Il n'y a pas de rejet du postmodernisme, comme il y a pu avoir une réaction au modernisme, néanmoins certains se demandent si nous sommes dans une seconde période du premier ou bien au-delà.

Nous pourrions penser qu'effectivement, il y a une sorte de « retour à la normale » lorsque nous voyions des designers comme John Maeda prôner un travail fondé sur la simplicité. En effet, en 2006, celui-ci publie *De la simplicité (The Laws of Simplicity)*, ouvrage dans lequel il énumère dix lois :

- Réduire (la réduction est la manière la plus simple d'arriver à la simplification),
- Organiser (l'organisation rend les choses simples),
- Le temps (savoir ménager son temps pour en gagner),
- Apprendre (le savoir rend les choses simples),

⁶⁷⁹ Steven Heller, « Can the Rule-Breaking Font Designers of Three Decades Ago Still Break Rules? » The Atlantic [En ligne], mis en ligne le 8 novembre 2012, consulté le 12 juin 2018 URL: <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/can-the-rule-breaking-font-designers-of-three-decades-ago-still-break-rules/264958/>

- Différences (simplicité et complexité sont complémentaires),
- Contexte (ce qui entoure la simplicité peut être important),
- Émotion (les émotions sont une bonne chose),
- Confiance (croire en la simplification, la simplicité donne confiance),
- L'échec (tout ne peut être simple ou simplifié, l'échec n'est pas une fatalité),
- Le bon/loi cardinale.

Le livre de John Maeda pourrait paraître comme un manifeste moderniste en faveur de l'essentiel. Effectivement, John Maeda se situe du côté des modernistes par son héritage intellectuel reçu de Muriel Cooper, qui l'a soutenu et encouragé, et par son admiration pour Paul Rand. Cependant, pour lui, simplicité n'est pas forcément synonyme de fonctionnel et de minimaliste. Ce terme a la capacité de véhiculer de l'émotion. Néanmoins, nous restons dans l'optique de mentionner beaucoup de choses avec peu d'éléments. Pour John Maeda, il s'agit surtout d'une réflexion personnelle autour de cette thématique qui mélange expériences autobiographiques et idéologies théoriques. Est-ce que la simplicité est préférable à la complexité ? Il n'a pas la réponse. La simplicité n'est pas non plus son fer de lance. Il ne milite pas pour une simplification totale, ni n'en fait pas son mode de vie à la manière d'une Marie Kondo⁶⁸⁰. Il avoue même, après la publication de son livre, qu'il a eu assez de la simplicité car elle le « fatiguait », de même qu'il admet ne pas être « un homme de simplicité » car son travail et sa vie quotidienne l'amènent à faire des choses complexes. Pourtant, *De la simplicité* semble être un bon condensé de ses recherches et de ses travaux dans lesquels la simplicité tient effectivement une place importante. « Quand vous en voulez plus, c'est parce que cela vous plaît, quand vous en voulez moins, c'est parce qu'il s'agit de travail. Pour résumer, la simplicité revient à vivre sa vie de la façon la plus amusante, avec le moins de peine possible. »⁶⁸¹ Il en résulte que son livre ressemble à un ouvrage méthodologique en phase avec son temps dans une ère de la communication où tout se doit d'être simple et rapide.

La filiation moderniste n'est donc pas éteinte et n'a pas disparu des années 1980-1990. Si bon nombre de jeunes designers ont adopté le parti Cranbrook/*Emigre*, certains sont restés fidèles au modernisme, soit comme fervents admirateurs, soit parce que ce mouvement leur

⁶⁸⁰ Autrice japonaise qui a publié *La magie du rangement* qui sont des méthodes et des conseils pour mettre de l'ordre chez soi afin d'améliorer son quotidien.

⁶⁸¹ John Maeda, John Maeda sur la simplicité. TED, 2007.
www.ted.com/talks/john_maeda_on_the_simple_life?language=fr.

convenait mieux. Le style déconstruit a effectivement marqué, car il a été largement diffusé, mis en avant et il occupait les pensées. Mais cela serait occulté le fait que le modernisme ne s'est pas éteint du jour au lendemain, même si Charles Jencks affirme le contraire. La pensée de John Maeda est, par exemple, en contradiction avec celle de David Carson qui n'a suivi aucun apprentissage du design et dont le désordre fait partie de sa personnalité et de son mode de vie. Le second est d'ailleurs emblématique du credo «*No More Rules*», de la décennie 1990 du grunge et, par extension, de la pensée postmoderniste.

II.2.6.4. Adapter les règles

Mais est-ce que les années 2000 marquent forcément un retour à des règles visant une simplicité du design typographique ? Stefan Sagmeister décide d'entamer une année sabbatique en 2000⁶⁸² afin de se consacrer à l'expérimentation et tester de nouvelles choses. Une expérience qu'il renouvellera périodiquement. Ici l'exploration du designer prend d'autres formes car lui aussi est en quête ce qui lui convient le mieux. Il a donc commencé par faire des listes de thèmes qui l'intéressaient, puis des listes de choses qu'il avait apprises avec le temps tout au long de sa vie. Si John Maeda cherche la simplicité dans le design, Stefan Sagmeister, lui cherche le bonheur. Il concrétisera d'ailleurs cette recherche à travers son film *Happiness*.

Les travaux issus de ses temps de pauses se sont formalisés par des installations qui illustrent ses maximes comme : « La confiance en soi donne de bons résultats ». Celle-ci a d'ailleurs été transformée en un mur de bananes dont le texte apparaît et disparaît en fonction de l'état des fruits. Nous pourrions dire qu'il prend comme règle majeure de réaliser ce qu'il aime et de refuser le reste. Car, pour lui, un designer n'est heureux que lorsqu'il est en train de créer. Il perçoit à travers le design, l'existence d'une échelle du bonheur qui aurait été corrompue par la publicité qui en a rendu cynique l'idée de bonheur. La recherche de ce bien-être pour le designer passe aussi par une quête de l'authenticité que nous pourrions résumer grossièrement : si un designer est heureux, son travail s'en ressentira. En conclusion, il n'y a pas de mauvaises polices de caractères ou de mauvaises règles, il a juste ce que le designer en fait, car un bon designer peut tout utiliser. « La police de caractères est un point de départ, non une destination. »⁶⁸³

⁶⁸²Stefan Sagmeister, « Tweedledee, Tweedledum. Mon année de design graphique sans clients », Marie-Louise, n°1, Editions F7, Paris, 2006, p.2-9.

⁶⁸³(Notre traduction) « The typeface is a point of departure, not a destination. » Jeffery Keedy, « The rules of

Comme l'explique Jeffery Keedy⁶⁸⁴, une première caractéristique à connaître sur la typographie, c'est qu'elle a toujours comporté des règles et des adages. La seconde chose, c'est que ces règles peuvent être brisées. Ce que confirme John Lewis, qui a justement écrit sur les principes de base de la typographie, quand il nous dit que « les règles sont faites pour être transgressées »⁶⁸⁵. Le principe de « briser les règles » ne tendrait-il pas vers une autre règle ?

La typographie a donc toujours été régie par des règles et des principes variables selon les époques car adaptables en fonction des besoins. Il y a donc fort à parier que les principes ne sont pas immuables et que, par exemple, le style international ou suisse, qui a durablement marqué et marque encore le design typographique de son empreinte, n'est pas irremplaçable. Si les règles semblent être les garantes de la bonne tenue de la typographie dans le temps, c'est aussi parce qu'elles ont un rôle à jouer.

Le designer est libre de s'en servir ou de les rejeter, de les remettre en question ou d'inventer les siennes. En somme, le designer devrait avoir le choix d'opter pour celles qui lui conviennent le mieux ou qui lui semblent communiquer le mieux, et que cela soit de manière objective ou personnelle. Il n'est plus question de règles que les designers imposent à la typographie comme vérité absolue, mais de règles qu'ils s'imposent à eux-mêmes. L'époque actuelle serait hypothétiquement une synthèse entre modernisme et postmodernisme. Il y a de nouveau des règles, mais elles ne s'appliquent pas à tous et certaines se transforment en recherche personnelle.

Dans les cercles typographiques, il est courant de se référer aux valeurs traditionnelles comme si elles étaient figées de façon permanente et en aucun cas ouvertes à l'interprétation. Ceci est l'origine d'une crainte mal orientée à l'égard des nouveaux développements du design typographique. La peur est que les nouvelles technologies, avec leur démocratisation du design, soient le début de la fin des standards typographiques traditionnels. En réalité, seul l'inverse est vrai, car bien que les standards typographiques soient remis en question par davantage de designers et d'applications qu'autrefois, ce défi ne peut que réaffirmer ce qui fonctionne et modifier ce qui est dépassé.⁶⁸⁶

typography according to crackpots/experts », *op.cit.*

⁶⁸⁴ *Ibid.*

⁶⁸⁵ John Lewis, *Typography: Basic Principles*, Studio Books, Londres, 1963, p.12.

⁶⁸⁶ (Notre traduction) « In typographic circles it is common to refer to traditional values as though they were permanently fixed and definitely not open to interpretation. This is the source of the misguided fear of new developments in type design. The fear is that new technology, with its democratisation of design, is the beginning of the end of traditional typographic standards. In fact, just the opposite is true, for though typographic standards are being challenged by more designers and applications than ever before, this challenge can only reaffirm what works and modify what is outdated. » Jeffery Keedy, « The rules of typography according to crackpots/experts », *op.cit.*

Jeffery Keedy explique que ces changements de paradigmes réguliers ont une utilité. Il ne s'agit pas simplement de problématiques contextuelles, mais de remise à plat en forme de bilan, dans le domaine de la typographie. Il n'existe pas de bonnes ou de mauvaises règles, juste de perpétuelles remises en question. Il n'y a pas non plus de tradition typographique puisque celle-ci évolue constamment. Ou, au contraire, nous pourrions considérer la tradition dans le domaine typographique comme étant l'un des seuls changements constants.

Pourquoi donc insister sur ce qui est ancien ? La nouvelle typographie souhaitait se démarquer de l'ancienne. Elle est donc partie sur une base nouvelle, mais pas totalement inédite. Toutefois, la nouvelle typographie et son application moderniste suisse sont devenues anciennes à leur tour. Et même si des designers adhèrent au concept de règle traditionnelle ou se servent de polices anciennes, ce n'est pas une mauvaise chose. Ce qui est mal perçu, c'est l'appropriation sans compréhension, sans un regard sur le contexte contemporain dans lequel nous nous trouvons. Cela peut effectivement être considéré comme de la paresse. À titre d'exemple, utiliser des caractères du passé pour en créer de nouveaux serait admettre qu'il est difficile, voire impossible, de produire de l'inédit sans passer par ce qui est ancien. Et par là, consentir au fait que ce qui est ancien est forcément bon ou utile.

Il est indéniable que la typographie comporte des règles. Ces dernières sont régulièrement questionnées, remises en cause, modifiées, débattues ou, au contraire, méticuleusement suivies. Cependant, pour Jeffery Keedy, elles ne sont et ne doivent pas être ignorées. Il n'est pas le premier designer à avoir cette pensée. John Lewis avant lui expliquait qu'« avant de commencer à ne pas respecter les règles, il faut savoir ce qu'elles sont. Une fois qu'on connaît les procédures correctes, on peut les considérer d'un œil critique et voir si leur transgression délibérée ajoute aux méthodes de communications. »⁶⁸⁷

Les règles deviennent également floues lorsqu'il s'agit de catégoriser. En effet, la calligraphie ou encore le lettrage possèdent leurs propres définitions mais il est possible de voir à travers la pratique que les typologies se sont estompées avec le temps. Il existe toujours des axes servant à une base de caractérisation mais que l'approche et la conception changent en fonction des pratiquants.

Néanmoins, comme le font remarquer Neville Brody et Jon Wozencroft⁶⁸⁸ l'influence de la *Nouvelle typographie* reste cependant très ancrée dans la conception typographique. Il

⁶⁸⁷ John Lewis, *op.cit.*, p.70.

⁶⁸⁸ Neville Brody, et Jon Wozencroft, *op.cit.*, p.22.

semble en effet difficile d'effacer des années d'apprentissage dont les règles sont si bien établies dans le paysage.

III. Penser la typographie à l'ère post-moderne

III.1. De nouvelles manières de penser

III.1.1. Typographie et usages sociaux : la place du spectateur

III.1.1.1. Problématiques sociales

Comme nous l'avons évoqué à plusieurs reprises, l'art, comme le design, s'inscrit dans des problématiques sociales, culturelles, économiques. La typographie moderniste exprimait un projet plus vaste qui englobait tous les domaines. Une intention que nous avons résumée en la recherche d'un idéal presque totalitaire de fonctionnalité et de résolution de problèmes. Un dessein que nous condons encore plus simplement : seule solution pour tous les problèmes ou seule réponse pour toutes les questions. Il peut être question d'une esthétique compréhensible par tous, comme la police de caractère du métro de la ville de Londres de Edward Johnston⁶⁸⁹ ou à travers la standardisation comme le système Isotype⁶⁹⁰ (International System Of Typographic Picture Education). Pour ce dernier, ses créateurs Otto Neurath⁶⁹¹ et

⁶⁸⁹Edward Johnston (1872-1944) calligraphe, enseignant et dessinateur de caractères britannique.

⁶⁹⁰Isotype fût développé par Otto Neurath.

⁶⁹¹Otto Neurath (1882-1945) socialiste et économiste autrichien.

Gerd Arntz⁶⁹² élaborèrent plus de 4000 signes pour différents usages et domaines. Néanmoins, l'idée que les icons ou les signes visuels (non typographiques) ont une forme d'universalité plus que le texte, découle de la pensée moderniste nous dit Ellen Lupton. Alors que selon elle, l'image ne simplifie en rien le langage et sa compréhension n'est pas mondiale.

Dernièrement des designers s'intéressent à des problématiques sociétales. La typographie aiderait justement à exprimer et à rendre visibles ces questionnements mais également à évoquer d'éventuelles solutions. Comme nous l'avons évoqué en amont, le vernaculaire peut permettre à certains groupes d'avoir un champ d'expression libre. Notons par exemple la création en 2017 de *Gilbert*, police de caractère qui rend hommage à Gilbert Baker⁶⁹³, membre de la communauté LGBT+ décédé la même année. *Gilbert* s'inspire directement, par son assemblage de couleurs, du drapeau arc-en-ciel dont Gilbert Baker est le créateur. La police s'articule autour de formes simples dont les superpositions colorées laissent entrevoir de nouvelles nuances. Il est possible de trouver des problématiques sociales similaires avec la fonte *The feminist letters* créée par Young & Rubicam afin de promouvoir un message en faveur de l'égalité des genres. Chaque lettre, décorée, dessinée par des traits simples au rendu presque manuel, illustre une thématique en lien avec les femmes (droit de vote, égalité des salaires et des opportunités, droit de disposer librement de son corps, etc.). La fonte est ainsi pleinement dans l'actualité des mouvements *#timesup* ou *#metoo*. Le tout reste néanmoins plus illustratif d'un message fort que véritablement lisible. De son côté, le magazine colombien *Semana* décide de lancer une campagne intitulée *Help font* afin de mettre en lumière les personnes porteuses de prothèses suite à des mutilations causées par les mines dans le pays. À cette occasion, une police de caractère est créée, elle reprend dans son esthétique le dessin des prothèses de jambes en alternant au sein d'une même lettre des graisses différentes.

D'autres polices convoquent des problèmes directement associés à la lisibilité. Il y a ainsi la *Dyslexia* de Daniel Britton qui traite directement des soucis liés à la dyslexie. Elle met en exergue la difficulté que peut avoir un lecteur non atteint de la maladie à déchiffrer un texte écrit avec cette police. Ce qui permet, non pas d'illustrer le propos mais de rendre le problème concret, en plaçant le lecteur à l'épreuve physique du déchiffrage. Nous pourrions arguer que ces projets poursuivent une volonté de l'ère postmoderne de s'intéresser à des groupes et des communautés souvent minoritaires. Cependant, comme nous avons pu le voir, ce projet fut un échec car le postmodernisme ne proposait pas de résolution de problèmes. Il n'y avait pas de

⁶⁹²Gerd Arntz (1900-1988) dessinateur allemand.

⁶⁹³Gilbert Baker (1951-2017) artiste et activiste américain.

solution globale, à la rigueur des solutions individuelles ou tout du moins des recherches individuelles car chacun était libre de s'exprimer. Les designers des années 1980-1990 s'étaient certes attardés sur des questions de lisibilité, par exemple, cependant ils ne les avaient pas traitées comme un problème social mais les avaient abordées majoritairement, plutôt en réaction au modernisme.

Des designers comme Neville Brody et Jon Wozencroft proposaient justement, de penser en dehors des cases, notamment avec *Fuse*, et d'élaborer de nouveaux langages pour de nouveaux modes de vie, de nouvelles personnes. L'un des points forts du postmodernisme, par le biais du vernaculaire, était de donner, à des minorités, une chance de s'exprimer. Ce mouvement a laissé à de jeunes designers la liberté de témoigner sur leur manière de concevoir l'esthétique de la typographie mais plus encore. Il fallait également revoir les critères dominants et laisser une plus grande place au lecteur-spectateur. Bien que le postmodernisme typographique n'apparaisse pas comme du design social, il a fait émerger d'autres choses, comme l'action de mettre le spectateur à contribution. Car c'est bien le spectateur qui interprète les signes, c'est par lui et pour lui que les valeurs sont repensées. Il y a une multiplicité d'interprétations car il y a une multiplicité d'actes de lecture. Le processus de lecture, son expérience, peut amener à l'expérience esthétique.

Dans les créations précédemment citées, le spectateur-lecteur était sollicité pour se mettre à la place d'une personne handicapée, malade ou subissant des inégalités. Il lui est maintenant demandé de faire des efforts physiques mais aussi des efforts de compréhension. Il existe ainsi beaucoup d'œuvres dans lesquelles il est demandé au spectateur de participer. Sa réaction peut être simplement sollicitée ou alors attendue voire provoquée.

III.1.1.2. Nouvelles implications du lecteur-spectateur

Car en parallèle des problématiques sociales, il y a les usages. Ces habitudes et pratiques ancrées dans notre culture, notre quotidien. L'usage de la typographie (de son « bon » usage) sous-entend des règles que nous avons déjà mentionnées. L'usage peut aussi impliquer le terme outils, comme nous parlons des outils numériques pour de nouveaux usages sociaux. L'usage de la typographie serait alors d'être lu et sa fonction de faire passer un message. Néanmoins comme nous avons pu le constater, la réalité n'est pas aussi simple. La typographie postmoderniste rompt avec la tradition de lisibilité et l'organisation visuelle. Comment faire lorsqu'il est impossible de lire car les rapports au langage, au processus de

lecture ont été modifiés? Ou du moins lorsque la création rend la lecture difficile, inhabituelle?

Le postmodernisme interroge les nouveaux usages de lecture, toutefois un autre élément découle de ces questionnements : la place du spectateur-lecteur. En effet, sa sollicitation dans la compréhension d'une œuvre typographique a souvent été mise en évidence. Le designer soumet au spectateur une composition fragmentée où se superposent plusieurs couches d'éléments qu'il doit assembler — ou non — et qu'il est libre d'interpréter comme il le souhaite. L'idée du modernisme était de rendre la typographie limpide et ce qu'elle contient compréhensible pour tous, alors que les designers postmodernistes tentent de solliciter individuellement le spectateur.

Nous pourrions déclarer que lire, c'est déjà faire appel au spectateur, c'est lui demander un effort puisque la lisibilité peut induire la compréhension. Néanmoins, être observateur le met dans une position passive. Pourtant, Jacques Rancière déclare que ce n'est pas parce que nous regardons que nous sommes passifs. Il y a un dialogue dans l'art à travers le décodage des œuvres. Jacques Rancière dans le *Spectateur émancipé* explique qu'« il n'y a pas de théâtre sans spectateur »⁶⁹⁴, de la même manière que Vivien Philizot énonce qu'il n'y a pas de forme typographique sans lecteur⁶⁹⁵. Car la lecture implique chez le lecteur deux actions : l'acte de lecture et le jugement de goût. L'un concerne l'esthétique, la forme de la lettre, l'autre la compréhension des informations qu'impliquent ces signes. Comme nous le savons, l'aspect de la lettre transmet également des informations entre signes et messages qui peuvent être soit complémentaires soit contradictoires. Certaines mises en pages ou contours de polices jouent avec l'écart ou le rapprochement qu'il peut y avoir entre la forme et le fond. Cependant, à en croire Robin Kinross, la forme et le fond ne peuvent être séparés⁶⁹⁶.

La participation du spectateur dans le processus de création est très présente depuis les années 1980-1990. Il lui est demandé de ne pas simplement être visiteur dans une exposition mais d'être également acteur, performeur, utilisateur. Certains y voient des facilités prises par les artistes et designers en rendant le spectateur co-auteur. Les technologies numériques favorisent cet état de fait en mettant l'accent sur l'interactivité. C'est ce que nous avons pu constater avec les *Reactive Books* de John Maeda, qui laissent l'utilisateur jouer avec les différentes possibilités offertes par l'informatique. *Text Rain* de Camille Utterback et Romy

⁶⁹⁴Jacques Rancière, « Le spectateur émancipé », *Le spectateur émancipé*, sous la direction de Jacques Rancière, La Fabrique Éditions, 2008, p. 7-29.

⁶⁹⁵Vivien Philizot, « usages sociaux du caractère typographique », *Livraison 13*, éditions Rhinoceros, 2010 p.103.

⁶⁹⁶Robin Kinross, *La typographie moderne: un essai d'histoire critique*, op.cit., p.

Achituv, autre exemple précédemment cité, laisse le spectateur intervenir dans cette installation interactive. Les lettres tombent comme des gouttes de pluie et répondent aux mouvements des participants. Il est ainsi possible de jouer avec les lettres en arrêtant leur course ou bien de les accumuler pour essayer de recueillir quelques mots ou phrases épars. Ici la lecture, activité plus cérébrale, se conjugue avec l'activité physique.

En soi, ces différents travaux ne possèdent rien de novateur. Le spectateur était déjà sollicité dans les années 1950 et 1960 au sein du dispositif artistique, en tant que « sujet-participant »⁶⁹⁷ et les œuvres interactives actuelles ne font que prolonger cette filiation aidée par les nouvelles technologies. Ces œuvres invitent à repenser la place du spectateur.

Le développement et la démocratisation des nouvelles technologies ont fait émerger de nouveaux modèles qui se focalisent plus sur l'interaction. En particulier les HCI (*Human Computer Interaction*) dans les années 1980. Bien que la dénomination emploie le terme ordinateur, les HCI s'étendent à tout type de technologies (tablette, *smartphone*) et incluent plusieurs disciplines (science cognitive, informatique, etc.).

L'apparition de structures, d'outils et de réflexions tournés vers l'utilisateur dans les années 1980-1990 est à mettre en lien avec les revendications d'auteurs émanant de designers. Inspirés par le discours autour de *La mort de l'auteur* de Roland Barthes, de nombreux designers, non seulement s'engagent dans de nouvelles recherches formelles mais aussi entraînent le lecteur comme constructeur du sens, explique Ellen Lupton⁶⁹⁸. C'est l'apparition du terme utilisateur qui va au-delà de celui de simple lecteur-récepteur.

Ce lecteur-utilisateur devient une figure importante car le designer doit essayer de le comprendre, d'anticiper ses réactions, de le protéger tout en le contrôlant. L'utilisateur devient une sorte de sujet test. Et c'est là, que l'interaction entre en jeu. Un environnement interactif contient un certain degré de maîtrise sur l'usager et permet également d'en apprendre plus sur l'audience en récoltant des données. Dans le cas de la typographie, l'utilisateur peut être invité à jouer avec le texte mais Ellen Lupton explique qu'il faut aussi prendre en compte que l'inverse est aussi présent⁶⁹⁹ : le texte, la typographie jouent avec le public. De ce fait, celui-ci devient utile au designer car il peut lui permettre de revisiter, voire d'élaborer de nouvelles formes de communication visuelle en apportant des angles de réflexion innovants. Il y a eu

⁶⁹⁷ Jérôme Glicenstein, « La place du sujet dans l'œuvre interactive », *Artifice 4 langages en perspective*, 1996 (non paginé).

⁶⁹⁸ Ellen Lupton, « The Designer as Producer », elupton.com [En ligne], consulté le 8 août 2018. URL : <http://elupton.com/2010/10/the-designer-as-producer/>.

⁶⁹⁹ Ellen Lupton, « The Birth of the User ». AIGA | the professional association for design [En ligne], mis en ligne le 7 janvier 2005, consulté le 8 août 2018. URL: <https://www.aiga.org/the-birth-of-the-user>.

ainsi toute une approche sur les questions de lisibilité et de compréhension autour d'internet et des écrans, comme nous avons pu l'aborder dans le chapitre sur la lisibilité.

Il faut aussi prendre en compte que le public qui interagit avec les écrans, ne se comporte pas de la même manière que face à un support papier. Il n'a pas les mêmes attentes. Pour Ellen Lupton, le premier serait plus impatient et productif, toujours en recherche par rapport au second plus contemplatif.⁷⁰⁰ Une culture différente en serait à l'origine. Différents médiums entraînent des réactions distinctes. Néanmoins, l'apparition de l'interactivité avec les écrans, ne signifie pour autant la mort du papier. Au contraire, affirme Ellen Lupton, cela l'aurait renforcé en ouvrant des chemins possibles à de la lecture étendue⁷⁰¹.

Dans le cas d'œuvres typographiques des années 1980-1990, bien que les nouvelles technologies soient employées pour créer des polices et des mises en pages, elles ne servent pas l'interactivité. La participation du spectateur est autre et se trouve plus dans la compréhension verbale et visuelle de l'œuvre. Son rôle voulu comme plus actif reste néanmoins limité car les œuvres lui sont présentées comme « un "produit fini" qui ne suppose aucune modification, permutation, variation, "actualisation". »⁷⁰² Les typographies kinétiques ou animées par exemple ne sont pas interactives puisque seul l'auteur ou l'artiste les a conçues et que le spectateur ou regardeur ne peut en rien les modifier. « L'œuvre interactive est un objet numérique manipulable en temps "réel" par quelqu'un ou "quelque chose" d'autre que son créateur. »⁷⁰³ Il en va de même avec des œuvres que nous avons précédemment abordées comme les *Interactives books* de John Maeda, *Talmud Project* de David Small ou encore *Text Rain*. Ces œuvres sont terminées et sont, ce qu'Annick Burdeaud nomme, des œuvres « programmes ». Elles contiennent un ou des programmes informatiques mais ne peuvent pas être actualisées. Ce ne serait pas tant que la typographie, qui est le sujet, mais le programme qui est œuvre. De plus, une grande partie des réalisations sont vouées à disparaître par leur obsolescence programmée. Un peu comme les polices fournies avec les magazines *Emigre* ou *Fuse* qu'il n'est plus possible d'ouvrir sur un ordinateur actuel.

Dans l'œuvre ouverte de Umberto Eco, chaque spectateur ou lecteur est libre d'interpréter ce qu'il voit selon sa propre sensibilité. Umberto Eco explique que l'œuvre est incomplète sans le spectateur qui participe à son achèvement. Cela contribue à l'enrichissement des productions artistiques en terme de sens mais peut également les rendre

⁷⁰⁰ *Ibid.*

⁷⁰¹ *Ibid.*

⁷⁰² Annick Burdeaud, « qu'est-ce que l'interactivité ? », OLATS (l'Observatoire Leonardo des Arts et des Technologies) [En ligne], mis en ligne en 2014, consulté le 12 juillet 2018. URL : www.olats.org/livresetudes/basiques/6_basiques.php

⁷⁰³ *Ibid.*

obscur, troubles, désordonnées. Le message de l'œuvre n'est donc pas forcément limpide et peut être ambiguë. Nous rencontrons encore cette ambiguïté dans les nouveaux médiums et supports contenant de la typographie.

De plus, nos conditions de lecture ont été légèrement modifiées par ceux-ci. L'objet imprimé, comme le livre qui est sans doute le plus privilégié, n'est pas encore mort mais son opposé ou complémentaire, le numérique, nous prédispose à de nouvelles façons d'aborder sa lecture comme nous avons pu l'évoquer. Si les livres deviennent œuvres, comme peuvent l'être les livres d'artistes, ils évoluent en livres objets qui ne peuvent être utilisés comme un livre habituel. Nous ne serions plus dans les mêmes conditions de lecture, ici le livre serait sacralisé, intouchable. Cela rompt avec la conversation que nous établissons généralement avec le livre puisque, dans le cas présent, il est comme figé dans le temps. Or, le temps est un élément essentiel de la lecture ou de l'appréhension d'une œuvre. Pour Béatrice Didier, si nous ne pouvons pas toucher un livre, l'expérimenter physiquement alors il est inutile⁷⁰⁴.

Il est vrai que voir des polices de caractères qui bougent, qui réagissent au contact, qui changent de formes ou de couleurs ou encore qui font du bruit, supposent des modifications dans le comportement de l'utilisateur. Sur un livre papier, nous n'avons pas ce rapport, bien qu'il soit possible de trouver des mises en pages et des mises en forme peu classiques, c'est le cas notamment de *Typotheque type spécimen n° 10* sorti en 2014. Il n'est pas question là d'un catalogue présentant une sélection de polices de caractères. Cependant, l'ouvrage propose à l'utilisateur et potentiel acheteur de fontes, des idées afin de trouver les bonnes combinaisons de polices. *Typotheque type spécimen n° 10* découpe donc l'intérieur de ses pages en trois parties, chacune représentant du texte hiérarchisé de la plus grande taille à plus la petite. Celui ou celle qui manipule l'ouvrage peut donc tourner les pages de manière indépendante afin de trouver la bonne alliance de polices. Néanmoins, les possibilités restent limitées.

Bien sûr, tout ne se résume pas à l'interactivité et la participation physique du lecteur-spectateur n'est pas forcément requise. Néanmoins, même en typographie il y a une proposition d'œuvre ouverte. Les designers demandent un certain engagement de la part du spectateur-lecteur lorsqu'ils inscrivent la typographie dans de nouveaux contextes spatiaux et théoriques. Si nous changeons les paradigmes d'exposition dans le cadre du design par exemple et tout particulièrement de la typographie, il faut également s'attendre à voir les lieux d'exposition devenir des lieux de création.

⁷⁰⁴Alexandru Balgiu, Leszek Brogowski, Jocelyn Cottencin [et al.], *Collectionner, conserver, exposer le graphisme...*, op.cit., p.86.

Toutefois, participer et interagir sont sans doute en demander beaucoup au spectateur. Il doit déjà se soumettre au processus de lecture et éventuellement au jugement de goût, donc à la critique. Pour Mike Mills⁷⁰⁵, il s'agit d'une contradiction du postmodernisme : supposer que le lecteur puisse décoder les différentes couches d'interprétation, alors que potentiellement il n'y comprend rien parce qu'elles sont trop difficiles à déchiffrer, sans sens, ni intérêt pour lui. Le lecteur ne les verrait d'ailleurs même pas comme des stratifications mais juste comme un seul bloc, une seule image. C'est ce que confirme d'une certaine manière Robin Kinross, en mentionnant qu'un contenu peut devenir inintéressant si ses effets sont abscons et/ou visuellement trop forts. Il faut désormais prendre en considération les autres : non seulement le spectateur mais aussi les personnes avec lesquelles nous travaillons qu'elles soient des clients ou non. Il faut s'accommoder du désir des autres, c'est ce qu'explique Robin Kinross dans *More Light*⁷⁰⁶ puisque le designer est invité à penser plus et à élargir ses horizons.

III.1.1.3. Repenser la relation avec l'audience

Selon Audrey Bennett, le développement de la recherche en design graphique, qu'ici nous entendons au sens large, amène à repenser les relations avec l'audience⁷⁰⁷. La recherche intégrerait l'expérience pour et avec celle-ci. Cela rejoint les propos de Don Norman et Ann Tyler selon lesquels le public est nécessaire à la conception du design⁷⁰⁸. Il faut donc s'y intéresser et le comprendre, par conséquent acquérir de nouvelles compétences pour anticiper son comportement. Ann Tyler considère les spectateurs comme des participants actifs car leur culture, leur sensibilité influencent l'interprétation de l'œuvre⁷⁰⁹. Si le terme co-auteur peut déplaire ou sembler donner un peu trop d'importance au spectateur, celui-ci, peut, à défaut, être perçu comme partenaire. Nous élaborerions, de la sorte, une approche collaborative du design dans le processus de recherche pratique et académique.

La présence de l'audience questionne l'autorité absolue du designer sur son œuvre. Nous pouvons supposer qu'un conflit émergerait étant donné que ce dernier cherche

⁷⁰⁵Mike Mills, « The (layered) vision thing », Eye magazine [En ligne], mis en ligne le, consulté le 2 juin 2018. URL : <http://www.eyemagazine.com/opinion/article/the-layered-vision-thing1>

⁷⁰⁶Robin Kinross, « MORE LIGHT! For a typography that knows what it's doing », 1993 (non paginé)

⁷⁰⁷Audrey Bennett, « The Rise of Research in Graphic Design », *Design Studies: Theory and Research in Graphic Design*, Princeton Architectural Press, New York, p.19.

⁷⁰⁸Don Norman, « Why Design Education Must Change », Core77 [En ligne], mis en ligne le 26 novembre 2010, consulté le 8 août 2018. URL: www.core77.com/posts/17993/Why-Design-Education-Must-Change.

⁷⁰⁹Ann C. Tyler, « Shaping Belief: The Role of Audience in Visual Communication », *Design Issues* 9, n°1, 1992, p.21-29.

justement à faire valoir sa paternité et son droit comme auteur. Il serait néanmoins possible d'arriver à un compromis dans lequel le contenu serait partagé entre l'audience et le designer-auteur. Le design reproduirait un microcosme de société, par conséquent y inclurait du design collaboratif. Ce serait alors aller dans le sens du partage et de la démocratie. Sans la démocratie, explique Audrey Bennett, les succès ne sont fondés que sur l'opinion et le bon vouloir des élites⁷¹⁰. Il en résulte que les nouveaux usages du design typographique doivent incorporer un dialogue entre les créateurs-auteurs et les spectateurs-lecteurs dans la recherche de l'interdisciplinarité. Cela établirait une démocratisation du processus du design avantageux pour les deux parties. Ainsi l'auteur, apprendrait à comprendre l'audience et pourrait ainsi établir des méthodes allant plus dans le sens de l'utilisateur grâce au partage ; l'utilisateur se familiariserait avec les processus et le langage, devenant ainsi un citoyen du design. Il faut donc que chacun puisse parler le même langage et partager la même culture.

Comme nous l'avons vu, le postmodernisme admet que les choix individuels sont influencés ou dictés par l'expérience culturelle. De plus, la culture personnelle et populaire a été et est encore source d'inspiration pour le design en général et la typographie en particulier. Les designers n'ont donc pas la possibilité d'élaborer des projets en ne se servant uniquement que de leur intuition et de ce qui leur semble bon pour le public. Ils doivent maintenant adopter de nouvelles méthodes plus centrées sur l'utilisateur. C'est aller dans le sens d'un design social, comme le mentionne Katherine McCoy, car le design évolue dans un monde multiculturel⁷¹¹.

En fin de compte, les changements sociaux accompagnent les changements de perception typographique. Cette dernière peut répondre à des problématiques spécifiques, tout comme elle engage de nouveaux usages de la part du public, notamment dans le cadre de la lecture.

Cependant, penser en lien avec les autres, afin de rendre la compréhension des œuvres plus limpide, ne veut pas forcément dire revenir aux méthodes modernistes. Un contenu intéressant n'est pas forcément minimal. Ce que recommande plutôt Robin Kinross c'est une approche du travail de designer plus réaliste mais également plus éclairée⁷¹². Il encourage la discussion entre les différentes instances et ceci de manière critique. En cela, Lorraine Wild le rejoint quelque peu, en déclarant que le design est désormais multiple, dans le sens où il est la somme de plusieurs éléments, de plusieurs facteurs. Le design typographique ne peut pas

⁷¹⁰Audrey Benett, « The Rise of Research in Graphic Design », *op.cit.*, p.20.

⁷¹¹Katherine McCoy, « Graphic Design in a Multicultural World », Bennett, Audrey Bennett et Andrea Bennett, *Design Studies: Theory and Research in Graphic Design*. Princeton Architectural Press, 2006, p.200-205.

⁷¹²Robin Kinross, *MORE LIGHT!*, *op.cit.*

seulement se contenter de la 2D, ni même se consacrer uniquement qu'à la lisibilité et la compréhension. Si le postmodernisme s'est établi comme une réaction à un contexte socio-économique et historique particulier, en souhaitant aller au-delà des préceptes du modernisme, ce n'est pas pour retourner à des usages conventionnels.

III.1.2. La place de l'auteur

Nous, typographes, pouvons être convaincus du fait que notre profession soit vitale à la société, mais nous ne nous risquons pas à une grève pour voir jusqu'à quel point nous sommes réellement indispensables.⁷¹³

III.1.2.1. Le contexte

En parallèle du manifeste, le magazine *Adbuster*, en collaboration avec le designer Jonathan Barnbrook, avait affiché à Las Vegas un immense panneau pour coïncider, en plus des propos du manifeste, à l'AIGA de 1999 qui avait lieu au même moment dans la ville. Il était possible de voir sur l'affiche une phrase attribuée à Tibor Kalman : « *Designers stay away from corporations that want you to lie for them* » (Designers restez à l'écart des entreprises qui veulent que vous mentiez pour elles). Cette affiche était illustrée par différents extraits d'images dont chacun mettait en avant un pendant du milieu publicitaire : les cosmétiques et parfums, le sport, l'automobile, le tabac, la mode et la restauration rapide. Le message visuel permettait d'identifier facilement ces six domaines, sans citer aucune marque en particulier. Ceci à la fois pour éviter tout problème juridique éventuel mais également pour faire prendre conscience en un sens que nous sommes tellement abreuvés de ces images qu'elles nous sont coutumières. Il en va de même avec les polices de caractères utilisées qui contribuent à l'identification (*Bodoni, Clarendon, Eurostile, FF DIN, Monoline Script, Perpetua Titling*).

En 1999, était publié *First Things first 2000* simultanément dans le magazine *Adbuster*, *Eye* et la revue *Emigre*. Il s'agit d'un manifeste signé par trente-trois personnalités du milieu du design graphique, tels Jonathan Barnbrook, Rudy VanderLans, Rick Poynor, Zuzana Licko ou encore Ellen Lupton. En réalité, *First thing first 2000* n'est pas un manifeste complètement novateur car il est une reprise d'un autre manifeste. Il s'agit de celui de Ken Garland, paru initialement en 1964 et intitulé *First Things First* (les choses importantes

⁷¹³ Peter Bil'ak, « A propos de typographie. À la recherche d'une théorie générale du dessin de caractère », *Marie Louise*, n°1, Editions F7, Paris, Octobre 2006, p.11.

d'abord ou d'abord l'essentiel). Les signataires de cette première version, dont fait partie Ken Garland, souhaitent, par cette déclaration, faire comprendre que les designers graphiques et leurs talents n'étaient sollicités que pour des sujets, a priori, mercantiles et sans intérêt, comme des cigarettes, des aliments pour chat ou encore du détergent. En somme, leurs aptitudes n'étaient utilisées qu'uniquement dans le cadre de mise en valeur de produits de consommation. Le manifeste propose de renverser les priorités pour donner la possibilité aux professionnels du design de se concentrer sur des projets ayant trait à la culture ou encore à d'autres médias, sans pour autant dénigrer totalement les biens de consommation sur lesquels ils travaillent. Ken Garland aimerait en quelque sorte désengorger la société de tout ceci pour aller vers une communication plus durable, utile, et non jetable. Une forme de design d'utilité publique, dans lequel le designer se présente comme citoyen. *First things 2000* ne fait donc que remettre au goût du jour un débat, entamé il y a presque quarante ans, sur la place du design et du designer dans la société.

Ces manifestes mettent surtout en avant l'idée que le design graphique, et plus généralement le design, a d'autres fonctions que celles purement commerciales. Le design graphique permet en effet de réfléchir à des questions sociétales et ainsi de résoudre des problématiques liées à des enjeux non mercantiles. Globalement, il peut poser une réflexion sur des systèmes et des structures. Rick Poyner, dans *La loi du plus fort*⁷¹⁴, évoque même le design comme stimulant le processus démocratique.

Il s'agit surtout pour les designers de s'affirmer dans leur travail et leurs opinions, alors qu'ils sont parfois obligés de travailler à promouvoir des objets, voire des idéologies, soit contraires à leurs valeurs soit qu'ils ne partagent pas. Si certains considèrent arriver à se détacher de la commande, comme le publicitaire Charles Saatchi, ce n'est pas forcément le cas de tous, ni la vision de tout le monde.

First thing first 2000 cherche également à mettre un terme à l'idée d'un design neutre fait par un designer neutre qui ne ferait que transmettre un message à des consommateurs et cela sans aucune implication personnelle. Cette pensée s'oppose à celle de plusieurs designers qui, eux, conçoivent au contraire le design comme un travail comme un autre, dégagé de toute velléité politique. Or, comme l'indique Rick Poyner, le designer est lui aussi consommateur et participe au système, que cela soit en créant du désir — via la publicité par exemple — ou en

⁷¹⁴Poyner, Rick, *La loi du plus fort : la société de l'image*, Pyramyd, Paris, 2002.

s'y soumettant⁷¹⁵. Le designer est partie prenante du schéma qui crée le conflit perpétuel à l'origine de l'hyper-consumérisme.

Le but du manifeste, outre celui d'une reconnaissance de la profession est que les designers eux-mêmes prennent conscience de leur place dans ce système, de la manière dont ils envisagent le design et surtout qu'ils prennent position et assument ce qu'ils font.

Il ne s'agit en aucun cas pour les signataires de *First thing First 2000* de dénigrer leurs collègues ou leur profession, ni même de se positionner contre le design ou la société de consommation. Ici, il est question de faire réfléchir au « comment » les designers vendent des objets, des services etc. auprès des consommateurs, « comment » les designers peuvent proposer à leurs clients quelque chose de plus travaillé qui tend vers le « bon design »⁷¹⁶ et surtout tenter d'élever la profession vers de plus hautes sphères que la conception uniquement commerciale.

Le design fait partie d'un système de consommation, qu'il peut néanmoins se modifier de l'intérieur en proposant des objets, des formes, des produits ayant une véritable démarche critique ou proposant des solutions à des problématiques contemporaines. Ainsi, en prenant position, que cela soit en tant que militant du design ou bien en tant qu'exécutant, le designer assume un choix qui n'est plus neutre.

Les signataires du manifeste revendiquent l'envie et le besoin de mettre à profit leur talent de créateur et concepteur vers des causes qu'ils considèrent plus nobles. Et s'ils continuent sur une voie commerciale, au moins doivent-ils se « préserver un espace pour d'autres formes de pensées. »⁷¹⁷

Le terme d'œuvre commerciale est même employé pour évoquer les réalisations des designers (graphiques et typographiques). Cette conception de l'œuvre aplanirait les hiérarchisations et décloisonnerait les limites. Une position que nous pouvons retrouver chez Stefan Sagmeister qui ne fait pas de distinction entre le culturel et le mercantile. Le design ne serait pas en dessous de l'art mais bien à côté. Tout ceci nous amène à nous questionner sur la pertinence de cette séparation art/design ou encore culturel/commercial.

Tant dans la version de 1964 que dans celle de 2000, dans les deux cas, ces manifestes cherchent à redéfinir la place du designer graphique dans la société, sa prise de position dans

⁷¹⁵*Ibid.*

⁷¹⁶La notion de « bon design » est relative et subjective comme nous avons pu le voir dans le chapitre consacré à la transgression.

⁷¹⁷Extrait de *First Things First 2000*.

celle-ci, sa reconnaissance par le grand public. De plus, cette reprise dans les années 2000 montre bien que ces questionnements préoccupent toujours les professionnels presque quarante ans après.

Cependant, si le manifeste *First Things First 2000* permet de soulever plusieurs questions (position du designer, comment vendre), il n'y répond pourtant pas de manière concrète. Il a néanmoins le mérite de centraliser des réflexions et débats autour du design et des designers et plus largement sur leur positionnement comme auteur. Cette volonté de reconnaissance s'explique, selon Rick Poynor dans *Trangression : Graphisme et postmodernisme*, car le graphisme était une activité majoritairement anonymisée où le nom du créateur graphique n'apparaissait pas sur la production finale⁷¹⁸. Si aujourd'hui les notions de graphiste/designer graphique et de graphisme/design graphique sont plus démocratisées, il est néanmoins encore rare de trouver des personnes qui puissent citer des designers graphiques et typographiques célèbres au même titre que des artistes.

III.1.2.2. Profession designer-auteur

La question du designer comme auteur touche largement le design graphique et la typographie. La notion émerge dans les années 1980-1990 à l'ère postmoderne et toujours selon Rick Poynor, elle serait l'un des principaux concepts de cette période⁷¹⁹. Cette notion entre en plein paradoxe alors que l'idée, la figure, l'« auteur » est en pleine redéfinition.

D'un côté, l'auteur est perçu comme un concept désormais dépassé, obsolète puisqu'il faut aller au-delà de celui-ci. De l'autre dans *La mort de l'auteur*, Roland Barthes s'interroge sur la place du lecteur et de l'auteur. Ce dernier y est décrit comme un être qui règne de façon absolutiste sur l'ensemble du texte, de l'œuvre. Sa présence pousse même les critiques à ne considérer que lui au détriment d'autres aspects. Son importance viendrait, selon Roland Barthes, du capitalisme. En valorisant l'individu, l'idéologie capitaliste valoriserait l'existence et le prestige de l'auteur.

Néanmoins, pour Roland Barthes, l'auteur n'est que celui qui écrit, qui retranscrit. Il prend l'exemple de Stéphane Mallarmé qui laisse le langage être autonome et le libère de la présence imposante de l'auteur. Par cet effet de détachement, Roland Barthes s'interroge sur

⁷¹⁸Rick Poynor, *Transgression*, op.cit.

⁷¹⁹Rick Poynor, *Transgression*, op.cit., p.118.

la place du lecteur et se penche sur la question de savoir s'il faut le séparer de l'auteur. Car pour lui, le texte n'est pas le fait d'une seule personne :

Nous savons maintenant qu'un texte n'est pas fait d'une ligne de mots dégageant un sens unique, en quelque sorte théologique (qui serait le « message » de l'Auteur-Dieu), mais d'un espace aux dimensions multiples où se marient et se contestent des écritures variées, dont aucune n'est originelle : le texte est un tissu de citations issues des mille foyers de la culture.⁷²⁰

Le texte se doit d'être ouvert car la présence centrale de l'auteur ignore le lecteur. Rick Poynor ira plus loin en disant que le futur de l'écriture dépend du lecteur⁷²¹.

Les designers de l'ère postmoderne ont assimilé ces conceptions et n'imposent pas de lecture unique de leurs travaux. Au contraire, ils encouragent les interprétations multiples, le partage et la participation.

Le terme de « graphisme d'auteur » est souvent évoqué lorsqu'il s'agit de rapprocher les perceptions et les productions de designers qui s'apparentent ou rejoignent celles de l'art. Un graphiste et un typographe sont auteurs de leurs productions aux yeux de la Loi mais peuvent se revendiquer également comme auteur, « personne qui fait œuvre ». Néanmoins, l'appellation « graphisme d'auteur » est soumise à caution. Pour certains professionnels, ce mot est un non-sens complet et il trahit des prétentions artistiques de personnes qui n'ont rien à faire dans cette discipline. Le design a une fonction précise, il ne saurait se mêler à l'art dont il se distingue. Chacun doit rester à sa place.

Une idée que nous pouvons mettre en relation avec cette émergence de revendications de la part des designers dans les années 1980-1990. Certes les designers réclament plus de considération, demandent à être perçus comme des auteurs, mais ils n'oublient pas leur rôle dans une société de consommation, rôle qu'ils assument en parallèle. Nous pouvons faire émerger de tout ceci l'idée d'un auteur d'œuvres commerciales.

L'émergence de manifeste comme *First Thing First 2000* démontre que les designers, jusque-là anonymes, revendiquent le droit de pouvoir s'exprimer. Un phénomène qui n'était pas courant comme l'atteste les écrits de Josef Müller-Brockmann dans *Systèmes de grille pour le design graphique Un manuel pour graphistes, typographes et concepteurs d'expositions* : « [...] le travail du designer doit être pensé mathématiquement, c'est-à-dire avec clarté, transparence, objectivité, fonctionnalisme, et esthétisme »⁷²². Ce serait donc une philosophie moderniste dans laquelle l'ordre et l'harmonie révéleraient une vérité universelle.

⁷²⁰ Roland Barthes, *La mort de l'auteur*, 1968.

⁷²¹ Rick Poynor, *Transgression*, op.cit., p.119.

⁷²² Josef Müller-Brockmann, *Systèmes de grille...*, op.cit., p.10.

« On trouve les présupposés d'une attitude démocratique dans le design rationnel, voué au bien commun, composé avec soin et élégance. »⁷²³

Le designer se soumet au système dont il fait partie, il doit mettre sa personnalité et son ego de côté : le message qu'il est chargé de transmettre graphiquement prime sur le reste car « Travailler avec le système de grille implique de se soumettre à des lois universelles. »⁷²⁴ Or les designers revendiquent un certain niveau de propriété, de paternité, sur le message. Une telle demande relève pour certains d'un manque de professionnalisme puisque c'est le client qui dicte ses souhaits pour lequel il a payé un service.

La question de la paternité dans une œuvre graphique et typographique est pertinente dans le contexte actuel qui revendique le réemploi du passé. Il n'est pas rare que les designers travaillent de manière collaborative dans des studios où officient plusieurs créatifs. C'est là que, comme le souligne Michael Rock, il est difficile de se prononcer sur qui est à l'origine de l'idée. Ainsi, Stefan Sagmeister admet que lui arrive de s'approprier la paternité de certaines idées de manière inconsciente par exemple.

Michael Rock soulève également un point concernant les revendications des designers et les raisons pour lesquelles ces dernières sont difficiles à appréhender. Pour lui, les designers cherchent à renverser un pouvoir qu'ils n'ont cependant jamais possédé⁷²⁵. De même pour Nigel Smith, ancien collaborateur de Bruce Mau, le designer n'est pas un auteur car « L'auteur est la personne qui crée le texte. Vous ne pouvez pas clamer la paternité d'une page parce que vous l'avez composée en rose. »⁷²⁶ Michael Rock met néanmoins en relation le design avec la politique des auteurs de François Truffaut. Effectivement, la politique des auteurs pose le réalisateur d'un film comme auteur, et non comme un simple faiseur de film ou exécutant des studios, ce qui permet d'élever, ou du moins de rapprocher, le cinéma, perçu jusque-là comme un simple divertissement, au rang d'art. Une conception cohérente avec les préoccupations des designers selon Michael Rock qui y voit des similitudes.

Pour qu'un réalisateur soit perçu comme un auteur il faut que celui-ci réponde à trois critères d'après Andrew Sarris⁷²⁷ : une expertise technique, une signature stylistique

⁷²³ *Ibid.*

⁷²⁴ *Ibid.*

⁷²⁵ Michael Rock, « The designer as author », Eye magazine [En ligne] consulté le 22 juin 2018. URL : <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author>

⁷²⁶ (notre traduction) « The author is the person who creates the text. You can't claim authorship because you made the page pink. » Cité dans Will Novosedlik « The producer as author », Eye magazine [En ligne], consulté le 22 juin 2018. URL : <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-producer-as-author>

⁷²⁷ Andrew Sarris, « Notes on the auteur theory in 1962 », *The Primal Screen*, Simon and Schuster, New York, 1973, p. 50.

reconnaissable et enfin une cohérence dans ses choix de projets qui dénote une vision personnelle. Si le premier point est acquis au design, les deux derniers le sont moins. En effet, il est parfois difficile de déceler une empreinte dans certains travaux de designers qui répondent à une commande de la manière la plus adaptée mais pas forcément la plus personnelle. Néanmoins, certains designers présentent une esthétique aisément reconnaissable ; ceux sont généralement les plus connus, ceux à qui les marques font appel pour leur style tels David Carson, April Greiman, Edward Fella, Ruedi Baur, Paula Scher... Stefan Sagmeister est par exemple qualifié de « première pop star du graphisme »⁷²⁸ par Mieke Gerritzen⁷²⁹.

Mais avoir un style identifiable est-il synonyme d'une démarche personnelle et critique ou n'est-ce qu'une simple esthétique applicable sur tout support ? Un designer peut donc être auteur s'il inscrit une dimension critique dans son travail de recherche et dans ses choix. Stefan Sagmeister explique sur son site qu'il se laisse le choix de refuser des propositions et de ne travailler que sur des projets qu'il serait susceptible d'utiliser pour lui-même et uniquement avec des clients qui lui conviennent.

Comme nous l'avons vu plus haut, les designers rentrent tous dans le cadre de la notion d'auteurs quand il s'agit de technique, cependant le champ se réduit concernant le style et diminue encore plus quand nous touchons à la démarche. Selon Micheal Rock, David Carson n'entre pas dans la catégorie d'auteur si nous nous en tenons aux critères d'Andrew Sarris car il est difficile de cerner le message du designer au-delà de la pure apparence typographique aussi étudiée soit-elle⁷³⁰.

Ce qui amène à d'autres réflexions, déjà savoir si la politique des auteurs peut réellement s'appliquer au design, même si nous la mettons en pratique déjà inconsciemment depuis plusieurs années ? Serait-il possible alors de créer une politique ou une théorie du design propre à la discipline ? Ce serait oublier que même la critique évolue avec le temps en fonction de la signification que nous donnons au style et au sens des œuvres.

Un point qui revient souvent quand il est question de la notion d'auteur et de la filiation du design avec l'art, c'est l'autonomie. L'œuvre d'art est perçue comme pouvant se suffire à elle-même, générant des émotions auprès des spectateurs, alors que le design serait toujours en référence à quelque chose (conception, intention).

⁷²⁸ Sagmeister : *another book about promotion sales material*, MUDAC, Paris, 2011, p.166.

⁷²⁹ Mieke Gerritzen (1962 -) est une designer, artiste, productrice d'origine néerlandaise.

⁷³⁰ Michael Rock, « The designer as author », Eye magazine [En ligne] consulté le 22 juin 2018. URL : <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author>

De nouveau Michael Rock pose des exceptions à ce postulat avec les livres d'artiste et le design activiste⁷³¹. Le premier renvoie aux avant-gardes historiques, aux expérimentations de l'auteur mais c'est un livre sans fonction à part l'expérience visuelle de l'artiste. Il n'a pas d'application pratique (il n'est pas fait pour être lu ou être utilisé comme objet).

La notion d'auteur en design (graphique, typographique) peut également entrer en conflit avec d'autres auteurs. Si *S,M,L,XL* de Bruce Mau est montré en exemple car le designer y est crédité en tant que co-auteur — chose rare — avec l'architecte Rem Koolhaas, ce n'est pas le cas de toutes les collaborations comme le montre l'exemple de Muriel Cooper sur *Learning from Las Vegas*. Dans le premier cas, il s'agit d'un véritable dialogue entre disciplines (architecture, design graphique) qui aboutit après une gestation de cinq ans à un véritable objet de design de 2,7 kg pour 1376 pages. Dans le second cas, la mise en pages expérimentale, jugée trop moderniste par les Venturi, commanditaires, sera source de conflits.

Rappelons qu'en 1971, Muriel Cooper⁷³² est en charge, en tant que directrice artistique, de la mise en pages de l'ouvrage du couple Venturi aux presses du MIT. Néanmoins, la mise en pages proposée par celle-ci ne plaît pas du tout aux deux architectes. S'engage alors un véritable conflit entre les deux parties qui peut se résumer à une confrontation d'idéologies entre moderne et postmoderne. En effet, Muriel Cooper appartient plutôt à la branche moderne du graphisme en tant que représentante du style international et héritière du Bauhaus. Sa mise en pages, bien qu'expérimentale, reflète des aspirations modernes : texte sans empattements, grille modulaire, sobriété de la mise en pages. Or, pour les Venturi, cela va à l'encontre du propos même de leur livre qui représente le Las Vegas vernaculaire. Ils souhaitent une mise en pages plus classique où le texte n'est que le véhicule du message et où le graphiste disparaît derrière le propos.

En fin de compte, l'ouvrage de Muriel Cooper sera publié en 1972 à seulement 1500 exemplaires, ne sera jamais réimprimé, et le nom de celle qui le mit en pages omis. Aujourd'hui, les professionnels et amateurs du graphisme saluent ce livre pour ses compositions audacieuses et intéressantes dans la relation entre texte et images. La seconde édition de *Learning from Las Vegas*, quant à elle, sera publiée en 1977 dans un format plus petit et une mise en pages plus conforme aux souhaits du couple. Il y a tout de même une forme d'ironie dans tout ceci, voire même une inversion. La mise en pages souhaitée par le couple Venturi tendrait justement plus vers des aspirations modernes, celle où la fonction

⁷³¹*Ibid.*

⁷³²Muriel Cooper (1926-1994) graphiste américaine, chercheuse et enseignante, cofondatrice du Visible Language Workshop au MIT.

communication prime et où le designer n'est qu'un simple exécutant. Alors que de son côté Muriel Cooper, par ses expérimentations qui expriment un certain point de vue, se rapproche des conceptions d'auteur présentes chez les postmodernes et fait entrer le livre presque comme objet d'art.

Outre le débat d'idéologies, l'opposition entre Muriel Cooper, Robert Venturi et Denise Scott Brown apparaît comme un débat de paternité et de réécriture. Il est question ici d'une véritable « lutte d'ego entre auteurs »⁷³³ comme le souligne Valéry Didelon dans *La controverse Learning from Las Vegas*. Ce que met en lumière également ce conflit, c'est que la réalisation d'un livre est ici d'une grande importance car il est ce que les lecteurs voient et touchent en premier avant le contenu. Ce qui fait que sa forme, sa matière, sa mise en pages ou encore son titre sont essentiels et marquent la valeur d'un designer (graphique, typographique).

Designer graphique est un métier très dur, car dans la plupart des professions, plus on pratique, plus ça devient facile. Et avec le design graphique, si vous avez la moindre intégrité réelle, plus vous pratiquerez, plus ce sera dur. La difficulté sera de ne pas se répéter, de grandir à la façon d'un artiste.⁷³⁴

Des manifestes comme *First Thing First* et *First Thing First 2000* ont interrogé la position du designer dans les années 1960 et 1990 en rapport avec l'évolution du métier qui fait écho à celle de la société. Le développement des nouvelles technologies a permis de démocratiser les logiciels d'utilisation et de création de lettres, les rendant accessibles à des personnes non professionnelles. Dans ce cas, où positionner ce public de graphistes et typographes amateurs dans la conception d'une nouvelle manière d'aborder le design graphique et typographique ?

Ces nouveaux utilisateurs emploient le graphisme et la typographie sans en connaître les règles, ni même les tendances et créent en quelque sorte leurs propres normes en brisant celles attendues. Mais d'une certaine manière, cette façon de faire se rapproche de la pensée de David Carson qui est de créer et d'appliquer ses propres règles, celles qui conviennent le mieux à la situation.

Pour Ruedi Baur la question de l'auteur se pose dans certaines circonstances. Dans certains cas, cette question est nécessaire dans d'autres, elle devrait s'effacer. Ces deux attitudes ne sont pas contradictoires selon lui et ne s'appliquent pas qu'au domaine du design mais se retrouvent également dans d'autres secteurs. La question de l'auteur ou de sa

⁷³³ Valéry Didelon, *La controverse Learning from Las Vegas*, Editions Mardaga, Bruxelles, 2011, p.87.

⁷³⁴ David Carson, *kramberger-uran.com*, cité dans *Tout le monde est graphiste*, Yoann Bertrand, 2008.

disparition sont corollaires, dans la recherche en design notamment. Ces deux questions — existence-disparition — peuvent s’alterner au besoin, ce qui apporte un plus, d’après le designer, car elles se présentent sous forme de compétences à valoriser.

Ruedi Baur interroge la notion d’auteur dans le contexte de la recherche en design. Il se montre plutôt en faveur d’une forme de partage de la connaissance et des habiletés dans la mesure où les recherches en design et leurs résultats sont du domaine public. Pour lui, la notion d’open source est indispensable car elle permet de ne pas limiter le design à des enjeux mercantiles et de l’ouvrir à d’autres domaines et problématiques. La notion d’auteur n’est pas en péril, ni même en opposition avec la mise à disposition des résultats de la recherche en design auprès du public. Ruedi Baur évoque plutôt une attitude « ouverte et généreuse »⁷³⁵ qui permettrait d’élargir la recherche ainsi que de la repositionner en faveur d’un « intérêt public international »⁷³⁶. Néanmoins, cette double position auteur/non auteur ou auteur/chercheur reste encore à travailler, en particulier en amont dans les écoles d’art par exemple, afin que ceux qui pratiquent le design ou souhaitent le pratiquer, prennent conscience des possibilités offertes par la discipline mais également qu’ils soient sensibilisés à leur propre apport à celle-ci. Auteurs et chercheurs partagent ainsi des points communs car tout auteur serait chercheur et tout chercheur serait auteur.

Ruedi Baur parle d’une poétique de la recherche en design qui ferait appel à la capacité créative, à la culture, comme méthode de recherche. Ellen Lupton, qui faisait partie des signataires de *First Things First 2000*, propose à la place du slogan « le designer comme auteur » : « le designer comme producteur »⁷³⁷ en reprenant un titre de Walter Benjamin « L’auteur comme producteur ». Si elle ne renie pas les idées qui agitent les designers graphiques depuis les années 1990 afin de repenser leur rôle au sein de la société, le terme auteur semble ne pas lui convenir. Il ferait ainsi référence, selon elle, à la nostalgie et en particulier véhiculerait une forme d’idéal passéiste de l’écrivain ou de l’artiste. Un modèle erroné et obsolète donc, que visent à tort — toujours d’après elle — les designers d’aujourd’hui. D’autant plus que, si les designers aspirent à ce statut d’auteur, c’est uniquement parce qu’il leur permet d’élever leur position, d’après Rick Poynor⁷³⁸.

Si Ellen Lupton préfère utiliser le terme de production, c’est qu’il est intrinsèquement lié au modernisme. Une période où les artistes et designers d’avant-garde utilisaient les

⁷³⁵Ruedi Baur, « Et si la recherche prenait position ? », *Azimuts*, n°33, Cité du design de Saint-Etienne, 2009, p.33.

⁷³⁶*Ibid.*

⁷³⁷Ellen Lupton, « The Designer as Producer », *op.cit.*

⁷³⁸Rick. Poynor, *Transgression : [graphisme et post-modernisme]*, *op.cit.*, p.

techniques de fabrication pour exprimer quelque chose, pour donner du sens, tout particulièrement culturel. La technique n'y était pas neutre ou encore transparente. L'autrice prend en exemple les écrits de Walter Benjamin pour qui les nouvelles formes de communication permettaient de rendre les frontières poreuses entre les disciplines. Plus encore, elle réemploie la vision marxiste de Benjamin qui place la production au centre de la société et de la culture. De ce fait, l'écrivain n'est pas le modèle dominant et les artistes sont encouragés à voir leur travail autrement et uniquement comme de la communication visuelle puisqu'ils mettent en pages le travail de l'écrivain.

Selon Walter Benjamin, l'auteur finirait par délaisser la plume ou le stylo pour se tourner vers la machine à écrire. En effet, cet outil permet l'utilisation de formes typographiques précises qui sont désormais entrées dans nos modes d'élaboration, voire même d'envisager de nouveaux systèmes avec des polices de caractères variables. Pour Ellen Lupton, les nouveaux systèmes qu'évoque l'auteur sont nos logiciels de traitement de textes ou ceux de PAO actuels⁷³⁹. Ces derniers ont fait évoluer le travail des designers graphiques, leur donnant plus de pouvoir mais aussi plus de fonctions.

Dès lors, si nous transposons ces réflexions dans le contexte du design graphique, cela conduit à considérer la production, non comme un processus mental, mais comme le résultat de la création physique d'une œuvre reproductible. Car pour Ellen Lupton le terme d'auteur suggère la dimension cérébrale, alors que celui de production/producteur renvoie directement à l'activité physique. La production s'inscrit dans l'univers matériel et préfère valoriser le faire, la pratique, plutôt que la pensée et la théorie. Toujours selon Ellen Lupton, les changements opérés dans les années 1980, avec la démocratisation des outils et techniques informatiques, ont permis de réinjecter des pratiques et des rôles traditionnels dans le processus du design. D'où l'utilisation du slogan « le designer comme producteur » afin de valoriser la démarche du designer plus comme producteur que comme auteur.

III.1.2.3. L'éducation critique

Ellen Lupton partage avec Ruedi Baur la conviction qu'il revient aux écoles d'art de relayer l'information concernant le rôle important que le designer (graphiques, typographiques) au sein de la société et de les éduquer en ce sens afin qu'il en prenne conscience. De même, elle se rapproche de la vision du designer dans l'idée de la mise en commun. Cependant, chez

⁷³⁹Ellen Lupton, « The Designer as Producer », *op.cit.*

Ellen Lupton cela passe par la technologie. En effet, les designers doivent avoir la maîtrise de celle-ci, ainsi que de la production, afin de la mutualiser avec le public, pour qu'eux-mêmes deviennent aussi producteurs de sens et non uniquement consommateurs.

Pour cela, elle préconise plusieurs choses afin que les écoles d'art puisse aider les étudiants à atteindre ce but⁷⁴⁰ :

- L'utilisation de l'écriture comme méthode de conceptualisation,
- L'utilisation du langage comme matériau,
- Familiariser les étudiants avec les différentes façons dont les informations et les idées sont utilisées dans notre société contemporaine afin que ceux-ci appréhendent mieux leur place,
- Familiariser les étudiants avec la technologie comme part matérielle de leurs travaux,
- L'intégration de la théorie dans la pratique.

L'arrivée des nouvelles technologies et leur démocratisation dans les années 1980 a certes permis de mettre en avant le design graphique et de le renforcer mais elle l'a aussi quelque part fragmenté. Le fait de parler d'open source, de mutualisation des compétences, de travail avec le lecteur/consommateur s'inscrit dans la continuité de ce morcellement. Ainsi tout le monde aurait la possibilité d'être graphiste. C'est d'ailleurs le titre du mémoire de Yoann Bertrand sorti en 2008 : *Tout le monde est graphiste*, dans lequel il interroge la pratique du graphisme dit « d'auteur ».

Il classe ainsi les graphistes-auteurs comme l'élite des graphistes. Ils sont ceux qui interrogent et redéfinissent sans cesse la pratique, tout en évoluant dans un cercle fermé d'initiés, au contraire des graphistes amateurs et « semi-auteurs » qui composent la majorité des graphistes en activité.

Ces graphistes-auteurs sont sollicités par les clients intéressés plus par leur style, leur personnalité, que par leur savoir-faire technique. Ils sont vus comme des stars, des artistes de la discipline, tel un David Carson qui redéfinit les règles de lisibilité ou d'un Ruedi Baur qui questionne la place du design via la saturation de l'espace à la manière de Barbara Kruger avec *Questioning design*. En ce sens, nous retrouvons les questionnements de Michael Rock et sa mise en relation du design avec la politique des auteurs, ainsi que la classification d'Andrew Sarris.

⁷⁴⁰*Ibid.*

Les semi-auteurs seraient, selon Yoann Bertrand⁷⁴¹, liés à l'aspect purement commercial du design graphique. S'il est vrai que nous ne pouvons totalement défaire l'aspect mercantile de la profession, l'associer uniquement à une partie des graphistes (professionnels ou non) semble être une erreur, en plus de supposer une hiérarchisation au sein de la pratique. En effet, les propos tenus dans le manifeste *First Thing First 2000* visent à reconnaître l'aspect commercial du milieu autant par ceux qui le pratiquent que ceux qui l'emploient. Même si les designers aspirent à autre chose, ils n'en demeurent pas moins créateurs « d'œuvres » commerciales, qui ne sont pas forcément moins bien que des œuvres qui questionneraient le monde ou seraient exposées dans un musée. Il n'y aurait pas d'auteur mais des paternités.

L'auteur comme autorité est associé à la notion d'écrivain. Or les designers n'ont pas besoin de devenir écrivains. En faisant un comparatif avec le rôle du producteur dans le domaine du cinéma, qui est une personne réunissant un panel de compétences variées, Ellen Lupton met en avant ce qu'implique les possibles du producteur dans la discipline du design (graphique, typographique) puisqu'en tant que concepteur, le designer doit jongler entre plusieurs aptitudes : maîtrise des outils technologiques, de la communication, avoir un esprit critique, une culture artistique....⁷⁴²

Pour Bruno Remaury, le designer est à la fois artiste et ingénieur car le design relève à la fois de l'art et de la technique⁷⁴³. Au vu de ces différentes approches, nous pouvons en conclure que le designer (graphique, typographique) n'est pas soit totalement auteur, soit totalement designer. Il est également artiste, ingénieur, technicien, écrivain, etc. Position que confirme Rick Poynor lorsqu'il évoque des designers-auteurs tout comme Ellen Lupton ou J. Abbott Miller, ces personnes sont donc à la fois designers, enseignants, critiques, chercheurs, rédacteurs.

Après le graphisme d'auteur, le designer-auteur. Si le premier concerne surtout la forme, la manière dont sont conceptualisés et réalisés des travaux et des œuvres, le second concerne le processus de réflexion.

Rick Poynor considère Ellen Lupton ou encore J. Abbott Miller comme des designers-auteurs⁷⁴⁴ car ils possèdent les compétences des deux. Ce qu'il nomme designer-auteur

⁷⁴¹ Yoann Bertrand, *Tout le monde est graphiste*, mémoire de fin d'études Dnsep Ensad Strasbourg, 2008, p.6.

⁷⁴² Ellen Lupton, « The Designer as Producer », *op.cit.*

⁷⁴³ Bruno Remaury, « Les usages culturels du mot design », In Brigitte Flamand (dir.), *Le design essais sur des essais et des pratiques*, IFM/éditions du Regard, Paris, 2013, p.

⁷⁴⁴ Rick Poynor, *Trangression*, *op.cit.* p.143.

concerne ceux pour qui la recherche est au centre du métier de designer et qui publient leurs écrits en tant que critiques dans des revues et magazines. Leur présence est active dès le début d'un projet pour participer au processus de recherche et non à la fin, comme c'est souvent le cas. Une méthode de travail que recommande d'ailleurs Bruce Mau dans son ouvrage *Life Style*.

Ellen Lupton et J. Abbott Miller ont d'ailleurs publié le livre *Design Writing Research* qui regroupe justement plusieurs de leurs réflexions.

Être designer-auteur c'est s'engager dans une relation entre écriture et design. Or ce que certains designers reprochent c'est que l'éducation artistique et professionnelle n'encourage pas les étudiants (et futurs designers) à écrire. À une certaine époque et parfois encore aujourd'hui, il n'y avait pas non plus d'incitation à la lecture d'ouvrages critiques. C'est un reproche qui revient d'ailleurs régulièrement, les designers ne lisent pas. Par conséquent, si leurs esprits ne sont pas formés à avoir une pensée critique, pourquoi écriraient-ils ?

Comme nous avons pu le voir avec le cas de Cranbrook, encourager la lecture peut pousser les designers à explorer de nouvelles voies. Cela peut également permettre une mise en pages plus en lien avec le contenu du texte. C'est ce que font d'ailleurs Ellen Lupton et J. Abbott Miller dans *Design Writing Research*. Ainsi les chapitres «Counting Sheep»⁷⁴⁵ et «Modern Hieroglyphs»⁷⁴⁶ insèrent des symboles, signes, formes dans le texte et certains d'entre eux remplacent même des mots. Le chapitre intitulé «Period Styles»⁷⁴⁷ commence par du texte en lettres capitales sans espace comme le faisaient les grecs et latins en leur temps. Puis le manuscrit évolue en fonction de l'avancée de l'écriture typographique (apparition de séparation entre les mots comme l'interlettrage, mots inversés, justification, paragraphe, lettrine). Enfin viennent les lettres romaines comme celles avec lesquelles nous écrivons, puis l'italique et le gras. Plus que le changement dans l'écriture typographique avec ses règles, ce chapitre montre également l'évolution de nos modes de lecture.

De son côté, Anne Burdick explique que la typographie et le langage ont toujours fait partie du travail des designers⁷⁴⁸. Ces derniers les manient dans leurs créations. «Le design graphique n'est ni strictement visuel ni strictement verbal. C'est le mariage des deux :

⁷⁴⁵Ellen Lupton et J. Abbott Miller, *Design Writing Research*, op.cit., p.24-32.

⁷⁴⁶*Ibid.*, p.41-45.

⁷⁴⁷*Ibid.*, p.33-40.

⁷⁴⁸Anne Burdick, «What has writing got to do with design?», Eye magazine [En ligne], consulté le 2 juin 2018.
URL : www.eyemagazine.com/opinion/article/what-has-writing-got-to-do-with-design

fusionnés, liés, inséparables. »⁷⁴⁹ Si les avant-gardes comme les Futuristes et les Dadaïstes ont pu associer le fond et la forme, pourquoi aujourd'hui nous ne pourrions plus le faire ? Car avoir la capacité de manipuler ainsi la typographie, avoir un contrôle total sur le fond et la forme, c'est y jouer un rôle et donc avoir une paternité.

Car pour Anne Burdick l'écriture nourrit la pratique à la fois parce qu'elle permet l'analyse critique mais aussi parce qu'elle permet d'explorer une forme de liberté dans les travaux personnels. Les explications avancées par Anne Burdick sont persuasives selon Rick Poyner, néanmoins elles ont leurs limites, lesquelles ne sont que purement formelles. « Les designers devraient écrire non pas pour devenir meilleurs auteurs, mais pour devenir de meilleurs designers. »⁷⁵⁰ Effectivement peu de designers écrivent sur leurs pratiques ou celles des autres. Pour reprendre l'exemple de Cranbrook, le livre *Cranbrook design : the new discourse*, qui accompagnait l'exposition du même nom, ne présente majoritairement que des essais visuels issus de lectures théoriques. Les essais écrits (proportionnellement minoritaires) ne sont rédigés que par des enseignants, des directeurs et des journalistes. Il n'y a pas de critiques de la part d'étudiants, seulement des réalisations plastiques. De même, lorsque nous regardons attentivement les articles, critiques et essais présents dans *Emigre*, *Print*, *Eye* par exemple, souvent les mêmes noms reviennent régulièrement. De plus, il n'est pas certain que ceux qui écrivent de manière ponctuelle se perçoivent comme des auteurs au sens littéraire. Être auteur dans la sphère du design c'est avoir le contrôle sur les mots et ainsi sur la typographie.

Le fait d'être designer-auteur n'est pas juste une valorisation d'un statut. C'est aussi défaire les hiérarchies, notamment dans le monde de l'édition et prendre une part plus grande dans la production. Il y aurait donc une lutte de pouvoir. Néanmoins, comme le signifie Rick Poyner si, il existe un partage de responsabilité, il ne se fait pas dans les mêmes proportions. Cependant, si nous nous en référons aux manifestes *First Thing First* et *First thing First 2000*, ainsi qu'aux propos de Anne Burdick, les designers ne semblent pas tenir à un renversement de situation afin d'avoir un contrôle total sur les processus de production et de conceptualisation.

Rick Poyner reconnaît qu'il y a néanmoins des exemples à l'ère postmoderne où la paternité du designer est éloquente lorsqu'elle se développe dans un environnement spécifique. Parfois elle émane même de personnes qui ne sont pas forcément versées dans le

⁷⁴⁹(notre traduction) « Graphic design is neither strictly visual nor strictly verbal. It is the marriage of the two: fused, bonded, inseparable. » *Ibid.*

⁷⁵⁰(notre traduction) « Graphic design is neither strictly visual nor strictly verbal. It is the marriage of the two: fused, bonded, inseparable. » *Ibid.*

design. Ces dernières ne seraient pas influencées ou ne se sentiraient pas contraintes par les règles typographiques de mise en pages, ce qui leur donnerait une plus grande liberté. Nous avons effectivement pu voir dans le chapitre consacré à la poésie, qu'artistes et poètes travaillaient la lettre et le langage d'une autre manière.

La question de la place du designer (graphique, typographique) est ambiguë et complexe. Revendiquer un droit d'exister est une reconnaissance toute légitime, de même demander d'être mis sur un pied d'égalité avec l'auteur. Mais revendiquer la paternité ou une paternité dans l'œuvre devient laborieux. Il existe bien un droit d'auteur au sens juridique (créateur auteur). Il ne viendrait sans doute jamais à l'idée d'une personne utilisant la police de caractères *Times*, pour son traitement de texte, de citer Stanley Morison comme auteur. En achetant une police de caractères, nous achetons le droit de l'utiliser.

Le problème est que généralement les designers (graphiques et typographiques) auraient tendance à survoler l'histoire de la discipline pour n'en sauvegarder que les formes. En somme, ils ne regardent et ne gardent que la surface. Un reproche qui a déjà été entendu ailleurs, notamment lorsqu'il s'agit de faire le bilan des expérimentations postmodernistes des années 1980-1990 et de ce qu'il reste de la théorie de la déconstruction. Les designers ne creusent pas assez en profondeur alors que justement la lecture et l'écriture sont des moyens d'y parvenir. Anne Burdick regrette que certaines publications se contentent d'être une sorte de traduction visuelle d'une pensée⁷⁵¹. Encore une fois c'est la forme qui prime. La forme offre des propositions plastiques, intéressantes pour certaines, mais ces propositions ne posent aucune question bien que leurs aspects puissent créer le débat.

C'est un peu le problème de la culture postmoderne, influencée par la pensée de Marshall McLuhan, où «Le médium est le message»⁷⁵² et où la forme prédomine au détriment du contenu, note Rick Poynor. Nous en revenons à l'idée que si le designer ne s'intéresse pas au contenu et au «potentiel communicatif des mots»⁷⁵³, c'est parce qu'il ne lit pas.

Les designers anglo-saxons seraient réticents à écrire sur leur propre pratique, deux raisons sont avancées pour expliquer cela : d'une part, ils n'y sont pas encouragés, d'autre part, dans la mentalité actuelle, cet acte de recherche n'est pas rentable économiquement. Pourquoi écrire si cela ne rapporte rien ?

⁷⁵¹Anne Burdick, *op.cit.*

⁷⁵²Marshall McLuhan, *Pour comprendre les média : les prolongements technologiques de l'homme*, Points, Seuil, Paris, 1977.

⁷⁵³Rick Poynor, *Transgression*, *op.cit.* p.128.

En 1993, Anne Burdick expliquait qu'il y avait effectivement deux explications possibles à ce désintérêt. La première serait à rechercher dans une éducation qui n'encourage pas l'exploration critique, la seconde se trouverait dans l'idée que se font les designers d'eux-mêmes et de leur profession liée aux exigences de l'industrie⁷⁵⁴. Ces idées seraient d'ailleurs prédominantes au point d'éclipser tout discours critique perçu comme non professionnel car mettant en danger le commerce.

C'est sans doute pour y remédier qu'a été créé le MFA Design Criticism à la School of Visual Arts de New York, co-fondé par Alice Twemlow⁷⁵⁵. Ce programme a pour but d'aider les étudiants et futurs designers à développer leur manière de communiquer — travaux, pensées — mais aussi et surtout à se forger leur propre opinion. Si un designer se doit de communiquer, il est normal qu'il soit formé pour cela, notamment à travers la recherche, le travail d'écriture, la rhétorique, l'argumentation, l'histoire du design et ses débats. Le programme part donc du principe qu'un designer ne fait pas qu'un travail visuel. Alice Twemlow croit fermement aux bienfaits de la critique en design en général, sur les étudiants. Rendre visible le design par la critique, c'est montrer son intérêt et son potentiel à changer nos vies. Plus il y a d'intérêts, plus les gens écrivent sur le sujet. Il n'est pas nécessaire d'être designer pour pouvoir écrire sur le sujet, bien qu'il faille pouvoir s'y plonger.

Nous laissons toujours une marge d'interprétation à nos travaux. En autorisant ceci et en lui permettant de se développer à travers divers projets et réflexions, « nous renforçons nos compétences de communication en tant qu'auteurs et par conséquent en tant qu'interprètes.⁷⁵⁶

III.1.3. Modèle anglo-saxon et modèle français

III.1.3.1. La France et les Etats Généraux de la Culture

Et en France ? Il est vrai que nous avons évoqué majoritairement les pays anglo-saxons, plus que la France. Pourtant cette dernière est présente dans l'histoire de la typographie comme nous avons pu le voir. Elle est même parfois intégrée dans un territoire plus vaste, l'Europe. De grands noms français ont contribué à développer l'art de la lettre et ses techniques. Les mouvements artistiques du XIX^e et du début du XX^e siècle ont touché la France (, Futurisme, Dadaïsme, Cubisme). Pourtant passées ces périodes, le pays ne semble

⁷⁵⁴ Anne Burdick, «What has writing got to do with design?», *op.cit.*

⁷⁵⁵ Alice Twemlow (1973-) écrivaine, enseignante et critique spécialisée dans le design graphique.

⁷⁵⁶ Anne Burdick, «What has writing got to do with design?», *op.cit.*

plus faire partie de la grande histoire de la typographie. Ne s'est-il rien passé ? Avons-nous cessé toute recherche ? Le design n'est-il pas parvenu à s'implanter chez nous ?

Pourtant comme le confirme le manifeste lu par Pierre Bernard « En France, notre art typographique a bien été cité en exemple, nos affichistes célèbres ont été célébrés, mais le souffle du Bauhaus n'est pas passé sous la porte et le vide s'est installé. »⁷⁵⁷ Un phénomène confirmé par Robin Kinross lorsqu'il explique l'absence ou la faible présence de la France dans son étude de la typographie moderne. « De mon point de vue, les réformes radicales consécutives à la Révolution ainsi que ses solides traditions d'artisanat ont isolé la France de certains pays voisins. »⁷⁵⁸ La France se contentait donc de rester sur ses acquis. À part quelques noms notables comme ou Maximilien Vox, le reste est anecdotique selon Robin Kinross⁷⁵⁹. De ce fait, le pays n'a pas été soumis aux effets cycliques d'expérimentations et de retour à l'ordre. La réponse est donc peut être là. Il y a eu une rupture dans le temps et chacun à aborder la typographie autrement.

Effectivement, la typographie serait perçue différemment en la France et dans les pays anglo-saxons, la cause serait à chercher dans des facteurs culturels mais aussi historiques. En France, nous pensons qu'il existe une différence entre design graphique et graphisme, de même qu'entre designer typographique et typographe. Pour mieux comprendre cette division, il faut sans doute revenir en arrière.

En 1987, lors des Etats Généraux de la Culture, un groupe de 78 graphistes indépendants, dans lequel figuraient entre autres Philippe Apeloig, Roman Cieslewicz, Pierre di Sciullo, Jean Widmer, publiait un texte qui sera lu par Pierre Bernard. Ce texte a des airs de *First things first 2000*: un manifeste avec des revendications de la part de la communauté du design et des graphistes comme signataires. Pourtant il est antérieur à sa version anglo-saxonne. Les deux rappellent néanmoins le manifeste de Ken Garland de 1964, dont l'héritage est cependant plus flagrant et plus assumé dans sa version anglaise.

La lecture du manifeste par Pierre Bernard se fait dans un contexte très particulier. A l'initiative de Jack Ralite, alors maire d'Aubervilliers et ancien député, se montent les Etats Généraux de la Culture. Ils sont créés en réaction à ce qui est perçu comme la braderie de la culture lorsque certaines chaînes françaises sont en passe d'être rachetées par de grands groupes (TF1), sont dirigées par des politiques (La cinq) ou vont être privatisées lors de

⁷⁵⁷Extrait du manifeste « Graphiste (n. masculin/féminin) : Généraliste de la mise en forme visuelle, le graphiste dessine "à dessein" – dans le cadre d'une commande – les différents éléments graphiques d'un processus de communication. », 17 juin 1987.

⁷⁵⁸Robin Kinross, *La typographie moderne, op.cit.*, p.6.

⁷⁵⁹*Ibid.*, p.97.

l'arrivée de chaînes privées sur le marché (M6, Canal +). Il y a, selon le député, un problème éthique à la marchandisation de la culture. En conséquence, en héritage de la déclaration des droits de l'homme et du/de la citoyen.ne, est constituée une *Déclaration des droits de la culture* dans laquelle la France se défend afin d'être et de rester « l'exception culturelle » :

Les États Généraux de la Culture proclameront six obligations : audace de la création, obligation de production, élan du pluralisme, volonté de maîtrise nationale de la distribution, atout d'un large public, besoin de coopération internationale.⁷⁶⁰

Ce que souhaite Jack Ralite, c'est aider les artistes de tout bord afin qu'ils puissent avoir un espace et des libertés créatives et qu'ils ne se contentent pas d'être de simples exécutants au service d'entreprises.

III.1.3.2. *Graphiste et First Things First 2000, convergences, divergences*

Pour en revenir à ces deux manifestes (*Graphiste* et *First Things First*), malgré un format similaire, les designers veulent-ils la même chose ? À première vue, nous pourrions répondre que oui. Il y a, semble-t-il, en France comme de l'autre côté de la Manche, un problème avec la publicité. Comme nous l'avons évoqué, à partir des années 1970 la publicité a pris une place de plus en plus importante dans nos sociétés. Dans le texte de 1987, les signataires s'insurgent contre son monopole grandissant car « l'idéologie et l'écriture publicitaire occupent les systèmes des médias de masse. »⁷⁶¹, comme le soulignera Pierre Bernard en 2005. Ici les graphistes semblent regretter que les idéaux aient laissé place au modèle marchand où l'argent prime.

Du côté de Ken Garland et de ses héritiers, ce qui a trait à la publicité n'est pas non plus bien perçu. En particulier parce que la publicité ne leur propose que des réalisations triviales et inintéressantes qui ne font pas évoluer, selon eux, la société dans le bon sens. Au contraire, la publicité ne fait que rajouter de la consommation à un modèle économique qui en est déjà saturé. Elle ne propose que de l'éphémère qui n'est voué qu'à alimenter le capitalisme.

Dans les deux cas, il en ressort que le talent des graphistes est gâché dans des productions qui, à leurs yeux, n'en valent pas la peine. C'est du gaspillage de temps et

⁷⁶⁰Extrait d'un texte de Jack Ralite. « Les Etats Généraux de la Culture », site du ministère de la Culture [En ligne], mis en ligne le 30 septembre 2016, consulté le 22 juin 2018. URL : <http://www.culture.gouv.fr/Nous-connaître/Decouvrir-le-ministère/Histoire-du-ministère/Actualités/Les-Etats-Generaux-de-la-Culture>

⁷⁶¹ Pierre Bernard, « La création graphique en France existe », *Etapas*, n°120, Paris, 2005, p.65.

d'argent. Que cela soit en France ou ailleurs, beaucoup de designers/graphistes travaillent dans des agences de publicité et dans l'ensemble, peu semblent avoir droit au chapitre. Les signataires des manifestes ont conscience de cela. Ils s'aperçoivent que le design se fait en quelque sorte englober par la publicité. D'autant plus que l'on fait scintiller cette dernière comme un chemin de carrière lucratif dans lequel de jeunes designers se lancent.

Il y a néanmoins une subtilité qui se dégage de la confrontation de ces manifestes. Tout d'abord les versions anglo-saxonnes sont plus terre à terre et réalistes, peut-être un peu pessimistes mais moins alarmistes que la version française. Ken Garland le dit clairement, il — ainsi que les autres designers signataires — ne souhaite pas l'abolition pure et simple de la publicité, ni de la consommation. Déjà parce que cela semble impossible. Il paraît en effet difficile de revenir en arrière et changer de système ne se fait pas aussi facilement ni rapidement. De plus, pour eux, l'aspect commercial n'est pas réellement un problème car comme ils le disent dans la version de 1999, « cela paie les factures ». Ce n'est donc que travailler uniquement sur des sujets mercantiles qui est, semble-t-il, dérangeant pour eux. Néanmoins, que cela soit dans la version de 1964 ou de 1999, les designers proposent de changer nos priorités afin, notamment, de rendre la publicité — et par extension la communication — plus utile et durable. Ils conseillent également d'instaurer une communication qui serait plus démocratique à travers le partage d'expériences et de connaissances. Le problème qui se posait en parallèle, est que la communication publicitaire ne contiendrait a priori aucune idéologie autre que celle de vendre. Cependant, nous pourrions arguer que la communication culturelle, c'est aussi vendre de la culture ou du moins pousser les gens à en consommer. Dans les deux cas les designers souhaitent une meilleure reconnaissance de leur métier qui tient une place de plus en plus importante mais ils revendiquent une création en lien avec la culture et l'utilité publique.

Il y a cependant des points de divergences entre les manifestes. Déjà, Français et Anglo-saxons se différencient dans leur approche rien que dans la manière de publier leurs manifestes. Les premiers émettent leur texte durant les Etats Généraux de la Culture alors que les seconds publient le leur dans des magazines, certes dédiés à la culture du design.

Les disparités ne s'arrêtent pas là. Il y a dans un premier temps, un écartement dans le rapport au public. Dans le texte intitulé *Graphiste (n. masculin/féminin)*, il y a clairement une réaction à l'encontre de ce que les graphistes signataires nomment « frivolité ». Mais qu'est-ce que cette frivolité ? Le terme renvoie au manque de sérieux, à la désinvolture, à l'inconstance et à la futilité, voire à la niaiserie. Nous n'en sommes pas loin quand le texte emploie le terme « cucufier ». Le mot « cucufication » ou « cuculisation » est emprunté à l'écrivain Witold

Gombrowicz⁷⁶². Il renvoie à l'infantilisation d'une personne (ou d'une chose) jusqu'à l'inconfort de le faire sentir comme un enfant sur les bancs de l'école interrogé par son professeur. L'immaturité, l'inconstance et la futilité c'est ce que reprochaient les défenseurs modernistes à Emigre perçue comme la quintessence de l'esprit postmoderniste. Cependant, il n'y a pas vraiment de niaiserie ou d'infantilisation incluses, sauf si dans une perspective freudienne, le retour au passé et à la nostalgie est perçue ainsi. Néanmoins, la cuculisation implique la moquerie teintée d'une forme d'humiliation. Mais qui en serait la victime ? Nous, apparemment.

Dans un second temps, c'est surtout le rapport avec la publicité qui est discuté. Là où le texte français se différencie aussi de celui anglo-saxon, c'est qu'il ne met pas au même plan la consommation et la culture : « Nous sommes convaincus que l'on ne peut rédiger et énoncer les messages d'intérêt public comme un argumentaire de vente de produits de consommation. On ne peut s'adresser à une assemblée de citoyens, qu'il faut convaincre, comme s'il s'agissait d'un quelconque groupe de consommateurs qu'on projette de gaver. »⁷⁶³ Alors qu'il nous semble que les signataires de *First Thing First 2000* souhaitent mettre sur un même plan le côté commercial et artistique/culturel. Les Anglophones ne feraient pas distinction profonde, dans le sens où un projet se doit d'être traité de la même manière car chacun demande le même investissement dans la conception, que cela soit pour faire de la signalétique de musée ou bien promouvoir les dernières chaussures de sport. Néanmoins, cela ne veut pas dire que le résultat se doit d'être moral. En Angleterre, les publicitaires ne font pas dans l'éthique, comme nous, l'ironise Charles Saatchi :

Je me suis lancé dans la campagne antitabac du ministère de la Santé, j'ai visité des services de pneumologie, étudié des radios de poumons cancéreux, créé la pub la plus macabre possible, tout en fumant avec bonheur. Vous pensez que la publicité est écrite avec le cœur, comme c'est mignon.⁷⁶⁴

Toutefois, il s'agit de poser des limites à chacun pour qu'il n'y en ait pas un qui domine l'autre.

Comme nous l'avons développé dans le chapitre consacré à la culture populaire et au vernaculaire, à partir des années 1960-1970 les cultures de masse et élitiste s'insèrent dans les arts mais cela se répercute également dans le domaine du design. Culturellement, il semblerait que les Anglophones ne cherchent pas à ranger chaque chose dans des cases, comme le montre l'exemple du design qui est généralement pris et compris dans son ensemble. De

⁷⁶² Witold Gombrowicz (1904-1969) écrivain polonais.

⁷⁶³ « Graphiste (n. masculin/féminin) », *op.cit.*

⁷⁶⁴ Charles Saatchi, *Mon nom est Charles Saatchi et je suis un artoolique*, Phaidon, Paris, 2010, p.122.

même, comme nous l'avons précédemment évoqué, si la communication publicitaire est mercantile, la communication culturelle peut aussi se concevoir de la même manière.

Les Anglo-Saxons ne veulent pas être reconnus en tant que designers car c'est déjà, semble-t-il, le cas. Par contre, ils ne veulent pas que leur travail soit reconnu comme se résumant uniquement à un aspect commercial (vendre et faire vendre). Une manière de dire : « Nous aspirons à autre chose, laissez-nous faire autre chose ». Les Français aussi ambitionnent autre chose, quelque chose de plus grand, car la publicité obstruerait le travail critique et les vrais problèmes sociaux. Il y a derrière le manifeste une utopie. Mais il est surtout question de crier haut et fort que la « création graphique en France existe »⁷⁶⁵ et qu'elle n'est pas morte.

De manière générale, dans les manifestes anglophones, le ton y est plus compréhensible, certainement parce que la langue anglaise est plus synthétique. En France, au-delà du côté verbeux, transparait en quelque sorte un amour de la belle lettre et la culture. Sans doute cela vient-il de notre éducation où la culture est perçue comme noble et y travailler ou travailler sur des projets culturels comme un but à atteindre. Alors que, d'après les propos de *First thing First 2000*, l'apprentissage dans les écoles anglo-saxonnes valorise plus l'aspect commercial et publicitaire.

Il y a donc une sorte de divergence entre les Francophones et les Anglophones, la revendication semble au premier abord la même mais le ton employé y est différent. Nous pouvons toutefois faire un constat sur l'ensemble de ces manifestes, s'ils font un état des lieux quelque peu alarmant, ils ne proposent aucune solution concrète. En outre, demander plus de place à la culture et à des projets moins mercantiles, voire ne faire que cela, est en soi compréhensible et louable mais paradoxal. Car pour reprendre les propos de *First Thing First 2000*, il faut bien payer les factures. Un designer ne peut vivre en travaillant gratuitement, ni uniquement pour des projets éthiques, durables, etc. Surtout quand il est reconnu que les institutions publiques n'ont pas de budget ou pas de budget assez conséquent, pour se permettre des projets à la hauteur des ambitions des designers. Il n'en reste pas moins que malgré des sensibilités différentes, il y a au fond des deux conceptions un paradoxe inhérent au design. Anne Burdick l'évoque d'ailleurs : « la contradiction entre la pratique et la rhétorique du design, où les designers professent admirer une chose (la culture) mais fondent leur pratique sur une autre (le commerce) »⁷⁶⁶

⁷⁶⁵ Pierre Bernard, « La création graphique en France existe », *étapes*, n°120, Pyramyd, Paris, 2009, p.62-64.

⁷⁶⁶ (notre traduction) «[...] contradiction between design rhetoric and practice, where designers profess to admire

III.1.3.3. *Graphiste le bilan*

Dix-huit ans après les faits, lorsque Pierre Bernard revient sur le texte qu'il a lu, il souligne qu'en 1987 le graphisme était sur le pied de guerre, prêt à lutter aux côtés d'autres disciplines. Pas seulement pour ses droits et sa reconnaissance mais surtout pour la préservation de la culture qui semble si chère aux artistes. À la différence des signataires anglophones, le texte de 1987 présente un fond utopiste qui rappelle certaines revendications avant-gardistes du début du XX^e siècle. D'autant plus qu'il fut lu en public, un peu comme les Dadaïstes qui interprétaient leurs écrits devant un auditoire. Néanmoins, pour Pierre Bernard le constat en 2005 est clair : le graphisme français n'a pas évolué. Pas au sens esthétique, mais il n'y a toujours pas de conscience commune et peu seraient les graphistes qui, selon lui, se réuniraient pour manifester comme en 1987. « Il me semble que l'aventure Grapus est une aventure qu'on pourrait souhaiter aux jeunes aujourd'hui et qui malheureusement a peu de chance d'advenir. »⁷⁶⁷

De plus, Pierre Bernard demande la reconnaissance du graphisme du quotidien, la mise en lumière des héros de l'ombre plutôt que celle des « rock stars » de la discipline. Il s'agit là d'une remarque à cheval sur certains préceptes du postmodernisme. Pierre Bernard cherche lui aussi à mettre en évidence les designers mais pas comme des personnages humbles car, dans les années 1980-1990, la primauté de la personnalité est à l'honneur et elle est même parfois revendiquée comme un style.

Annick Lantenois, dans le *Vertige du funambule*, explique le changement qui s'est opéré en France dans le secteur public dans les années 1980, changement qui a contribué à faire émerger le graphisme dit « d'utilité publique »⁷⁶⁸. La décentralisation a en quelque sorte forcé les villes à changer d'identité en troquant leurs blasons médiévaux pour des logos. En expliquant les objectifs et choix de son livre, à savoir l'étude de la communication publique, Annick Lantenois révèle et confirme la scission qui existe en France entre le design (graphique-typographique) culturel, considéré comme noble et celui mercantile, vécu comme vulgaire et honteux. Or, comme l'autrice l'explique, les frontières entre privé et public sont devenues floues avec le temps, notamment par le rachat de certains services publics. Il faut donc, lorsque le design est évoqué, éviter de reproduire cette hiérarchisation. Les

one thing (culture) but base their practice on another (commerce)», Anne Burdick, «What has writing got to do with design?», *Eye magazine* [En ligne], consulté le 12 juillet 2018. URL : www.eyemagazine.com/opinion/article/what-has-writing-got-to-do-with-design

⁷⁶⁷François Miehe, « On entrera en communisme », In : Léo Favier, *Comment, tu ne connais pas Grapus ?*, Spector Books, Leipzig, 2014, p.20

⁷⁶⁸Annick Lantenois, *Le vertige du funambule : le design graphique, entre économie et morale*, Éditions B42, Paris, 2010, p.15.

années 1980 marquent aussi un changement car les institutions semblent découvrir le graphisme mais ne savent pas encore exactement comment mobiliser les ressources mises à leur disposition.

Il y a derrière les propos de Pierre Bernard et du manifeste français, l'idéologie d'un graphisme social qui vient en aide à ceux qui en ont besoin, qui résout des problèmes et améliore le monde. Une idée confortée par François Miehé :

Les années 1960, c'est des années où l'idée que l'on pouvait changer le monde nous habitait. On pensait que la politique, le politique, pouvait décider de la marche du monde. Les années 1960, c'est les années où l'on croit encore aux vertus des pays socialistes comme modèle de développement pour l'humanité.⁷⁶⁹

Cette pensée découle de celle moderniste. Cependant, il s'agirait plutôt d'un modernisme qui aurait évolué car le style international penchait plutôt du côté de la publicité contre laquelle luttent les graphistes. Tout en gardant les idéaux sociaux, il aurait changé d'esthétique. Finalement, cela se rapproche plus des mouvements de la contre-culture des années 1960-1970 et de ses représentants comme Pushpin. Le graphisme français s'inspire (surréalisme) mais ne plagie pas. Il n'est pas non plus nostalgique. Il est plus impulsif et artistique. Les réalisations sont souvent illustratives, aux accents bricolés avec la trace du geste, la lettre dessinée, et où la rature, le collage ou encore le photomontage sont autorisés. L'informatique n'est pas encore passée par là. De plus, des collectifs comme Grapus combattent le côté minimaliste et aseptisé du graphisme suisse. Il n'y a effectivement pas de règles établies qui doivent être suivies. Néanmoins, si tout n'est pas forcément compréhensible au premier abord, tout reste lisible, malgré un aspect bricolé fait à la main, puisque c'est l'impact visuel qui compte.

III.1.3.4. Grapus, vers le graphisme d'utilité public et le design social

D'ailleurs Grapus représente assez bien les revendications du manifeste français. Le collectif est né après les événements de mai 1968. Pierre Bernard avec l'aide de François Miehé⁷⁷⁰, Gérard Paris-Clavel⁷⁷¹ fondent en 1970 Grapus, rejoints ensuite par Alex Jordan⁷⁷² et Jean-Paul Bachollet⁷⁷³, Durant vingt ans, jusqu'à sa dissolution en 1990, le collectif aura

⁷⁶⁹ François Miehé « On entrera en communisme », *op.cit.*, p.23.

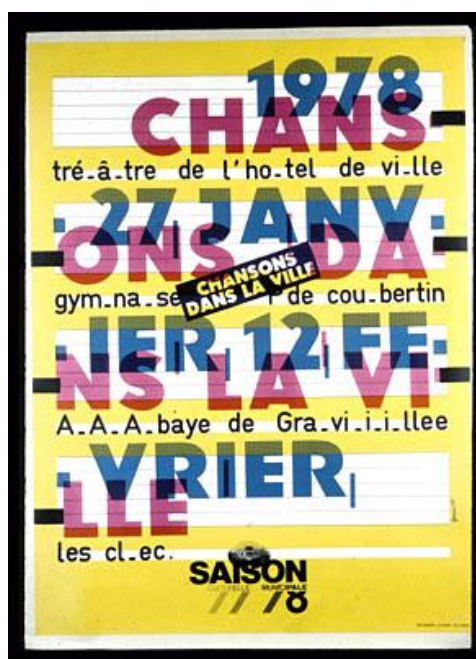
⁷⁷⁰ François Miehé, graphiste et membre de Grapus jusqu'en 1979.

⁷⁷¹ Gérard Paris-Clavel (1943-) graphiste français. Il est l'un des fondateurs de Grapus.

⁷⁷² Alex Jordan (1947-) graphiste et photographe d'origine allemande. Il a rejoint Grapus en 1976 et y restera jusqu'à sa dissolution.

⁷⁷³ Jean-Paul Bachollet, gestionnaire du collectif, il rejoint Grapus en 1976.

accueilli bon nombre de jeunes graphistes et aura travaillé sur des thématiques et des domaines variés comme le théâtre, l'urbanisme, la musique, le cinéma, les expositions, la politique et le social. Le travail de Grapus est fortement ancré dans une idéologie politique post 1968 découlant des ateliers populaires. Ses membres parviennent à créer des éléments visuels, notamment des affiches, avec peu de budget. D'ailleurs, les institutions avec lesquelles ils travaillaient le plus souvent (association, théâtre) n'en avaient pas. Cela permet également, grâce à la visibilité, de donner la parole à une culture parfois marginalisée et qui n'a pas forcément les moyens d'utiliser les réseaux publicitaires pour se faire voir et entendre. Pour les membres de Grapus, la France est effectivement un pays publicisé dont toutes les ressources créatives et économiques sont mobilisées à cette fin. Ils combattent la culture élitiste et défendent la communication sociale. Ils sensibilisaient les gens à une éducation citoyenne : « Les affiches [de théâtre] ne servaient à rien en terme d'information mais c'était de la présence citoyenne. Avec cette affiche on montrait que dans un lieu de la ville il se passait des choses importantes et même sans y aller on pouvait le savoir. »⁷⁷⁴



Grapus, *Chansons dans la ville*, 27 janvier - 12 février 1978, Le Havre. Saison culturelle municipale 1977-1978

⁷⁷⁴« Entretien avec Pierre Bernard », formes-vives.org [En ligne], consulté le 2 juin 2018. URL : <http://www.formes-vives.org/atelier/?post/Entretien-avec-Pierre-Bernard#note0008>

Grapus joue beaucoup sur le côté ludique pour faire passer le message, sans verser vers le stade « cucul ». Le dessin peut paraître infantile mais les compositions ne sont pas infantilisantes. Il y a des couleurs et des ratures. Le texte est souvent écrit à la main et parfois volontairement maladroit, ce qui crée un contraste avec les images photographiques. Il y a une dose de réalisme et une part d'imaginaire mais cela ajoute un côté humain.

Après sa disparition, Grapus donnera naissance à plusieurs collectifs et studios qui emboîteront le pas du graphisme social. Trois sont d'ailleurs directement issus d'une scission au sein du collectif entamée avant sa dissolution : Nous travaillons ensemble (Alex Jordan, Anette Lenz, Ronit Meirovitz) créé en 1989 et toujours actif, Graphistes associés (Gérard Paris-Clavel, Vincent Perrottet, Jean-Marc Ballée, Odile José, Anne-Marie Latrémolière) dissout en 2000 et l'Atelier de création graphique (Pierre Bernard, Dirk Behage et Fokke Draaijer). Pierre Bernard de son côté créera Forme vive. Le graphisme social continue son chemin en France, encore aujourd'hui. Jean-Marc Bretegnier, ancien membre du collectif Nous travaillons ensemble, anime désormais l'atelier Fabrication Maison tout en étant chargé de Passage en images un « laboratoire de création et de diffusion d'images dans l'espace public »⁷⁷⁵. En 2016, est créée la plateforme Socialdesign qui regroupe tout un réseau interdisciplinaire de professionnels (architectes, designers, associations, etc.). Socialdesign se présente comme suit :

La Plateforme a pour ambition d'être une ressource pédagogique et de recherche dans le domaine du design social ainsi qu'un espace de rencontre entre des acteurs publics, privés, professionnels. Son objectif est d'inscrire les concepteurs contextuels comme des acteurs à part entière de la réflexion et de l'organisation de la société face à l'urgence qui existe aujourd'hui de penser et de construire les conditions du vivre-ensemble.⁷⁷⁶

Sur le site, des appels à publications sont régulièrement lancés et auxquelles peuvent répondre les professionnels qui le souhaitent. Cela permet de donner une visibilité aux projets existants mais également de montrer qu'un design social est possible et qu'il est déjà à l'œuvre. Dans son manifeste de présentation, les propos en reviennent encore au fait qu'il existe un retard de la France dans la reconnaissance du design surtout en qualité d'acteur de changement. « En Angleterre, en Belgique, en Italie ou dans les pays du nord de l'Europe, le design est perçu comme un acteur de ces transformations, pas encore en France. »⁷⁷⁷.

⁷⁷⁵Extrait de la présentation sur le site Passages en images [En ligne], consulté le 15 juin 2018. URL : passagesenimages.com.

⁷⁷⁶ Social design [En ligne], consulté le 15 juin 2018. URL : www.plateforme-socialdesign.net/fr/manifeste

⁷⁷⁷*Ibid.*



Photo extraite du site *passage en images*

Mais comment une telle scission est-elle possible ? Pour Pierre Bernard l'explication est simple, la France a préféré s'orienter vers la publicité plutôt que développer le domaine du design.

De notre côté la réclame s'est transformée en publicité à travers le travail de Savignac essentiellement [...] Pour moi il a mis un coup d'arrêt au développement du graphisme. « Cassandre a été battu par Savignac » et je trouve cela bien dommage : cela nous a fait prendre un retard considérable.⁷⁷⁸

Ce retard était déjà noté par Henri Meynadier. Pourtant le graphisme s'est bien développé en France mais autrement, il y a été plus politique et social, notamment dans les années 1970-1980. Il y a forcément l'écho de mai 68 qui a forgé les esprits des jeunes étudiants en arts.

En France, on fait du graphisme (social et culturel), dans les pays anglo-saxons on fait du design (*graphic* et *type*). Les années 1980-1990 marquent ces points de vue différents entre l'approche française et anglo-saxonne pour une discipline similaire. Nous noterons également que dans les textes anglophones traitant de cette période, il est bien question de design et de designer. De plus, le travail typographique tient une place importante et à part, dans le sens où il est possible de le différencier la plupart du temps du « graphisme ». Il semblerait donc que les Anglophones aient une vision beaucoup plus globale que celle des Francophones. Peut-être parce que, comme le dit Pierre Bernard : « Les pays anglo-saxons ont eu une évolution

⁷⁷⁸« Entretien avec Pierre Bernard », formes-vives.org [En ligne], consulté le 2 juin 2018. URL : <http://www.formes-vives.org/atelier/?post/Entretien-avec-Pierre-Bernard#note0008>

beaucoup plus harmonieuse, beaucoup plus lente avec le graphisme. Celui-ci est implanté beaucoup plus profondément dans leurs sociétés qu'il ne l'est chez nous. »⁷⁷⁹

Le texte de 1987 prend bien conscience de l'existence d'un autre graphisme : le design graphique auquel il fait mention. Cependant, le terme et tout ce qu'il inclut ne fait pas partie du vocabulaire français ou du moins pas encore. C'est comme si à partir d'une base commune, la discipline s'était scindée en deux. Le texte français semble quelque peu envier ce design qui a droit à la reconnaissance et qui est parvenu à sa propre critique.

Le design des années 1980-1990 se nourrit d'approches théoriques françaises, alors que le graphisme se conçoit à partir de principes communistes. Le premier n'est pas politique, bien qu'il ait des revendications. En France, il n'est pas question de déconstruire le graphisme, d'inventer un nouveau langage, bien qu'il y ait un « style Grapus ». Il y a toutefois une liberté de ton mais avec un fond militant, pour dénoncer la précarité, la guerre, le nucléaire, le racisme et la défense des droits des humains (femmes, homosexuels, minorités).

En définitive, nous noterons que c'est à partir de théoriciens français qu'est né le postmoderne mais que ce dernier n'a réellement que peu ou pas touché son pays d'origine, en tous les cas, pas la typographie. Cette dernière n'a pas atteint le niveau d'expérimentation et de foisonnement qu'il est possible de trouver outre-Atlantique et outre-Manche. Les graphistes français se sont bien adaptés aux outils numériques, certains travaillent sur les notions de langage, ont une passion pour le vernaculaire mais la finalité n'est pas la même.

III.2. Une typographie critique ?

III.2.1. Transmettre et enseigner la typographie

III.2.1.1. L'enseignement avant 1980, le modèle Yale

L'enseignement tient une place importante dans le développement et la diffusion de la typographie. Les étudiants d'hier peuvent devenir les enseignants de demain et ainsi prolonger et approfondir l'expérimentation et la conception typographiques. Plusieurs des designers cités sont passés par Cranbrook avant de devenir professeur à CalArts (Ed Fella, Jeffery Keedy), d'autres ont étudié à la Cooper Union ou encore à l'École de Bâle (April

⁷⁷⁹*Ibid.*

Greiman). Les interconnexions ainsi créées forment un réseau transdisciplinaire et l'université de Yale, en 1951, est la première à proposer un diplôme en design graphique dans lequel la typographie était insérée comme élément essentiel. Des cours de design graphique existaient déjà dans d'autres universités et écoles comme Cranbrook ou Cooper Union, mais ils n'aboutissaient pas à l'obtention d'un diplôme. De même, la typographie était enseignée à Yale, mais cette discipline était surtout rattachée au domaine de l'impression et du livre comme en témoigne le cours *The Art of the Book* de Carl P. Rollins, enseigné de 1933 à 1948⁷⁸⁰. De plus, le design, dans son sens large, n'était pas perçu comme une profession à part entière. Il mit du temps à s'imposer comme discipline. Même incluse au sein de Yale, le côté professionnalisant de la formation faisait d'elle une discipline négligeable sur le plan académique.

À Yale, le programme relève de l'initiative de Charles Sawyer⁷⁸¹ qui cherche à abolir les barrières entre les disciplines et à extraire le design de la publicité. Pour ce faire, il introduit un programme de Graphic Art qui deviendra plus tard Graphic Design. La vision de Charles Sawyer de la porosité des arts s'inscrit dans la continuité de celle du Bauhaus (précurseur du design contemporain) avec qui il entretenait des liens, notamment avec Walter Gropius et Josef Albers. Il ne faut pas oublier qu'à la fermeture du Bauhaus par les nazis en 1933, beaucoup d'enseignants ont immigré en Suisse, mais aussi aux États-Unis, pour former l'Institute of Design à Chicago. La notion d'interdisciplinarité est renforcée par l'idée qu'échouer à une matière équivaut à rater la totalité du programme, car tout est intrinsèquement lié. Le département tisse des liens étroits avec d'autres domaines comme la photographie et l'architecture, phénomène que nous retrouverons également plus tard dans le cadre de Cranbrook durant les années 1980, mais également à la Cooper Union. De plus, le programme accepte les étudiants issus d'autres disciplines, mais triés sur le volet.

Rob Roy Kelly⁷⁸², qui se souvient de cette période, souligne toute la complexité et les connexions entre les États-Unis et l'Europe dans son article *The Early Years of Graphic Design at Yale University*⁷⁸³. Outre les liens avec le Bauhaus, beaucoup d'enseignants de programmes, invités ou non, étaient originaires d'Europe ou ils y avaient fait leurs études, quand ils n'étaient pas directement influencés par des artistes européens. C'est le cas d'Armin

⁷⁸⁰Rob Roy Kelly, « The Early Years of Graphic Design at Yale University », *Design Issues*, Volume 17, n°3, été 2001, p.5.

⁷⁸¹Charles Henri Sawyer (1906-2005) diplômé de l'université de Harvard, directeur de la section Arts et doyen de l'école d'Architecture et de Design de l'université de Yale.

⁷⁸²Rob Roy Kelly (1925-2004) enseignant de design.

⁷⁸³Rob Roy Kelly, « The Early Years of Graphic Design at Yale University », *Design Issues*, Volume 17, n°3, été 2001, p.3-14.

Hoffman qui intervient régulièrement en qualité de conférencier invité, ou encore de Paul Rand ou de Josef Albers⁷⁸⁴.

Pour Rob Roy Kelly, l'importance de Yale dans la fondation de l'éducation du design aujourd'hui aux États-Unis est fondamentale, puisque c'est elle qui a édifié ce qui constitue le design et surtout le design graphique dans les années 1960. Yale est devenue un modèle d'éducation. Il est vrai que le programme proposé par Charles Sawyer attirait de plus en plus d'étudiants du monde entier et a également intégré beaucoup d'enseignants qui ont laissé leur empreinte, ce fut le cas Josef Albers. Une rétrospective intitulée *Search versus Re-Search : Josef Albers, Artist and Educator* lui a d'ailleurs été consacrée en 2015-2016 à Yale. Elle mettait en avant sa vision de l'enseignement du design plus axée sur le processus et l'expérience que sur la finalité de l'œuvre.

Néanmoins, l'enseignement au début du programme demeure très ancré dans une vision moderniste. Une influence qui émane des enseignants comme Armin Hoffmann, issu de l'école de Bâle, qui met en avant les valeurs formelles ou encore Paul Rand, pour qui le design se doit d'apporter des solutions pertinentes et objectives. Au sein du programme était intégré un cours de six semaines dans lequel la typographie prenait une place majeure. Rob Roy Kelly explique qu'elle y était enseignée comme un art minimal. Elle devait répondre à des besoins précis. Et pour ce faire, il fallait au maximum limiter le choix de polices ainsi que les changements de tailles ou de corps. L'important était visuel : dans la tension et le placement.

... la plupart des étudiants se spécialisent en peinture — j'encourage les peintres à apprendre le lettrage et la typographie — ils ont tendance à penser d'abord à la gravure, à la lithographie, etc. Tout récemment, nous avons pu introduire en classe des problèmes en insistant sur ceux typographiques.⁷⁸⁵

Lorsque nous regardons en arrière en terme d'éducation typographique, nous voyons le Bauhaus et son approche moderniste comme modèle. Comme nous l'avons déjà évoqué, l'esthétique Bauhaus moderniste est surtout orientée vers la suppression d'effets décoratifs. Pour Sean Adams, l'encouragement et le développement de l'emploi d'une typographie fonctionnelle aux États-Unis se firent surtout en réaction contre l'Europe, afin de se distancer d'elle, considérée comme corrompue. L'idée de corruption aurait fait son chemin jusqu'à atteindre l'ornementation typographique. De ce fait, il était préférable d'employer quelque

⁷⁸⁴ Josef Albers a d'ailleurs dirigé le département de Design de 1950 à 1958.

⁷⁸⁵ (notre traduction) « « ..most of the students are majoring in painting—I encourage the painters to learn lettering and typography—they are inclined to think first of etching, lithography, etc. Just recently, we were able to introduce class problems with emphasis on typographic problems. » », extrait de documents personnels d'Elaine Lustig Cohen dans Rob Roy Kelly, *op.cit.*, p.6.

chose de plus sobre, fonctionnel qui traduisait une certaine forme d'honnêteté. Ce qui peut sembler contradictoire avec le fait que c'est justement l'Europe qui a directement et indirectement influencé les États-Unis et c'est encore le Vieux Continent qui a permis au modernisme de s'établir pleinement en Amérique. Yale devient en quelque sorte le bastion éducatif du Bauhaus et du style international et cela jusqu'à la fin des années 1980. Pourtant, des changements s'opèrent, grâce notamment à d'anciens étudiants devenus pour certains professionnels et enseignants, comme Sheila Levrant de Breteville. Celle-ci s'est formée à Yale avant d'enseigner à CalArts dans les années 1970. Elle est perçue, au même titre que Katherine McCoy, comme la génération éducative transitionnelle du postmodernisme, une sorte de pre-postmodernisme. Toutes les deux auraient amorcé de nouvelles formes de pédagogies. La première se concentrait beaucoup sur les compétences et les expériences que les étudiants pouvaient amener et comment en tirer parti dans un programme consacré au design. Il existait toujours cet aspect multidisciplinaire orienté vers le dialogue et l'échange d'informations, auquel s'ajoutait l'idée que l'université formait des personnes polyvalentes plus que des artistes. Le travail était centré sur la personne et sur le design pour en faire une pratique active, et non tournée vers la vision de former des professionnels prestataires de services. Cette démarche préfigure les contributions éducatives postmodernes des années 1980. D'ailleurs, Sheila Levrant de Breteville devient directrice du programme de design graphique de Yale dans les années 1990, ce qui déplaît à des modernistes convaincus comme Paul Rand qui d'ailleurs préfère démissionner. Plus que les méthodes pédagogiques qui ne sont pas appréciées de tous, c'est sans doute le discours de la designer, très influencée par le féminisme, qui a déplu⁷⁸⁶. Néanmoins, son arrivée dépoussière le modernisme qui semble s'être installé durablement à Yale.

Tout comme Rob Roy Kelly⁷⁸⁷, nous pourrions avancer que durant les années 1950-1960 l'éducation des arts avait besoin du design pour se renouveler dans des pratiques qui commençaient à stagner. Les années 1970 formaient une sorte de transition vers de nouveaux modèles pédagogiques, alors que durant les années 1980-1990, c'est l'enseignement du design qui a besoin de se renouveler. Comme le déclare Katherine McCoy⁷⁸⁸, si le design est à propos de la vie, comment se fait-il qu'il ne soit pas plus désordonné, conflictuel, contradictoire comme celle-ci ? Mais en un sens, les expérimentations étudiantes de l'époque reflétaient cette idée. Chaque jeune génération d'élèves apporte avec elle de nouvelles

⁷⁸⁶Sheila Levrant de Breteville a d'ailleurs créé le Women's Design Program à Yale, qui interrogeait notamment la place des femmes au sein du design.

⁷⁸⁷Roy Kelly, Rob. « The Early Years of Graphic Design at Yale University ». *Design Issues* 17, n° 3, 2001.

⁷⁸⁸Katherine McCoy, *Cranbrook : the New Discourse*, Rizzoli International Publications, New York, 1990, p. 14

problématiques et de nouveaux questionnements auxquels elle va tenter de répondre. Cependant, il n'y a pas de véritables réponses, mais uniquement des discussions.

III.2.1.2. Le modèle Cranbrook

Avant de co-diriger le département de Cranbrook dédié au design, Katherine McCoy avait surtout été influencée par le design graphique suisse. Néanmoins, son intérêt pour le design social et tout ce qui touche à l'activisme ont très certainement orienté ses lectures et son enseignement. Au même moment, le livre de Robert Venturi et de Denise Scott Brown⁷⁸⁹ avait le vent en poupe dans l'établissement. Il est indéniable, au vu des nombreux renvois que les designers font de ce livre, qu'il a durablement marqué les esprits et le design.

Katherine McCoy, comme nous l'avons déjà souligné, a encouragé la lecture d'ouvrages phare en dehors du champ disciplinaire du design, bien qu'elle y fut réticente au départ. Cette forme d'enseignement avait deux objectifs : d'abord, permettre d'intégrer une production plus personnelle dans « un domaine qui en avait besoin »⁷⁹⁰ et qui contrecarrait le design rationaliste suisse ; ensuite d'amener un peu de désordre humain face à l'émergence de la froideur technologique. Nous déduisons de cette démarche qu'elle avait pour finalité de faire en sorte que le design ne s'abreuve pas que de lui-même, mais évolue comme matière transdisciplinaire. Il s'agit également de cultiver la curiosité des étudiants et futurs designers, et de les aider à développer leurs propres goûts. Au niveau de la pratique, la démarche de Katherine McCoy a permis d'inclure l'expérimentation, mais aussi la critique et l'autocritique comme parties intégrantes du processus créatif. Au bout du compte, il ne s'agit pas formater des designers à un style et à une méthode, mais bien de permettre à de jeunes personnes d'arriver à se débrouiller seules, en ayant acquis des compétences tout-terrain et un esprit critique.

Cette nouvelle vague est arrivée à un moment où le design stagnait. Le vocabulaire minimaliste et la conception objective et universaliste du design semblaient avoir atteint ses limites. Les étudiants ont donc commencé à s'y opposer et à briser dans un premier temps les règles de la discipline. Une réaction logique devant le modernisme.

⁷⁸⁹ Robert Venturi, *L'enseignement de Las Vegas ou le symbolisme oublié de la forme architecturale*, Troisième éd. Architecture Recherches, Mardaga, Bruxelles, 2000.

⁷⁹⁰ Katherine McCoy, *Cranbrook : the New Discourse*, op.cit.

L'effervescence autour de l'expérimentation et du démantèlement du modernisme n'a pas eu lieu uniquement à Cranbrook mais elle a aussi touché les autres écoles d'arts. Néanmoins, Cranbrook reste sans doute la plus représentative de la diffusion de cet enseignement et de la contestation, particulièrement, grâce à l'exposition des travaux de ses étudiants *Cranbrook : the new discourse* en 1990, qui retrace presque dix ans de réflexion autour de ces thématiques.

En somme, Katherine McCoy ne fait que continuer les préceptes des fondateurs de l'école, George Booth et Eliel Saarinen. Ces derniers avaient construit Cranbrook pour être un haut lieu dévoué à l'éducation et à l'art. Ils considéraient qu'un studio de création dans un environnement propice serait essentiel au développement d'idées et de théories nouvelles. Le studio devenant alors un endroit où les étudiants pouvaient confronter leurs visions du monde avec le monde professionnel. Un processus chaotique et conflictuel, ajoute Katherine McCoy, mais qui peut aboutir à de beaux résultats exaltants. Les fondateurs croyaient ainsi en l'échange de bons procédés entre étudiants, enseignants et professionnels, qui, s'ils travaillaient dans un même endroit, pouvaient enrichir le discours sur l'art et le design. De ce fait, Cranbrook accueille régulièrement des résidences d'artistes et des intervenants extérieurs. Roy Slade⁷⁹¹ explique que l'approche de l'Institut s'est toujours orientée vers la conception de nouvelles choses sans avoir recours à des idées préconçues et des dogmes établis. Un enseignement qui mélange expérimentations personnelles et styles traditionnels.

Ed Fella, de son côté, après avoir étudié à Cranbrook, s'est retrouvé à enseigner à CalArts en design visuel à partir de 1987 en compagnie de Jeffery Keedy. Il continue dans cette lignée d'enseignement où les élèves ont le champ libre pour expérimenter et rechercher de nouvelles formes esthétiques. Ed Fella sert en quelque sorte de modèle pour ses élèves, à travers sa démarche et sa conception typographies. C'est d'ailleurs sous son influence que Barry Deck conçoit la *Template Gothic* considérée comme la police ayant lancé le phénomène de typographie expérimentale. Cependant, il réfute l'idée que les étudiants doivent reproduire leurs maîtres. Il ne souhaite pas que les étudiants émulent ou copient son travail. Il se détache ainsi de la pensée moderniste et notamment de la vision de l'enseignement de Paul Rand. « Nous ne disons pas "C'est la façon de travailler" à la manière de modernistes comme Paul Rand de présenter leur propre pratique, philosophie et idéologies comme "la vérité". »⁷⁹².

⁷⁹¹Roy Slade, président de la Cranbrook academy et directeur de son musée.

⁷⁹²(Notre traduction) « We don't say « This is the way to work » the way the Modernists like Paul Rand offered their own practice and their own philosophy and ideology as « the truth. » », Michael Dooley, « An Interview with Edward Fella », Dooley, Michael. « An Interview with Edward Fella », emigre.com [En ligne], consulté le 1^{er} juillet 2018. URL : www.emigre.com/Essays/Magazine/AnInterviewwithEdwardFella.

Cette conception rejoint celle de Katherine McCoy qui trouvait le design universel du modernisme stérile⁷⁹³.

Cependant, l'enseignement moderniste est révolu pour Ed Fella. Il faut désormais penser à d'autres méthodes d'apprentissage. « Vous pouvez comprendre le contexte de Paul Rand puisqu'il est moderniste. On peut lui pardonner pour cela, car il fut l'un des grands de cette tradition particulière. Mais il appartient à l'histoire. »⁷⁹⁴. Ce que veut le designer se situe plus dans une démarche de guider les étudiants et les jeunes designers à s'exprimer pleinement à partir de leurs propres expériences, de leurs goûts et de leurs valeurs. Ed Fella aspire à faire ressortir chez eux une forme d'authenticité. Nous en revenons donc à ces questionnements entre l'authenticité et la reproductibilité entre le pastiche et l'autorialité.

Cette manière d'enseigner le design graphique et typographique survient au moment où, comme nous l'avons déjà évoqué, ces disciplines commencent à jeter un autre regard sur elles-mêmes. Elles convoquent ainsi leur propre histoire et la transmettent à de futures générations de designers.

III.2.1.3. L'enseignement pratique et théorique aujourd'hui

Il existe aujourd'hui plusieurs institutions et plusieurs écoles qui proposent des cours pratiques et théoriques spécifiques autour de la typographie dont certains sont diplômants. En France, il existe le DSAA création typographique de l'école Estienne de Paris, le post-diplôme systèmes graphiques, langage et typographie à l'ESAD d'Amiens ou encore les cours post-master au sein de l'ANRT. Au Royaume-Uni, l'université de Reading est reconnue pour son département de typographie et de communication graphique dans lequel il existe un MA en *Typeface Design*. De leur côté, les États-Unis accordent à la Cooper Union un certificat post-diplôme en *Typeface Design* tandis que l'école des arts visuels de New York propose en résidence d'été au SVA Type Lab un programme de *Typeface Design*. En parallèle, bon nombre d'écoles dispensent des formations et des ateliers orientés vers la typographie. Mais ces travaux sont souvent intégrés à un programme plus étendu d'enseignement du design (California Institute of the Arts, Yale School of Art).

⁷⁹³McCoy, Katherine. « Rethinking Modernism, Revising Functionalism ». In Michael Bierut, William Drenttel, Steven Heller et Dk Holland, *Looking Closer: Critical Writings on Graphic Design*, 49. New York: Allworth Press, 1994. p.49.

⁷⁹⁴(Notre traduction) « You can understand Paul Rand's context, since he's a Modernist. And he can be forgiven for that, since he was one of the greats of that particular tradition. But he's history. », Michael Dooley, « An Interview with Edward Fella », Dooley, Michael. « An Interview with Edward Fella », *op.cit.*

De plus, aujourd'hui, il est possible de trouver des formations et des tutoriels en ligne. Des professionnels et des enseignants expliquent sur leurs sites la marche à suivre pour atteindre un bon design. Le site TypeEd, par exemple, propose un programme⁷⁹⁵ d'apprentissage afin d'aider les designers à produire une typographie plus efficace. « Notre mission est d'éduquer les designers à la théorie fondamentale, construire une base de pratique typographique, pour qu'ils puissent préserver l'intégrité de la communication visuelle. »⁷⁹⁶ Ce genre d'initiative permet de mettre en avant l'importance de la typographie comme objet de design. Pour les fondateurs du programme, l'éducation à la typographie est essentielle. Selon eux, celle dispensée actuellement n'est pas suffisamment approfondie. Michael Stinson⁷⁹⁷, l'un des deux créateurs de TypeEd, indique même que les compétences typographiques sont absentes dans le monde du travail. Selon TypeEd, il est de leur mission d'éduquer les étudiants et designers à la lisibilité et à une typographie de qualité devenues des points essentiels pour la préservation de l'intégrité du design. Bien que l'initiative de sensibiliser les gens à la typographie soit louable, le discours productiviste, qui lorgne du côté du marketing (établir une communication efficace), a de quoi interroger sur la manière de pratiquer et d'enseigner la typographie. Michael Stinson avoue être un fervent croyant de l'adage « la forme suit la fonction », ce qu'il transmet dans son enseignement : « la substance avant le style »⁷⁹⁸.

Là où une personne comme Katherine McCoy laissait le champ libre à ses étudiants afin d'expérimenter, d'autres, comme Michael Stinson, optent plutôt pour une méthode, voire une formule synthétique et efficace, applicable en toutes circonstances. En poussant un peu plus loin, nous pourrions dire que les étudiants désireux d'un savoir-faire, payent pour l'apprentissage de celui-ci. Mais ils dépensent également pour avoir accès à un système de règles dont ils n'ont pas forcément les clés. La méthode par l'exploration et l'expérimentation en dehors de la zone du design des années 1980 et 1990 serait-elle dépassée ? Serions-nous en train de revenir à des enseignements plus synthétiques ? À des règles établies ?

Sean Adams⁷⁹⁹ raconte que lorsqu'il était étudiant à CalArts en 1982, toutes les polices de caractères considérées comme « mauvaises » par l'Institut étaient supprimées⁸⁰⁰ afin qu'il

⁷⁹⁵Le programme a été créé par Rachel Elnar et Michael Stinson en 2003.

⁷⁹⁶(Notre traduction) « Our mission is to educate designers about the fundamental theory of type, build a typographic foundation of practice, so they can preserve the integrity of visual communication. », TypeEd [En ligne], consulté le 10 juillet 2018. URL : <https://type-ed.com/about-program/>

⁷⁹⁷Michael Stinson co-fondateur de TypeEd. Il est diplômé de Cal Poly Pomona, il est également enseignant au Laguna College of Art + Design.

⁷⁹⁸(Notre traduction) « Substance before style », Michael Stinson [En ligne], consulté le 1^{er} juillet 2018. URL <https://michaelstinson.com/about>

⁷⁹⁹Sean Adams, « Typographic Education ». [adamsmorioka.com](http://adamsmorioka.com/typographic-education/) [En ligne], consulté le 24 juillet 2018. URL: <http://adamsmorioka.com/typographic-education/>.

ne reste que celles considérées comme élémentaires (*Bodoni, Baskerville, Garamond, Futura, Univers*). Ainsi, les étudiants ne pouvaient pas faire de mauvais choix ou d'erreurs dans l'utilisation de polices de caractères. Comme le designer le dit lui-même, le pragmatisme américain avait rattrapé l'éducation typographique afin d'appliquer le « bon design ». Cependant, les étudiants sont instinctivement poussés à expérimenter l'excès, sans doute en réaction à la rationalité que les enseignants leur imposent. Mais l'apprentissage des règles et des méthodes modernistes, comme le style international suisse, n'est pas forcément une mauvaise option. Selon Sean Adams, c'est empêcher les étudiants d'explorer d'autres voies pour ne leur en montrer qu'une, comme seule et véritable manière de faire du « bon design », qui constitue un enseignement archaïque. L'inclusion des technologies numériques dans l'apprentissage et la conception typographique a encouragé le retour des débordements et de la « débauche ». Il est possible de blâmer la technologie pour cela affirme Sean Adams⁸⁰¹, mais ce serait sans doute se tromper de cible, voire même de bataille. Ce ne serait pas tant l'informatique que la manière dont nous traitons l'information qui a fait évoluer la conception et l'enseignement de la typographie.

Aujourd'hui, les étudiants ont accès à un choix indénombrable de polices de caractères, qu'il est aisé de s'échanger et de personnaliser. L'emploi de certaines se fait sans arrière-pensée, sans connaissance du contexte historique ou sans critères spécifiques.

Ainsi, une de ses étudiantes qui ne se souvenait plus du nom de la police qu'elle avait utilisée, avait répondu : juste « une des fontes dans les "A" du CD »⁸⁰². Malgré le côté aléatoire, voire peu réfléchi de la méthode, qui consiste à prendre une police « juste comme ça », il arrive que les résultats soient inattendus, mais en même temps parfois appropriés. Et bien que cela puisse traduire inconsciemment un style personnel, il s'agit là, comme le souligne Sean Adams, davantage une exception que d'une règle. En fin de compte, au manque de choix d'autrefois, se substitue l'abondance.

En résumé, l'enseignement de la typographie doit tenter de naviguer entre deux eaux et maintenir un équilibre délicat entre discipline et liberté créative.

Les changements des dernières années concernent également la manière dont la typographie nous est enseignée. Comme nous avons pu le voir, certaines grandes écoles ont en leur sein plusieurs étudiants étrangers. Certains retourneront dans leur pays où, à leur tour, ils

⁸⁰⁰La suppression était celle des polices métalliques employées sur des machines d'impression classique avant l'âge de l'informatique.

⁸⁰¹Sean Adams, *op.cit.*

⁸⁰²« It was one of the fonts in the 'A's on the CD » *Ibid.*

utiliseront ce qui leur a été enseigné et diffuseront ainsi, une certaine méthode de pensée. L'enseignement joue logiquement un rôle important dans la vulgarisation et la dispersion des idées.

III.2.1.4. Les limites de l'enseignement

Pour Annick Lantenois et Samuel Vermeil⁸⁰³, il existe deux manières d'appréhender l'enseignement en design graphique et celles-ci ne visent pas la même chose, car elles abordent la discipline de façon différente. Dans un cas, c'est une formation d'experts, dans l'autre une formation ouverte qui laisse aux étudiants le choix de leur orientation future. Toutefois, les deux auteurs admettent qu'il s'agit là d'une vision manichéenne et simplifiée de l'approche de l'enseignement. C'est pourtant une dichotomie souvent présente, même chez les Anglo-Saxons. Il y a effectivement le souci de placer le design dans son sens général. Comme nous l'avons évoqué, le design a dû se faire une place dans le milieu universitaire, mais, encore aujourd'hui, il occupe un champ de « recherche pratique ». Cette dernière, pour Gunnar Swanson⁸⁰⁴, n'est d'ailleurs perçue ni comme de la recherche pure ni comme de la pratique, car le design est toujours à cheval entre plusieurs domaines. Le design vise la professionnalisation dans un univers académique et c'est sans doute de là que découlent les paradoxes qui se répercutent sur le champ typographique. Gunnar Swanson⁸⁰⁵ explique que le design n'est pas là pour éduquer, mais former, entraîner de jeunes gens au monde du travail puisque le but avoué, après plusieurs années de formation, c'est de travailler dans un studio et non de faire de la recherche. Les programmes d'enseignement n'auraient pas les mêmes visées d'excellence. Le design est souvent considéré comme faisant partie du domaine de la communication et son statut particulier ne fait pas de lui un sujet spécifique, mais plutôt un domaine qui permet de faire le lien avec les autres disciplines. Il y a donc un souci d'inculture. Don Norman⁸⁰⁶ va même plus loin en expliquant que ce problème est aggravé avec l'apparition d'un doctorat en design dans les universités. Puisque l'éducation de base est incomplète, les personnes ne comprendraient pas ce qui est attendu d'une thèse. Gunnar

⁸⁰³ Annick Lantenois, Samuel Vermeil, *.txt 3*, éditions B42, Paris, 2018, p.5.

⁸⁰⁴ Gunnar Swanson, « Graphic Design Education as a Liberal Art: Design and Knowledge in the University and the "Real World" », Gunnar Swanson [En ligne], 2004, consulté le 8 août 2018.. URL: <https://www.gunnarswanson.com/writing/GDasLiberalArt.pdf>.

⁸⁰⁵ *Ibid.*

⁸⁰⁶ Don Norman, « Why Design Education Must Change », Core77 [En ligne], 26 novembre 2010, consulté le 1^{er} juillet 2018. URL : <https://www.core77.com/posts/17993/Why-Design-Education-Must-Change>.

Swanson souhaiterait que nous considérions l'enseignement du design comme un art libéral au sens aristotélicien, c'est-à-dire des études pour éduquer des hommes libres.

Il en découle certains problèmes, comme celui d'une éducation trop focalisée sur la carrière professionnelle qui pousserait les étudiants à l'échec. Beaucoup de professeurs suivraient la philosophie éducative de Paul Rand⁸⁰⁷, à savoir qu'un étudiant doit rester concentré sur le design et que tout ce qui n'y est pas lié est une perte de temps. Tout ce qui serait de l'ordre de l'académique, de l'universitaire serait alors inutile. Tout étudiant qui ne ferait pas carrière dans le design ou dans un domaine connexe après de telles études, serait perçu comme ayant échoué. De la même manière, un universitaire qui sortirait du giron de la recherche serait lui aussi perçu comme ayant failli. Le problème soulevé par Gunnar Swanson est que l'enseignement du design ne pousse pas les étudiants à élargir leur point de vue et leur horizon pour former un monde plus démocratique, du moins selon lui. C'est un paradoxe quand nous pensons que le design serait, pour certains, justement là pour améliorer la société et les individus. L'idéologie moderniste s'est établie dans l'école du Bauhaus et n'a jamais vraiment quitté l'éducation. Le design est majoritairement enseigné dans les écoles d'art et d'architecture à des personnes qui justement n'apprécient pas les sciences humaines et de la matière alors que pourtant, vu le contexte actuel, les futurs designers ne tireraient aucun avantage à s'en passer. De plus, contrairement aux années antérieures, le design ne concerne pas forcément la création d'objets physiques. C'est pour cela que Don Norman préconise et revendique un changement dans la façon dont le design doit être enseigné. Il suffit de voir certaines réactions et commentaires outrés lors de la parution de son article *Why Design Education Must Change*⁸⁰⁸, pour comprendre que nous touchons là un problème épineux. Pour certains, la filiation du design est claire : c'est un art appliqué, tout ce qui concerne l'universitaire et l'académique est superflu. Ce n'est pas la place du design. Il est néanmoins possible de reprocher à l'auteur de l'article de trop en demander aux étudiants et surtout d'en faire plutôt des ingénieurs que des créatifs.

Parallèlement, l'appropriation du design par les politiques et les institutions engendrerait selon Annick Lantenois et Samuel Vermeil⁸⁰⁹ une forme d'appauvrissement de la discipline, par l'application d'une pensée systématique et d'une conception « pragmatique ». En conséquence, au lieu de célébrer la diversité et les possibilités offertes, cela induirait un formatage. En se projetant plus loin, au vu de l'importance de l'enseignement dans la diffusion de réflexions nouvelles, il n'y aurait que la propagation d'une conception limitée

⁸⁰⁷Lorraine Wild, « Castles made of sand », *op.cit.*

⁸⁰⁸Don Norman, « Why Design Education Must Change », *op.cit.*

⁸⁰⁹Annick Lantenois, Samuel Vermeil, *.txt 3, op.cit.*

voire unique. En somme, la démocratisation du design qu'il soit graphique ou typographique se ferait au détriment de l'innovation.

Un autre problème soulevé par Gunnar Swanson⁸¹⁰ est que les compétences apprises sont souvent à durée limitée, car elles peuvent devenir obsolètes à la prochaine révolution technique. Un souci également partagé par Don Norman. De plus, le manque d'éducation des designers d'aujourd'hui les rendraient incapables de comprendre la complexité du monde dans lequel ils évoluent. Ce ne sont pas tant les compétences techniques qui sont les plus problématiques, que le manque de connaissances scientifiques, notamment en sciences sociales. Les designers doivent trouver des solutions à des questionnements sociaux parfois ardues, sans vraiment en saisir le sens. Pour Don Norman⁸¹¹, il n'y pas ou peu de formations à une méthode scientifique ou expérimentale du design. Il n'y aurait pas de méthode définie simplement parce qu'il est difficile de trouver un modèle pour le design qui n'a pas de sujet et de rôle clairement identifiés. Aujourd'hui, il n'est plus uniquement question de forme et de fonction, nous sommes désormais au-delà, dans des relations plus complexes. La notion de service est par exemple beaucoup mise en avant. Il est temps de réformer le design nous dit Don Norman⁸¹² et d'ajouter aux compétences techniques, des connaissances en comportement humain (cognitives) pour être plus en harmonie avec l'époque. C'est aussi, d'une certaine manière, ce que revendique Gunnar Swanson⁸¹³ : faire en sorte que les étudiants deviennent adaptables et non ultra-spécialisés. Les jeunes designers doivent acquérir des compétences en services, mais aussi en sciences sociales. Le design devrait donc commencer par étudier des sujets plus généraux, au lieu de débiter par des cas particuliers.

Dans le cas de la typographie, il en va de même, les designers ne se poseraient pas les questions qu'ils devraient se poser et leur manque d'ouverture feraient qu'ils n'envisagent pas de solutions alternatives.

III.2.1.5. Le paradoxe de l'enseignement postmoderniste

Il y a également des paradoxes dans l'enseignement du design (graphique et typographie) directement issus de la pensée postmoderniste.

⁸¹⁰Gunnar Swanson, « Graphic Design Education as a Liberal Art », *op.cit.*

⁸¹¹Don Norman, « Why Design Education Must Change », *op.cit.*

⁸¹²*Ibid.*

⁸¹³Gunnar Swanson, « Graphic Design Education as a Liberal Art », *op.cit.*

Jessica Helfand, en tant qu'ancienne comédienne reconvertie dans le design, fait un parallèle intéressant entre les deux disciplines⁸¹⁴. Le théâtre a intégré en son sein de nouvelles méthodes d'interprétation, dans lesquelles l'acteur s'investit émotionnellement en y mettant de sa personne. Ceci permet de donner de la profondeur aux personnages, de mieux comprendre son rôle et de toucher plus facilement et largement le public. Un rapprochement que nous pouvons faire avec le postmodernisme typographique dans lequel les étudiants et jeunes designers incorporeraient une vision plus personnelle dans leurs travaux, car influencés par leur propre vécu. Ceci introduit un caractère d'auteur à l'ensemble et montre que le designer n'est pas uniquement un exécutant ou un fournisseur de services.

Néanmoins, l'éducation plus libérale et interdisciplinaire qui permet au design typographique d'aller chercher ses sources et ses inspirations dans d'autres disciplines a aussi son revers. Ainsi, le design, de manière générale, va sans cesse solliciter l'approbation des autres disciplines pour marquer son authenticité. De plus, la porosité entre les arts et leurs croisements constants en viendraient à faire croire aux designers qu'ils font eux-mêmes de l'art. En somme, à trop fréquenter l'art, les designers se prendraient pour des artistes. La vision postmoderniste glorifierait les designers et les pousserait à la vanité. Les designers pensent par eux-mêmes et c'est une bonne chose, mais il semblerait qu'ils pensent un peu trop pour leur propre bien. Si nous comprenons les inquiétudes de Jessica Helfand⁸¹⁵ sur l'ouverture de la discipline, qui a aussi des avantages, il y a tout de même une volonté de revenir à l'universalité moderniste, celle où les designers, non centrés sur eux-mêmes, cherchent à toucher la vérité universelle.

Nous en venons au constat global que l'éducation, l'enseignement de la typographie ou du design dans lequel la typographie est incluse, doivent jouer sur équilibre subtil entre professionnalisation et recherche, interdisciplinarité et inculture. Il n'y aurait pas de méthode pour enseigner la typographie, du moins pas de méthode systématique. Il appartient aux étudiants de les trouver à travers leurs travaux et leurs recherches, ce qui leur permettrait de mieux se positionner.

Ce besoin de reconnaissance du design, dans lequel, rappelons-le, est incluse la typographie, se retrouve par le biais d'une pensée critique. Les designers signataires du manifeste *First Thing First 2000* constataient qu'à la fin des années 1990, les enseignements avaient tendance à encourager l'aspect publicitaire et mercantile du design, davantage que son

⁸¹⁴Jessica Helfand, « Method Designing : The Paradox of Modern Design Education », In :Bierut, Michael, William Drenttel, et Steven Heller, éd. *Looking Closer 5: Critical Writings on Graphic Design*, Allworth Press, New York, 2006. p.11-13.

⁸¹⁵*Ibid.*

aspect culturel et social. *Fuse* dans son premier numéro sorti en 1991, observait que « la plupart des systèmes éducatifs échouaient à fournir ne serait-ce qu'une formation de base aux techniques et processus des médias »⁸¹⁶.

Les années 1980-1990 donnent l'impression d'un enseignement qui stagne ou qui tâtonne. Un terme revient d'ailleurs régulièrement : la désinformation. Il reste maintenant à savoir si ces hésitations et ces problématiques touchent également la recherche qui se développe en parallèle.

III.2.2. L'état de la recherche

III.2.2.1. De la difficulté de la recherche en France

Afin de faire un état des lieux de la recherche dans le domaine de la typographie, que cela soit en France ou dans le monde anglo-saxon, il convient de revenir de manière plus large au design et son corollaire, ses enjeux. En effet, les questionnements et problématiques du design touchent et influent directement ou indirectement le design graphique et le design typographique.

Tout d'abord, quant est-il exactement de la recherche en design, en particulier en France ? Cette interrogation, régulièrement posée, a souvent la même réponse. Marc Monjou la synthétise d'ailleurs dans son article *La recherche en design et sa publicité* comme suit : « En France et généralement dans le monde francophone, la recherche en design peine à exister »⁸¹⁷. Ce constat plutôt négatif, que nous pouvons retrouver chez d'autres penseurs du design comme Stéphane Vial, est la conséquence de plusieurs facteurs. En effet, Marc Monjou impute ce phénomène à plusieurs raisons :

- l'ambiguïté des définitions de recherches,
- le côté instable de la discipline,
- l'enseignement en France.

⁸¹⁶(Notre traduction) « Most education systems fail to provide even a basic training in media technique and process », Brody, Neville, et Jon Wozencroft, *FUSE 1-20*, Taschen, Köln, 2012, p.21.

⁸¹⁷Marc Monjou, « La recherche en design et sa publicité », *Azimuts*, n° 40-41, Cité du design éditions, Saint-Étienne, 2014, p. 53.

Un constat partagé par d'autres acteurs du milieu du design. Dans son article *Pour une recherche en design*⁸¹⁸, Marie-Haude Caraës⁸¹⁹ retrace brièvement les déboires du design qui oscille entre plusieurs domaines et définitions parfois opaques. Cependant, si ces tentatives de définir ce qu'est le design permettent de lui donner un sens commun, elles semblent toutefois échouer à se montrer précises ainsi qu'à déterminer les réels enjeux qui se cachent derrière ce terme. À partir de là, nous pouvons faire un parallèle avec la typographie et ses définitions. Typographie est un mot que les gens comprennent, qu'ils peuvent expliquer de manière générale et succincte mais dont les descriptions peinent à en donner toute l'ampleur et les possibilités.

Ces soucis de définitions tiennent sans doute, comme Marc Monjou l'a signalé en amont, de l'instabilité disciplinaire (design, typographie). Le design, à l'échelle de l'Histoire, est récent. Il a évolué au fil des années et continuera à se transformer. C'est sans doute à cause de cette instabilité que la recherche peine à émerger, à être présente et à s'exprimer dans le monde francophone. Il s'agit là d'une première hypothèse qui expliquerait les difficultés que rencontre la discipline du design actuellement.

Concernant la typographie, l'explication historique est plus délicate et sans doute insuffisante. En effet, la typographie est plus ancienne que le design, d'autant plus si nous la relient à l'écriture. De plus, il y a une certaine stabilité dans la forme qui s'est établie au fil des siècles avec une mise en place de règles spécifiques sur l'utilisation et la mise en pages de lettres. Néanmoins, la typographie a évolué comme le design tant au niveau de la technique que de la réflexion. Nous intégrons la typographie dans la recherche du design au sens large, car les questionnements contemporains autour de la typographie sont joints à ceux du design. De plus, les critiques, en particulier anglophones sur lesquelles nous appuyons nos propos l'intègrent le plus souvent dans une pensée globale du design.

III.2.2.2. Définir la recherche en design

Pour en revenir à la recherche, il faut retourner encore une fois à la définition même du sujet de recherche. Or, la définition en design qui touche aussi celle du design graphique et de la typographie, ne comporte pas un seul sens et un seul point de vue mais une multitude de

⁸¹⁸Marie-Haude Caraës, « Pour une recherche en design », *Azimuts*, n°33, Cité du design éditions, Saint-Étienne, p.39-44.

⁸¹⁹Marie-Haude Caraës est actuellement directrice-adjointe de l'EPCC – École supérieure des beaux-arts TALM (Tours, Angers, Le Mans).

manières de percevoir. Pour Pierre Litzler, le terme de design est trop fréquemment relié à l'esthétique industrielle à cause de son histoire⁸²⁰ et ne saurait rendre toute la complexité du design actuel. Marie-Haude Caraës, ainsi que Stéphane Vial, reprennent eux les propos de Ettore Sottsass comme définition pour faire état de ce qu'est le design. Il s'agirait pour le designer italien d'« une façon de discuter de la vie, de la société, de la politique, de l'érotisme, de la nourriture, et même du design »⁸²¹, des paroles qui rejoignent également la vision de Pierre Litzler. Ce dernier voit dans le design plus qu'une simple recherche esthétique et de formes mais aussi « une attitude de transformation par la création, un art impliqué dans la vie, qui affecte notre quotidien, qui en modifie le cadre, voire même qui le façonne et le réinvente. »⁸²². Ces définitions, bien que larges, ne sont pas suffisantes pour Marie-Haude Caraës⁸²³, alors que pour Stéphane Vial, elles permettent d'étayer le fait que le design est « une chose qui pense »⁸²⁴. L'un et l'autre reconnaissent cependant les aléas du terme notamment en linguistique, car il varie en fonction des pratiques et des besoins. Marie-Haude Caraës va même jusqu'à simplifier le problème en proposant une solution abrégée à ce souci de définition : « le design, c'est ce que font les designers »⁸²⁵. Cette affirmation suffit-elle à englober toute la richesse et les particularités du design ? Pouvons-nous transposer cette déclaration à la typographie ? La typographie est-elle ce que font les typographes ? Si nous sommes tentés de répondre par l'affirmative, ça serait néanmoins oublier les designers graphiques qui, s'ils ne créent pas forcément de polices de caractères, les utilisent néanmoins et contribuent à notre manière de la percevoir. Si le « faire » correspond à l'idée de création alors c'est oublier tout un pan de la typographie qui s'appuie sur son utilisation, ainsi que sur ses réflexions.

Nous pouvons mettre la typographie au même niveau que le design dans le sens où, comme lui, cette dernière est présente partout. Tout le monde peut la voir, au point de ne plus la voir, tout le monde s'en sert mais personne ne s'interroge vraiment sur elle. De même, comme le design, celle-ci peine à se faire reconnaître et avec elle, tout recherche la concernant.

Si nous prenons le sens étymologique du design comme provenant de l'anglais (*to design*), nous avons bien une idée de conception ; par contre si nous nous appuyons sur

⁸²⁰Pierre Litzler, « La conception du design, un processus de jeu et d'enjeux sociétaux » In : Payot, Daniel. *Poétiques du design. [I] : vers de nouveaux paradigmes de la conception ? : [journée d'étude, Strasbourg, 15 avril 2013]*, Collections Esthétiques, l'Harmattan, Paris, 2014, p.19-33.

⁸²¹Cité par Marie-Haude Caraës, « Pour une recherche en design », *op.cit.* p.39.

⁸²²Pierre Litzler, « La conception du design, un processus de jeu et d'enjeux sociétaux », *op.cit.*, p.19.

⁸²³Marie-Haude Caraës, *op.cit.*, p.40.

⁸²⁴Stéphane Vial, *Court traité du design*, PUF, Paris, 2014, p.11.

⁸²⁵Marc Monjou, *op.cit.*, p. 53

l'étymologie latine (*designare*), c'est l'art de faire qui est mis en avant. Cependant, il ne s'agit pas que d'une problématique de termes entre design et typographie. Car si, il est difficile de définir de manière exhaustive le design, définir ce qu'est la recherche en design est également problématique. Tout comme il est délicat de déterminer ce qu'est vraiment la recherche. Marc Monjou reprend ce qui caractérise la langue française au travers de dictionnaires.

Pour lui, il faut partir du principe que les explications proposées ne peuvent pas faire correctement état de l'ensemble de qui se cache derrière le terme recherche⁸²⁶. Ces définitions ne sont que le résultat du fonctionnement de notre langue qui, comme il l'explique, sont là pour «[...] stabiliser a minima les catégories que nous manipulons tous pour commencer à nous comprendre les uns les autres indépendamment de toute situation particulière»⁸²⁷. Donc si les premières occurrences du terme recherche sont imprécises, elles n'en restent pas moins fonctionnelles. À partir de là, nous prenons la première dénomination, celle courante de la recherche, comme action de chercher dans le but éventuel de trouver quelque chose ou quelqu'un.

L'autre point abordé est la recherche comme institution, et non comme acte de chercher. Dans ce cas, le terme exprime plus un ensemble d'enjeux, de systèmes, de valeur, etc. Alors, il y a de ce fait deux manières d'aborder la recherche, d'après Marc Monjou, à partir de cette base : une générique (la découverte) et une spécifique (l'ordre)⁸²⁸ qui ont parfois du mal à coexister dans le cadre de la recherche en design. Cependant, toujours d'après Marc Monjou, nous pouvons considérer le designer comme un chercheur si nous nous en tenons au premier sens du terme, du fait que celui-ci cherche à trouver une forme adéquate, voire idéale, à travers sa pratique. Or, la question de la pratique, dans le cadre de la recherche, comme nous l'avons vu avec Gunnar Swanson⁸²⁹, n'est pas forcément considérée comme une de ses formes. De son côté, Stéphane Vial s'avance en faveur d'une poïétique du design, c'est-à-dire étudier le design comme processus de création, « comme geste créateur »⁸³⁰. Le geste design est à la fois un savoir de la pensée et un savoir du faire car ils sont inséparables dans le domaine du design. Nous en revenons encore une fois à l'idée que l'un ne peut aller sans l'autre.

⁸²⁶*Ibid.*

⁸²⁷*Ibid.*

⁸²⁸*Ibid.*, p.54.

⁸²⁹Gunnar Swanson, « Graphic Design Education as a Liberal Art », *op.cit.*

⁸³⁰Stéphane Vial, «Le geste de design et son effet : vers une philosophie du design», *Figures de l'art-Philosophie du Design*, n°25, PUPPA, 2014, p.96.

III.2.2.3. Le problème de méthodologie

Un des premiers constats qui revient est, qu'il n'y a pas à l'heure actuelle de méthode, ni de pensée globale de recherche en design, notamment en France. Comme le souligne Ruedi Baur, il existe beaucoup de formations pour préparer au métier de designer mais, d'après lui, il n'existe pas de formation de recherche en design⁸³¹. Pour aborder cet aspect du design il faut regarder du côté des troisièmes cycles universitaires ou des post-master. Pourtant, selon le designer, les écoles sont justement des lieux propices à la réflexion, à l'expérimentation, au développement de la critique en design, au croisement des disciplines et des pensées. Il aborde également la problématique de la méthode puisque les écoles de design sont des lieux d'apprentissage où il faut justement éviter de mettre en place des formations de systèmes contenant des vérités toutes faites. Il faut faire en sorte que la pensée y soit libre et que chacun puisse expérimenter et s'exprimer comme il le souhaite. Il faut donc favoriser la transdisciplinarité ainsi que le développement des liens entre domaines mais également entre designers.

Le problème de la recherche en design, comme nous l'avons évoqué avec Jessica Helfand, c'est qu'elle oriente ses influences et théories ailleurs, afin d'obtenir l'approbation de son sérieux⁸³². Il est vrai que le design n'hésite pas à aller chercher ses bases de réflexions dans les sciences humaines et sociales comme la rhétorique — seul modèle valable dans le cadre du design pour Richard Buchanan — la sémiotique, la littérature, la culture, etc. C'est ce qu'à d'ailleurs fait le postmodernisme typographique quand il est allé puiser la déconstruction dans l'architecture, la sémiotique, la littérature, la philosophie et la culture avec le vernaculaire. Il y a tout de même quelque chose de paradoxal : demander une plus grande ouverture du design dans le cadre de la recherche, tout en lui reprochant de le faire. De même, reprocher un manque de sérieux et la présence de réflexions dans sa propre discipline, alors qu'il convoque des références valides issues d'autres domaines. S'ouvrir pour ne pas faire de l'auto-référencement, tout en demandant une autonomie de pensée. En somme, sans approbation universitaire, la recherche en design, même typographique, ne vaudrait rien.

Or, pour entamer une recherche qui soit « conforme », le design doit se plier à une méthodologie ou du moins trouver la sienne. Audrey Bennett nous explique, dans *The Rise of Research in Graphic Design*, que c'était surtout l'intuition du designer qui était mise à contribution et elle valait, en quelque sorte, comme méthode de recherche pratique et théorique. Cette intuition, telle que nous la définit Paul Rand, c'est la perspicacité du designer

⁸³¹Ruedi Baur, Azimuts 33, p.

⁸³²Jessica Helfand, « Method designing: the paradox of modern design education », *op.cit.*

qui a été façonnée par la pratique, l'expérience ou encore la culture et ses recherches personnelles⁸³³. Il faudrait donc laisser de côté le rôle de l'intuition très liée aux modernistes comme Paul Rand ou encore W. A. Dwiggins. Même si le design typographique et graphique doivent beaucoup à de grands noms du modernisme qui ont su les rendre visibles auprès du grand public et à l'international, la reconnaissance devra désormais passer par ailleurs, comme les publications ou la critique.

De plus, des principes — souvent issus de l'art — établis depuis des générations et ayant fait leurs preuves, à travers l'expérimentation notamment, sont considérés comme des formules infaillibles au point de s'en référer comme à des théories. Cependant, ces principes ne sont pas perçus comme des théories de recherches académiques, parce qu'historiquement le design manque autant de recul que de recherches véritables. L'histoire de la recherche en design est dépendante des écrits universitaires.

Cependant, pour Marc Monjou qui dit enseignement d'une discipline, dit établir des limites à cette discipline par le biais de corpus⁸³⁴. Or, comment constituer des frontières claires entre ce qui est design et ce qui ne l'est pas, quand nous considérons cette même discipline comme indisciplinée ? Marc Monjou rejoint toutefois Ruedi Baur dans l'idée de construire un corpus objectif des savoirs qui sera transmis par les écoles de design. Il faut éduquer les futures générations sans pour autant les influencer et par là il convient de trouver un subtil équilibre entre ce que le design a de subjectif et d'objectif.

Néanmoins, si Ruedi Baur se montre en faveur de la transdisciplinarité, de son côté Marc Monjou désapprouve l'interdisciplinarité⁸³⁵. Affirmer l'interdisciplinarité comme un fondement évident du design est pour lui une erreur car ce serait le rendre dépendant des autres disciplines alors que celui-ci cherche justement à établir son autonomie. Il y a dans ce refus une certaine peur que le design soit englobé dans un, voire plusieurs autres, domaines. Cette appréhension, nous pouvons la mettre également en relation avec le design graphique et la typographie. Cette dernière est souvent considérée comme un outil du design graphique dans un système hiérarchisée dans lequel le design graphique fait partie du design. Au lieu de voir une relation verticale, il faudrait plutôt envisager une relation horizontale où tous les acteurs (design, design graphique, typographie, architecture etc.) sont sur le même pied d'égalité. C'est justement ce que Sheila Levrant de Breteville avait mis en place au sein de

⁸³³Audrey Bennett, « The Rise of Research in Graphic Design », *Design Studies : Theory and Research in Graphic Design*, Princeton Architectural Press, New York, 2006, p.17.

Voir également Paul Rand, « Observation on intuition », paul-rand.com [En ligne], consulté le 1^{er} juin 2018.

URL : www.paul-rand.com/foundation/thoughts_intuition/#.W5I8i0iFOUk

⁸³⁴Marc Monjou, *op.cit.*, p.54.

⁸³⁵*Ibid.*, p.56.

CalArts dans les années 1970. Une démarche poursuivie dans les années 1980 tente de créer des liens avec les autres disciplines, ce qui en fait la caractéristique de l'époque. Il y a encore là l'idée que les designers ne font pas que du service et de la production d'objet, en ce sens Pierre Litzler parle d'« idéologie du processus »⁸³⁶.

La rencontre de deux disciplines ne se fait pas lorsque l'un se met à réfléchir sur l'autre, mais lorsque l'une s'aperçoit qu'elle doit résoudre pour son compte et avec ses moyens propres un problème semblable à celui qui se pose aussi dans une autre. On peut concevoir que des problèmes semblables à des moments différents, dans des occasions et des conditions différentes, secouent diverses sciences, et la peinture, et la musique et la philosophie, et la littérature, et le cinéma. Ce sont les mêmes secousses dans des terrains tout différents.⁸³⁷

Pour Marc Monjou, le design doit développer ses propres concepts et affirmer sa propre culture⁸³⁸. Un propos que nous pouvons mettre en lien avec la recherche typographique. Le design comme discipline récente, qui se cherche encore et continue d'expérimenter à la fois dans les pratiques et les théories, risquerait, en se fondant avec d'autres spécialités, une forme d'acculturation et une perte de ses acquis. La recherche en design en France manque encore de force pour s'exprimer pleinement et elle fait face à des disciplines ancrées dans la recherche. Il ne faudrait donc pas qu'en tentant d'emprunter les méthodologies de ces dernières, pour éventuellement se les réapproprier, le design perde son identité.

Audrey Bennett souligne⁸³⁹ que les manifestes que nous avons déjà abordés dans des chapitres précédents ont permis aux designers de se soumettre à une introspection sur eux-mêmes. Les écrits que nous avons vu émerger dans les années 1990 et au début des années 2000 démontrent bien cet état de fait (la série des *Looking Closer, Writing Research : Writing on Graphic Design, etc.*). Il y a une matérialisation de l'intellectuel. Les designers doivent penser plus large, se positionner et donc prendre parti, d'où les questions d'auteur, même dans la recherche. Pour former, cette méthodologie de la recherche en design, il faut que les designers acquièrent de nouvelles compétences et s'ouvrent à d'autres champs disciplinaires. Nous en revenons aux revendications de Don Norman pour une éducation à la recherche et ses méthodologies des designers. Ces derniers ont déjà une expertise et des compétences, surtout en ce qui concerne le « visuel » et la communication, précieuses pour l'interdisciplinarité de la recherche mais peu intègrent réellement la recherche à cause de la barrière de la langue académique. Il faudrait donc que les designers assimilent le jargon et les

⁸³⁶Pierre Litzler, *op.cit.*

⁸³⁷Gilles Deleuze, «Le cerveau, c'est l'écran», *Cahiers du cinéma*, n°380, février 1986, p.26.

⁸³⁸Marc Manjou, *op.cit.*, p.53.

⁸³⁹Audrey Bennett, « The Rise of Research in Graphic Design », *op.cit.*, p.18.

méthodologies universitaires. Comme l'explique Audrey Bennet⁸⁴⁰, la graine de la recherche est plantée au sein du design — ici graphique mais étendu au design général —, il n'y a plus qu'à attendre de voir si elle sera pérenne.

III.2.2.4. État de la recherche dans le domaine de la typographie

La recherche en typographie est étroitement liée à son apprentissage. De manière concrète, il existe plusieurs lieux et enseignements dédiés à la typographie et au design graphique. Certains d'entre eux ont d'ailleurs mis en place une poursuite d'étude vers un troisième cycle orienté vers la recherche.

En premier lieu, nous pouvons citer le cas de l'ANRT (Atelier National de Recherche Typographique) créé en 1985 et actuellement basé à l'ENSAD de Nancy. L'atelier a pour but premier de « contribuer au développement de la création typographique »⁸⁴¹. Il possède également un programme dédié à la recherche qui articule théorie et pratique afin de « Créer des caractères typographiques spécifiques pour la recherche »⁸⁴². Comme cet intitulé l'indique, il est ici question de création, de pratique typographique, et non, comme nous avons pu le voir en amont, de « commenter » un état ou du moins de faire un état des lieux de la typographie dans un contexte socioculturel. Ces recherches sont des projets pratiques, voire scientifiques, plus que philosophiques.

C'est ce que nous pouvons observer aux regards des différents programmes de recherche qui se sont succédés depuis la réouverture de l'ANRT en 2012, notamment l'un d'entre eux intitulé *Re-Typograph* en partenariat avec le LORIA⁸⁴³.

Ce programme avait « pour objectif d'étudier, à partir de relevés de caractères typographiques imprimés, la pertinence d'un ensemble d'algorithmes fournis, pour la caractérisation géométrique des contours des alphabets. »⁸⁴⁴. Cette recherche a donc un but pratique, précis qui est de tenter de déterminer des caractéristiques typographiques de textes imprimés anciens, notamment du XV^e et XVI^e siècles. Elle met l'accent sur l'interdisciplinarité entre des sciences techniques, puisqu'il est nécessaire d'avoir des

⁸⁴⁰*Ibid.*, p.23.

⁸⁴¹Atelier National de Recherche Typographique [En Ligne], consulté le 10 avril 2018. URL : <https://anrt-nancy.fr/fr/presentation/>

⁸⁴²*Ibid.*

⁸⁴³Laboratoire lorrain de recherche en informatique et ses applications

⁸⁴⁴Atelier National de Recherche Typographique [En ligne] consulté le 10 avril 2018. URL: <https://anrt-nancy.fr/fr/recherche/>

personnes avec des compétences informatiques, et des designers typographiques. Les programmes *Re-Typograph* suivants n'ont fait que renforcer et améliorer le dispositif existant.

Il en va de même pour PIM⁸⁴⁵ qui comme le site l'indique « est de répondre à un besoin pratique lié au développement du numérique par la création d'un caractère typographique utilisable par un large éventail d'intervenants dans le domaine de l'épigraphie et de la numismatique. »⁸⁴⁶.

L'Esadse⁸⁴⁷ propose également plusieurs programmes de recherche au-delà du master : un post-diplôme Design & Recherche, un DSRD (diplôme supérieur de recherche en design) et un doctorat. Les deux premiers se veulent plus souples que le doctorat afin « d'expérimenter une voie de recherche plus libre »⁸⁴⁸ (DSRD) dans laquelle les étudiants peuvent se pencher sur tous les champs du design.

Ces différentes variantes de diplômes en lien avec la recherche montrent qu'il existe une certaine ouverture vers celle-ci. Néanmoins, cette recherche n'est pas purement théorique et s'articule autour de la pratique, voire s'y appuie car il est demandé aux étudiants qui souhaiteraient intégrer ces programmes d'avoir une pratique affirmée ou professionnelle. En effet, il leur faut présenter des travaux personnels ou justifier d'une expérience dans le domaine du design ou encore d'un DNSEP. Parmi les profils recherchés, celui de designer graphique, couplé ou non avec la compétence de typographe, doit aussi être spécialisé dans l'édition puisqu'en parallèle de sa recherche personnelle, il ou elle devra travailler à la conception graphique de la revue *Azimuts*.

Dans tous les cas, la recherche en typographie ne se fait pas sans pratique avec des praticiens et doit aboutir à un résultat concret. Pouvons-nous faire de la recherche théorique, critique, esthétique sans passer par les compétences pratiques ? Faut-il être soi-même praticien pour pouvoir s'engager sur des problématiques typographiques ? Et si oui, est-ce que cette recherche doit forcément être liée à la pratique et avoir un résultat concret ?

Pour exemple, si nous pouvons prendre le post-diplôme « Typographie et langage » proposé par l'Ensad d'Amiens, le résultat de cette formation de 16 mois est très clair : former de futurs créateurs de caractères⁸⁴⁹. Chaque étudiant doit donc travailler sur un projet

⁸⁴⁵Polices pour les Inscriptions Monétaires.

⁸⁴⁶Atelier National de Recherche Typographique, *op.cit.*

⁸⁴⁷École supérieure d'art et de design de Saint-Étienne

⁸⁴⁸« Le DSRD », Esadse [En ligne], consulté le 10 avril 2018. URL : www.esadse.fr/fr/la-recherche/051015-le-dsrd?na

⁸⁴⁹www.esad-amiens.fr/typographie

personnel avec une thématique de recherche. À la fin du programme, il doit présenter une police de caractère accompagnée d'un mémoire. L'enseignement théorique qui est couplé avec la pratique intègre de la linguistique ainsi que l'histoire de la typographie. Les enseignants ou intervenants du cursus sont des professionnels (créateurs de caractères), des chercheurs (en histoire du graphisme et de la typographie), des enseignants-chercheurs (linguistique, écriture). Si nous ne nions pas l'importance de ces matières dans l'apprentissage de la typographie, le programme occulte cependant, à notre sens, beaucoup d'autres domaines disciplinaires en lien avec la typographie ou émanant directement de celle-ci, qui en illustrent la complexité (critique, sémiotique, architecture, histoire de l'art, esthétique).

Cette volonté de faire de la recherche pratique, concrète, tient sans doute au fait de l'histoire même de la typographie et de sa culture, qui tient de la pratique professionnelle. « Pourtant même maintenant, dans cette ère consciente du design, il existe peu d'échanges entre le domaine plus ou moins ouvert et spéculatif de l'enseignement supérieur et celui plus fermé, plus attentif aux revenus que représentent les professions "créatives". »⁸⁵⁰

III.2.3. Pour une redéfinition de la typographie

III.2.3.1. Premières définitions, premières constatations

Dans les premiers chapitres, nous avons traité de l'évolution historique et technique de la typographie. Nous avons également souligné par la suite que celle-ci s'infiltrait partout dans les arts. De même, cette recherche a abordé ce qui touche à sa conception et les critiques qui s'y rapportent, tout délimitant les domaines corollaires. Cependant, nous n'avons pas vraiment développé ce qu'est la typographie à l'heure actuelle. Effectivement, nous avons abordé au début de cette recherche la typographie comme « procédé d'impression » ou « outil de communication », tout en arguant que ces termes ne nous convenaient pas.

S'il semble étrange de revisiter la définition de la typographie dans cette dernière partie, c'est pour mieux souligner son identité complexe. En effet, au regard de tout ce qui a été étudié précédemment, il nous semble que les définitions classiques de la typographie ne suffisent pas à en approcher tous les aspects. Il aura fallu passer au travers d'autres disciplines, notamment l'architecture, le design, les arts visuels pour échafauder une ébauche de définition.

⁸⁵⁰Rick Poynor, *La loi du plus fort*, *op.cit.*, p.12.

La définition des termes est cependant importante car elle sert de base épistémologique et méthodologique à la recherche. Choisir une caractérisation permet d'établir une position, un angle par lequel le sujet sera abordé et éventuellement d'éviter des querelles de définitions. Le choix d'opter pour certaines définitions figées, de l'art et du design et plus spécifiquement de la typographie, formate notre manière de penser.

Il ressort, après la recherche du terme dans plusieurs dictionnaires⁸⁵¹, qu'il y a une forme de consensus sur la définition du mot dans la langue française. Il y a deux manières de l'aborder :

- une première en tant que procédé d'imprimerie effectué avec des caractères en relief.
- une seconde en tant que manière dont un texte est composé ou imprimé.

Le dictionnaire *Le Robert* est plus orienté vers le premier sens puisqu'il préfère évoquer un ensemble de techniques, en plus des procédés. Le *Littré* et le dictionnaire de l'*Académie française* (toutes périodes confondues) parlent plutôt de « l'art de l'imprimerie » ou de « tous les arts qui concourent à l'imprimerie ».

Une première constatation s'impose : ce qui touche à l'imprimerie est prédominant dans ces définitions. Il y est fait mention de caractères en relief, d'imprimé, etc. La notion d'art est ici entendue comme savoir-faire, ou comme une forme d'artisanat. Ces caractérisations, si elles ne sont pas fausses en soi, posent tout de même question quant à leur actualité.

Avec le numérique, nous savons qu'il n'est pas nécessaire d'imprimer un texte, nous pouvons librement le lire sur nos écrans. De même, si la typographie ne concerne que les caractères en relief que dire de ceux sur écran ? De ceux en 3D créés par des imprimantes ? Ou encore des enseignes, textes et mots géants que nous pouvons trouver en ville ou dans le paysage ?

Les procédés et techniques ont eux-mêmes évolué et les imprimantes n'utilisent plus forcément de caractères en relief lors de l'impression, à l'exemple des imprimantes laser qu'il est possible d'avoir chez soi.

Dans son livre *La typographie moderne un essai d'histoire critique*, Robin Kinross indique que la première distinction entre imprimerie et typographie viendrait de Joseph Moxon. Ce dernier, dans son ouvrage *Mechanick exercices or the doctrine of handy-works*

⁸⁵¹Définitions collectées dans Le Robert, le TLFi, le CNRTL.

applied to the art of printing datant de 1683-1684, y donnerait la définition de typographe comme suit :

Par typographe, je n'entends pas imprimeur, ainsi qu'il est communément admis ; pas plus que le Dr Dee ne soutient qu'un charpentier ou un maçon est un architecte. Par typographe, j'entends celui, qui, par son propre jugement, par un solide raisonnement intérieur, a la faculté de procéder à des travaux manuels et opérations physiques en relation avec la typographie, de la conception à la fabrication, ou de diriger d'autres hommes à cette fin.⁸⁵²

Ainsi, comme l'explique Robin Kinross, Joseph Moxon «rend intelligible une fonction»⁸⁵³. En somme la typographie, c'est ce que font les imprimeurs. Compte tenu de la date à laquelle cette définition a été rédigée, le lien avec l'imprimerie est logique. Toutefois, nous relevons l'idée de rendre la typographie compréhensible et accessible. Nous y voyons les prémices au développement de la réflexion et de la critique de la typographie en tant que discipline.

Néanmoins, cela ne suffit pas à définir ce qu'est la typographie et il s'agit là d'un problème que d'autres designers ont rencontré.

Effectivement, la définition est un souci auquel ont également dû faire face Phil Baines et Andrew Haslam dans leur ouvrage *Type & Typography*. En effet, avant de rentrer dans le vif du sujet, les deux auteurs ont souhaité définir leur objet d'étude — la typographie — dans un souci de compréhension et de clarté. Cependant, ils se sont retrouvés avec les mêmes désagréments⁸⁵⁴ que ceux cités plus haut, à savoir une définition obsolète, non erronée mais définitivement limitée. Leur définition issue du *Collins*⁸⁵⁵ reflète l'artisanat traditionnel ainsi que la relation historique et commerciale entretenue avec l'imprimerie, identique à celles que nous avons pu énoncer. Le constat est donc le même : une définition qui n'a pas évolué ou qui est restée ancrée dans le siècle passé.

C'est la preuve qu'il est important et nécessaire de tenter de redéfinir la typographie. Il y a en effet un gouffre entre ce qui se pratique, ce nous pouvons côtoyer et ce que nous désignons sous ce mot « typographie ».

En anglais, la définition de la typographie se veut plus large mais également plus floue. L'*Oxford English dictionary* désigne la typographie comme « the art or practise of

⁸⁵² Joseph Moxon, *Mechanick exercices or the doctrine of handy-works applied to the art of printing*, 1683, p.11-12, cité dans Robin Kinross, *La typographie moderne un essai d'histoire critique*, Editions B42, Paris, 2012, p.19.

⁸⁵³ *Ibid.*

⁸⁵⁴ Phil Baines, Andrew Haslam, *Type & Typography* Laurence King Publishers Ltd, Londres, 2005, p.6-7.

⁸⁵⁵ La définition est tirée de l'édition de 1999.

printing»⁸⁵⁶. Ici l'art peut être entendu comme en français à savoir l'artisanat (savoir-faire, technique) ou l'art (processus créatif). Le mot *printing* peut ici faire référence à la fois au processus (l'impression), à l'industrie (l'imprimerie) ou encore l'écriture en caractères d'imprimerie. *Print*, en tant que nom, possède une définition assez similaire puisqu'il renvoie aux caractères (les lettres) tout comme au texte ou au matériel imprimé (papier ou autre).

Dans une seconde occurrence, la typographie est définie comme l'action ou le processus d'imprimer, ce qui la relie à la première définition, mais suggérerait plus une idée de savoir-faire que celle de création.

Nous pouvons dans un premier temps en conclure que la France, dans sa définition de la typographie, distingue de manière lexicale le processus, les techniques ainsi que l'industrie. Alors que de son côté la langue anglaise semble l'englober dans un tout ou du moins dans une définition de l'art composée de deux conceptions différentes.

De plus, il y a dans la version française de la typographie une inclusion historique et technique qui n'englobe pas les évolutions récentes.

Nous l'avons vu en amont, la typographie se distingue du texte, du mot et de la lettre, de même elle est souvent définie en distinction de l'écriture, de la calligraphie et du lettrage. Pour certains ces catégories sont inamovibles, car, par essence la typographie se résume en l'emploi de caractères d'imprimerie dans un but d'impression. Si nous nous en tenons à cet aspect, effectivement, la typographie n'est pas de l'écriture, ni de la calligraphie ni du lettrage.

Cependant, cette séparation nous semble parfois inadéquate, voire obsolète. Dans certaines conditions, la typographie dépasse, selon nous, ce clivage. Les définitions que nous présentons ne sont donc pas satisfaisantes et n'englobent pas l'ensemble de ses possibilités.

III.2.3.2. Premières tentatives de définition

Dans *What is typography?* (Qu'est-ce que la typographie ?), Peter Bil'ak s'interroge sur la signification actuelle du terme typographie. Il reprend la définition de l'encyclopédie *Britannica* dans laquelle la typographie est liée à l'apparence de la page imprimée. D'après Peter Bil'ak cela implique deux choses : d'abord tout ce qui a été fait avant l'invention de

⁸⁵⁶Oxford Language dictionary.

Gutenberg n'est pas de la typographie et ensuite, cette dernière ne se conçoit qu'en lien avec l'imprimerie⁸⁵⁷. L'auteur en déduit donc ceci : la typographie numérique, les polices de caractères créées pour le web afin d'être lues sur un écran et non imprimées, ne sont pas, par définition, de la typographie.

Comme nous l'avons déjà abordé avec Marc Monjou, les définitions vont par essence à l'essentiel, elles ne cherchent pas à capter toutes les nuances et exceptions mais à communiquer une base, un sens commun pour que nous puissions nous comprendre.

Néanmoins, le manque de flexibilité générale au sujet de la typographie, nous amène à nous interroger sur l'éventualité d'une redéfinition du terme. Comme l'indique Peter Bil'ak les caractérisations ne sont pas aussi souples que les activités qu'elles tentent d'expliquer. Cela est d'autant plus compliqué que les disciplines sont en constante évolution.

À ce titre, le designer préfère donc employer une définition émise par Gerrit Noordzij qui affirme que « la typographie c'est écrire avec des lettres préfabriquées »⁸⁵⁸. Pour lui, cette dénomination permet de détacher la typographie de toutes autres disciplines ou médiums et autorise donc d'y inclure ses évolutions comme le numérique. Cependant, cette affirmation exclut toujours le lettrage, l'écriture ou le graffiti, en somme tout ce qui concerne le dessin et la création manuelle de lettres et qui n'insère pas non plus un système proposant la répétition de lettres à l'identique. De même, des médiums, comme le corps par exemple, sont écartés car leur côté trop organique, aléatoire donne aux lettres des interprétations trop personnelles.

La définition proposée par Gerrit Noordzij trouve également ses limites dès qu'elle est confrontée à la typographie numérique que pourtant elle englobe. Comme l'explique Peter Bil'ak, le numérique a ouvert de nouvelles possibilités de création qui défient les habituelles catégorisations de la typographie. La répétition de formes, qui est au cœur du concept de celui-ci, se trouve mise à mal quand des designers cherchent justement à s'en affranchir en intégrant de l'imprévu, de l'illogique, de l'accidentel.

Les projets expérimentaux autour de la typographie souhaitent explorer les limites ainsi que les zones floues de la discipline. Que penser des recherches créatives qui emploient comme matériaux la ville ou le corps ? Nous pouvons citer à titre d'exemple, *Dance Writer* qui met en scène et en mouvement les différentes lettres de l'alphabet. Le visuel, le geste et l'attitude sont essentiels pour appréhender cette police de caractères. De même, les travaux de

⁸⁵⁷Peter. Bil'ak, « What is Typography? » Typotheque [En ligne], mis en ligne le 13 mai 2007, consulté le 13 juillet 2007. URL: https://www.typotheque.com/articles/what_is_typography.

⁸⁵⁸Gerrit Noordzij cité dans Peter Bil'ak, « What is Typography? », *Ibid*.

Paul Elliman, comme *Alphabet* qui s’amuse à traduire les lettres à travers le langage corporel, les jeux visuels ou langagiers ou encore *Bits*, créée à partir de matériaux trouvés et de déchets récupérés, comme du carton ou des morceaux de plastique.

Pouvons-nous qualifier toutes ces expérimentations de typographie ? Beaucoup de créateurs ne semblent pas vraiment se soucier de savoir dans quelle catégorie entrent leurs travaux (typographie ou non typographie) mais paraissent plus intéressés par l’exploration des principes de celle-ci.

Certes, la typographie s’est détachée de l’imprimerie, sans pour autant la renier, mais c’est afin d’explorer d’autres possibilités, de gagner en autonomie et en reconnaissance.

Pour Peter Bil'ak, le fait même de questionner ces créations expérimentales et de s’interroger aujourd’hui est le signe d’une prise de conscience, émanant à la fois de ceux qui pratiquent la typographie que de la typographie elle-même. Il conçoit ainsi que cette dernière soit arrivée à ce nous qualifierions de nouveau stade : une nouvelle discipline créative. Non pas que la créativité typographique n’ait pas été présente auparavant, puisqu’il existe de nombreux exemples du contraire comme nous le montre entre autre le Futurisme italien ou russe, mais parce qu’elle est plus démocratisée et cherche son autonomie.

What is typography? Est également la question que se sont posée Phil Baines et Andrew Haslam dans leur ouvrage⁸⁵⁹. Pour eux la typographie touche à la structure, l’arrangement d’un langage visuel. Tout ce qui concerne celle-ci est designé dans le but de transmettre un message. À cette fin, deux choses sont employées :

- L’apparence et le style de la typographie qui varient selon les époques, les cultures, les lieux ainsi que selon la volonté du designer et/ou du client. À ce titre, la typographie peut soit être dominante, soit être secondaire selon les besoins et les volontés des créateurs. Dans ces cas, elle peut frôler l’art.
- L’aspect pratique qui concerne l’utilisation et le travail fait avec la typographie (taille, lisibilité, etc.)

Cette vision touche donc un aspect de la typographie, non présent dans les définitions précédentes, qui est le langage. En manipulant le texte et les mots, elle joue avec la linguistique. Cependant, bien que cela ouvre de nouvelles perspectives sur le terme, cela ne nous semble pas suffisant car d’autres paramètres sont à prendre en compte.

⁸⁵⁹ Phil Baines, Andrew Haslam, *op.cit.*, pp.6-7.

C'est sans doute pour cela que les auteurs, Phil Baines et Andrew Haslam, ont demandé à des étudiants en design graphique et typographie leurs visions et leurs définitions de la typographie⁸⁶⁰. Pour certains il s'agit de peindre avec des mots, pour d'autres de structurer des idées et de contribuer à la fabrication du langage, pour d'autres encore, d'étendre la mémoire, de sculpter l'expérience, d'aider à l'apprentissage ou bien de gérer des lettres. Cette diversité souligne la complexité de la typographie qui reflète à la fois un art expressif, intellectuel, créatif de sens, de structure, qui transmet et préserve nos idées. Cela suppose également qu'il existe autant de «typographies» qu'il y a de personnes qui la pratiquent ou la pensent. Est-il possible de mettre en œuvre une définition qui englobe toutes ces possibilités et paramètres ?

Une nouvelle définition de la typographie devrait donc assimiler à la fois son évolution technologique mais également la vision que les créatifs et utilisateurs ont d'elle. Les définitions existantes, en plus de négliger les récentes transformations techniques, omettent généralement toute la partie conceptuelle qui est liée à la typographie.

Souvent bien plus que la pensée, c'est la fonction qui semble primer. En effet, Phil Baines et Andrew Haslam allèguent le fait que la typographie doit transmettre un message. Elle fait partie de la communication — visuelle en l'occurrence — et doit par conséquent, être lisible, adaptée, etc. Or, le travail de critique et de pensée théorique de la discipline paraît absent, bien qu'il soit tout à fait possible d'inclure de la recherche dans la conception de la transmission du message.

Il existe également d'autres conceptions de la typographie qui ouvre justement le débat. Pour Ewan Lentjes⁸⁶¹, par exemple, la typographie va bien au-delà du design typographique (création de caractères) mais touche des éléments clés de notre société que sont le discours démocratique et la liberté de la lettre.

D'autres préfèrent se tourner vers des réflexions plus technologiques. Ainsi, pour Ellen Lupton, les nouvelles technologies n'ont pas seulement changées les méthodes de production des caractères typographiques mais aussi la manière dont nous les utilisons⁸⁶². Les designers deviennent des consommateurs directs. Intoxiqués par la facilité et la rapidité de la disponibilité de la typographie, ils la consomment de manière boulimique. Ils n'hésitent pas à voler, piller des polices originales pour les démanteler et les arranger à leur guise. Ils

⁸⁶⁰ *Ibid.*

⁸⁶¹ Ewan Lentjes, *The Triumph of Typography : culture, communication, new media*, Lannoo Publishers, 2015.

⁸⁶² Ellen. Lupton, « The Making of Typographic Man ». Design Observer [En ligne], mis en ligne le 13 avril 2016., consulté le 12 septembre 2017. URL: <http://designobserver.com/feature/the-making-of-typographic-man/39205>.

mélangent ainsi les processus manuel avec ceux mécaniques. Numérique et artisanal s'hybrident. En conséquence, la distinction nette existante entre lettrage et typographie vole en éclats. *Liza Pro* de Underware est une police qui s'adapte au fur et à mesure pour avoir une combinaison de lettres optimale et ainsi s'approcher au plus près de l'écriture manuelle. En tant que police réactive et intelligente, elle accorde automatiquement les 4000 caractères qui la composent.

Petr van Blokland⁸⁶³, quant à lui, se réfère à la typographie plutôt comme à un système en reliant l'histoire de celle-ci avec les technologies d'impression comme base de valeurs. Le designer typographie en tant que personne cultivée doit avoir connaissance de ces valeurs qui régissent les principes de bases de la typographie (interligne, taille, contraste)

Ces différentes visions ont le mérite de poser de nouveaux enjeux et de réfléchir à ce que peut rencontrer la typographie, au même titre que le design ou l'art, nécessiterait d'être présente dans les définitions.

Ces problèmes de définitions ou de non définitions peuvent, selon nous, amener d'autres difficultés. Comme nous l'avons évoqué en amont, la définition et/ou le choix de celle-ci permet de caractériser notre pensée et notre approche d'un sujet, objet ou d'un champ disciplinaire. Or, les limitations de la signification de la typographie peuvent avoir pour conséquence la restriction de cette dernière. Nous pouvons donc envisager qu'une définition figée impacte la pratique car les praticiens n'imaginent pas les possibilités offertes ou bien refusent de les inclure en qualité de typographie. De même, hypothétiquement si la création et la recherche typographique restent en majorité délimitées à un cadre précis, à quelques exceptions près, cela n'aide pas à faire évoluer sa définition. En somme, ne pas faire bouger ces limites restreignent la pensée et la pratique mais l'inverse est également vrai.

De plus, la typographie est ainsi peu perçue comme un domaine à part entière mais souvent comme subordonnée au design graphique qui lui est pourtant postérieur. De ce fait sa caractérisation est établie en lien avec le design graphique. Cela donne l'impression que celle-ci n'a pas besoin d'être explicitée car elle est incluse dans le design graphique, qui est lui-même souvent considéré non comme du *design* mais du *design de*. Elle serait donc une sous-catégorie d'une sous-catégorie. Nous pouvons — encore une fois — hypothétiquement supposer que l'assujettissement de la typographie à un autre champ disciplinaire, bien que proche ou lié, ne favorise pas sa reconnaissance comme domaine de réflexion autonome. Il est

⁸⁶³Petr van Blokland. « The Future of Typography ». Design Observer [En ligne], mis en ligne le 14 avril 2016, consulté le 12 septembre 2012. URL: <http://designobserver.com/feature/the-future-of-typography/39206>.

plus facile à l'heure actuelle de trouver des ouvrages qui développent des observations autour du design graphique contemporain, dans lesquels la typographie est incluse, que des travaux parlant de la typographie seule avec la même ambition.

III.2.3.3. Liquidité typographique

Si nous devons tenter une redéfinition contemporaine de la typographie, une caractéristique plusieurs fois évoquée, nous semblerait pertinente à prendre en compte : sa liquidité. À plusieurs reprises la porosité des disciplines a été mentionnée pour signifier le flou qu'il existe aux frontières de celles-ci. Il a également été fait mention de la capacité de la typographie à s'infiltrer et investir d'autres domaines. Convoquée par Benoît Buquet dans son ouvrage *Art & Design graphique : essai d'histoire visuelle, 1950-1970*⁸⁶⁴, la mention de la liquidité de la typographie se retrouve déjà en 2000 dans l'essai d'Ellen Lupton *Fluid Mechanics : Typographic Design Now*⁸⁶⁵. Comme l'autrice le fait remarquer dans son texte, l'idée de liquidité, de saturation ou encore de débordement dans le sens d'un surplus, sont des mots, voire des images qui arrivent à décrire l'information au XXI^e siècle. Si nous considérons la typographie comme faisant partie de la communication, alors ces termes lui siéent aussi.

Pour Ellen Lupton, la typographie est « l'art de designer la formes de lettres ainsi que de les arranger dans l'espace et le temps »⁸⁶⁶. Il s'agit là d'une définition qui inclut la forme, sans précision de médium (papier, numérique, etc.) ou d'un besoin d'une fonction spécifique. Cela permet aussi d'y insérer le lettrage par exemple car il n'est pas fait mention de lettres imprimées ou préformatées. Néanmoins, il convient de préciser que cela ne se concentre que sur l'apparence et non sur le fond ou encore la réflexion qu'il est possible de provoquer.

Cela vient sans doute, comme Ellen Lupton l'explique, d'un conflit interne au sein de la typographie qui confronte son aspect et ses influences architecturales rigides, représentées par la page et les marges, et la fluidité des mots. Là encore il est question de liquidité. C'est de cette rencontre entre ce que l'autrice appelle l'humide et le sec, le mou et le dur ou encore le planifié et l'imprévisible, que naissent les réflexions et les innovations typographiques. Pour elle, la dynamique qui existe entre ces deux éléments est la source de l'évolution

⁸⁶⁴ Benoît Buquet, *Art et Design graphique. Essai d'histoire visuelle (1950-1970)*, Pyramyd, Paris, p.152.

⁸⁶⁵ Ellen Lupton, « Fluid Mechanics : Typographic Design Now », Typotheque [En ligne], mis en ligne le 29 novembre 2004, consulté le 2 juin 2018. URL :

https://www.typotheque.com/articles/fluid_mechanics_typographic_design_now

⁸⁶⁶ *Ibid.*

typographique au fil des siècles. Étant donné que la rigidité du support est remise en question par le numérique, qui permet plus de souplesse et de liberté, les fondements des règles et des systèmes seraient remis en question, voire seraient dissous car dépassés.

Cette hybridité, qui fait que la typographie touche plus ou moins, à tous les domaines, la rend interdisciplinaire. Et c'est sans doute aussi une partie du problème de sa définition. Pour reprendre Barbara Formis l'« indiscernabilité pourrait être à l'origine [...] de l'interdisciplinarité »⁸⁶⁷. L'imprécision ou du moins la difficulté à définir avec justesse la typographie actuelle serait due à sa liquidité. Justement l'interdisciplinarité autorise l'effacement de la hiérarchisation.

La mise en relation de la typographie avec d'autres champs disciplinaires sert à la fois à illustrer cette liquidité dont il est fait mention, mais aussi à tenter de trouver des caractéristiques et des dénominations qui lui seraient pareillement applicables. À cet effet, nous nous sommes penchés vers le design qui nous semble être le domaine le plus proche, notamment en termes de problématiques et de parcours vers une légitimation et une redéfinition. Pour reprendre Stéphane Vial — au sujet de la recherche en design — : la typographie est une chose qui pense, pas uniquement en terme de recherche mais aussi en terme de médium et de discipline. Une chose qui pense et se pense et qui a des choses à dire par elle-même et à travers d'autres disciplines.

La typographie ne doit plus se définir à travers la technologie ou encore par ses fonctions. Comment dès lors aboutir à une définition qui inclurait ces nouveaux paradigmes de conceptions ainsi que cette ouverture vers une posture créative ? Comment donc définir la typographie aujourd'hui au vu des changements opérés dans les années 1980 et 1990 ?

Il faudrait élaborer une définition relativement neutre qui ne l'assujettirait pas à un médium, un domaine ou une fonction spécifique. De plus, il faudrait inclure sa porosité et son adaptabilité de par sa liquidité. Tibor Kalman (si on inclut la typographie comme partie du design graphique) : « Le design graphique n'est pas si facilement défini ou limité. (Du moins, il ne devrait pas l'être.) Le design graphique c'est l'utilisation de mots et d'images sur plus ou moins tout, plus ou moins partout. »⁸⁶⁸

⁸⁶⁷Barbara Formis, *op.cit.*, p.36.

⁸⁶⁸(Notre traduction) « Graphic design isn't so easily defined or limited. (At least, it shouldn't be.) Graphic design is the use of words and images on more or less everything, more or less everywhere. » Tibor Kalman, Karrie Jacobs, et J. Abbott Miller. « Good History/Bad History », *op.cit.*

III.2.4. Le paradoxe de la typographie

III.2.4.1. Penser sans penser

S'il semble étrange d'évoquer l'idée de paradoxe pour parler de typographie, cela paraît pourtant approprié quant à de la manière dont celle-ci est perçue. Afin d'évoquer cette problématique, il nous faut revenir plus largement au design dont les questionnements sont proches.

Dans son *Court traité du design*, Stéphane Vial intitule son premier chapitre « Paradoxe du design Où l'on montre que le design pense, mais ne se pense pas »⁸⁶⁹. Cette présentation résume assez bien l'ensemble de la réflexion de ce chapitre et plus globalement la situation actuelle du design, qu'ici nous prendrons au sens large. Comme il le dit lui-même le design est « une chose qui pense »⁸⁷⁰ et il illustre son propos par une citation de Ettore Sottsass⁸⁷¹ pour qui le design est une façon d'aborder ce qui l'entoure (société, politique, érotisme...). Stéphane Vial prend à partie plusieurs designers de renom qui sont pour lui une minorité à tenter de penser différemment ou, en tout cas, une minorité à adopter l'idée qu'il existe plusieurs points de vue sur une seule entité.

La notion de design renvoie à la conception. Il y a donc bien des personnes qui réfléchissent aux solutions d'éventuelles problématiques, quand ils ne créent pas les problématiques eux-mêmes. Une situation que nous avons déjà évoquée avec Ruedi Baur.

Pour Stéphane Vial, il a donc un paradoxe car « le design est avant tout une pratique de la pensée, mais il n'y a pas de pensée du design. »⁸⁷². Plus concrètement, il n'existe pas selon lui une pensée ou une théorie commune au sujet du design. Si cette pensée existe, elle est majoritairement anglo-saxonne. Constat que nous pouvons également transposer au design typographique.

⁸⁶⁹Stéphane Vial, *Court traité du design*, puf, Paris, 2014, pp.1-3.

⁸⁷⁰*Ibid.*, p.1.

⁸⁷¹« Pour moi, le design est une façon de discuter de la vie, de la société, de la politique, de l'érotisme, de la nourriture et même du design » *Ibid.*

⁸⁷²*Ibid.*, p.2.

III.2.4.2. De l'utilisation du mot design

Nous tenterons une première hypothèse quant à ce manque d'ouverture en allant regarder du côté de l'utilisation du mot design dans le langage. En effet, le terme design, lorsqu'il est utilisé, en anglais se retrouve dans les appellations *graphic design* ou encore *type design*, *typographic design*, *typeface design*. Il permet d'inclure les pratiques du graphisme et de la typographie — mots utilisés en français — dans la pratique du design. Bien que le terme de design graphique soit entré dans les usages, le BTS communication visuelle est devenu le BTS design graphique par exemple, certaines réticences demeurent. En anglais, l'idée générale est bien de parler de « design », ce qui démontre une certaine perméabilité de la pensée et des disciplines. Alors que « Le design » au sens français s'arrête à la création d'objets utilitaires en série de préférence et coupe ainsi toute ouverture. Cela conduit d'emblée à une forme de hiérarchisation au sein même de la discipline car il y aurait d'autres designs qui occupent d'autres champs mais ils seraient de moins importance. C'est ce qu'écrit Bruno Remaury :

Et dès qu'il désigne un autre champ que celui de l'objet utilitaire, design se retrouve automatiquement complété d'un qualificatif qui précise la pratique en question : design *graphique*, design *d'environnement*, design *de mode*, design *d'intérieur*, *web design*, design *paysager*, design *textile*, etc.⁸⁷³⁸⁷⁴

L'utilisation du mot design est donc ainsi complétée par un autre mot qui le relie à une discipline. Bien que le phénomène ne soit pas exclusivement français, puisque nous avons vu que les anglo-saxons utilisent des termes comme *fashion design*, *interior design*, *graphic design*, *type design*, etc., outre-Manche et outre Atlantique, il semble toutefois plus courant d'employer le terme design comme un tout.

Pour revenir à Bruno Remaury, ce dernier développe son propos sur l'utilisation du mot design par la distinction entre ce qu'il nomme design « machinique » et « non-machinique » qui ordonne les pratiques. Les machiniques sont les objets fonctionnels qui remplissent un rôle de machine ou sont eux-mêmes des machines, c'est le design, les non-machiniques, c'est à dire tout le reste, c'est le design de⁸⁷⁵. Ces différences, qui classifient, entraînent une forme de dédain de la part du grand public mais également entre designers qui pourtant ont des pratiques similaires. De ce fait, la création d'un logo, d'une affiche, voire du dessin de lettres dans l'espace urbain, ce n'est pas LE design.

⁸⁷³Bruno Remaury, « Les usages culturels du mot design », In: Olivier, Assouly et Brigitte Flamand, *Le design essais sur des théories et des pratiques*, Institut français de la mode, Paris, 2013, p.103.

⁸⁷⁴La seule exception à la règle, selon lui, est le packaging car le français emploie plus volontiers le terme packaging que design de packaging.

⁸⁷⁵*Ibid.*

Outre la définition de ce qui entre dans le cadre du design, il faut aussi prendre en compte la manière dont ceux qui le pratiquent se perçoivent. Certaines personnalités, qui officient dans le milieu, parlent bien d'eux comme étant des designers, c'est le cas de Stephan Sagmeister, et évoquent leurs travaux en terme de design. Celui qui emploie le mot designer sans rien derrière marquerait donc une forme d'accomplissement dans son travail.

Un rapprochement que nous pouvons faire avec la typographie, d'où des recherches émergent visant à analyser le domaine en profondeur alors qu'en parallèle, beaucoup de praticiens restent au niveau du descriptif du processus et refusent toutes affiliations intellectuelles.

III.2.4.3. Indéfinition, indiscernabilité, liquidité

Il existe un retard français dans ce qui touche au design, même graphique, comme le soulignait Henri Meynadier, créateur de feu la Galerie Anatome, ainsi que Jean-Louis Frechin dans *Interface : un rôle pour le design*⁸⁷⁶, sans pour autant dénigrer ce retard.

Ces questionnements autour du design font sens dans notre société en pleine mutation en lien avec les nouvelles technologies et les nouveaux médias. Tout ceci pose de nouvelles questions et interroge sur le futur rôle que doit jouer le design et à quels enjeux il devra répondre. Cependant, afin de déterminer ces rôles, nous devons sans cesse redéfinir le design. Or « Le *design* est une activité dont nous tolérons l'indéfinition. »⁸⁷⁷ affirme Jean-Louis Frechin. Plus encore, pour reprendre Barbara Formis, l'« indiscernabilité pourrait être à l'origine [...] de l'interdisciplinarité »⁸⁷⁸. L'imprécision ou du moins la difficulté à définir avec justesse le design, et dans notre cas la typographie contemporaine, serait dû à sa liquidité. Parce que le design et la typographie s'infiltrèrent partout, leur définition serait difficile à saisir. D'un autre côté, l'interdisciplinarité autorise justement l'effacement de la hiérarchisation. « Il n'y a pas de distinction absolue, nette et définitive entre le design et d'autres champs auxquels il est actuellement rattaché comme l'art et l'ingénierie. Il y a une perméabilité des disciplines entre elles sans que l'on sache à quel moment l'une s'arrête pour devenir l'autre. »⁸⁷⁹

⁸⁷⁶Jean-Louis Frechin, « Interfaces : un rôle pour le design », Bernard Stiegler (dir.), *Le Design de nos existences*, Mille et une nuits, Paris, 2008, p.155.

⁸⁷⁷*Ibid.*

⁸⁷⁸Barbara Formis, *op.cit.*, p.36.

⁸⁷⁹Marie-Claude Caraës, *op.cit.*, p.40.

Cependant, afin de mieux appréhender les problématiques que rencontre la typographie actuellement, il faut revenir à la définition même de design. Ce qui devrait permettre de mieux cerner notre compréhension contemporaine de tout ce qui touche au domaine des arts appliqués.

De manière générale la définition du mot le qualifie comme suit : le design est un mot polysémique valorisant, ou en tout cas non péjoratif, qui qualifie à la fois une pratique, un objet et le goût. Il est issu des arts appliqués, dont il est son versant industriel car au moment où le terme se développe nous prenons conscience de la dimension industrielle de l'objet. Alors que de son côté l'art appliqué relève plus de l'artisanat. De manière générale le mot renvoie le plus souvent dans la culture collective au design d'objets, généralement utilitaire, et ne se préoccupe pas ou peu de scénographie, signalétique ou autre.

Pour en revenir à la notion de design, il s'agit là d'une notion sur-employée, notamment en qualité d'adjectif pour désigner quelque chose de « beau, chic, classe, moderne, original, tendance... ». Pour Stéphane Vial cette surenchère trouve son explication dans le fait qu'elle est un marqueur social. Cela permet de différencier les personnes cultivées, éduquées au « bon goût » des autres⁸⁸⁰. Dire de quelque chose que « c'est design », c'est également l'inscrire dans un contexte contemporain pour dire qu'il est au goût du jour.

Nous pouvons faire ce parallèle avec le design graphique, dans lequel nous employons à la fois le terme « design » mais également « graphique ». C'est design, c'est graphique. Cependant, le dernier aurait plutôt tendance à renvoyer à des effets stylistiques, souvent manuels, marqués, qui dénotent une touche personnelle de son auteur. Il n'en reste pas moins que dire de quelque chose que « c'est graphique », c'est aussi faire étalage de sa culture et de son bon goût supposé.

Si le design renvoie à l'habitat, à la décoration, aux objets, le terme graphique se tourne plus vers des éléments visuels. Par contre, personne ne s'est encore prononcé sur une appellation typographique de quelque chose et dire « c'est typographique ».

Le design comme signifiant de consommation fonctionne également dans les autres disciplines attenantes. Il est tout à fait possible pour des amateurs d'acheter des produits/objets (livre, catalogue, affiche...) car ils sont confectionnés par des designers graphiques ou typographiques de renom. Tout comme des amateurs de belles lettres achètent certaines polices de caractères pour pouvoir les consommer.

⁸⁸⁰Stéphane Vial, *op.cit.*, p.5.

A ce titre, nous ne voyons plus le design pour ce qu'il est réellement, mais pour ce qu'il semble être et ce qu'il représente : une décoration, un habillage sensé embellir les objets. Comme le signifie Bruno Remaury, toute cette forme décorative à l'aspect surchargé traduit un design « qui n'est plus tout à fait du design ni même toujours design »⁸⁸¹. Le design devient là ornement.

Cette utilisation du terme caractérise également uniquement par l'aspect visuel de l'objet, « son *look* », qui se retrouve ainsi projeté dans l'air du temps. Le design se mélange avec la mode et surtout le marketing, risquant ainsi une forme d'homogénéisation parmi les objets proposés. Nous en venons à une certitude qu'une certaine idée du design finit par conditionner ce qu'est le design, par le biais d'une sorte de formule applicable de manière systématique. Il en va de même pour le design graphique, qui se doit d'être graphique avec une idée vague de ce qu'est le graphisme, ou encore du design typographique. Dans les deux cas, le design n'a alors plus de rôle à jouer, il se contente simplement de décorer par la mise en pages. Tout comme nous pouvons voir des objets design dans des boutiques, il est tout à fait possible d'acheter ou de trouver des mises en pages et des styles préfabriqués sur internet.

Au contraire, pour Ruedi Baur la recherche en design doit, comme ce dernier, garder une certaine forme d'indéfinition. La quête de reconnaissance du design par les publics, les institutions ainsi que par les autres disciplines ne doit pas influencer sur ses possibilités. De même, il ne doit pas y avoir une seule et même approche du design, comme une recette universellement applicable et systématique. Le designer est pour « une approche contextuelle créative respectant bien entendu les exigences scientifiques. »⁸⁸².

III.2.4.4. Le processus de conception

Néanmoins, nous pouvons tenter de définir le design graphique et la typographie. La présence du mot design permet d'élargir le domaine de signification. Cependant, Ruedi Baur s'interroge, sur le fait de considérer le design graphique comme une discipline. Et si oui, devons-nous l'intégrer ou le séparer du design ? Pour lui, le design graphique fait partie du design, dont il partage certains questionnements, tout en possédant des problématiques qui lui sont propres. Nous pouvons mettre en corrélation cette vision avec la typographie qui tout en

⁸⁸¹Bruno Remaury, *op.cit.* p.106.

⁸⁸²Ruedi Baur, *op.cit.*, p.33.

échangeant avec le design garde une certaine forme d'indépendance grâce à sa culture et son histoire.

Ce qui permet de faire le lien avec le design tout en gardant une certaine distance, selon Ruedi Baur, c'est l'analyse des processus de conception dont les comportements sont distincts. Design est design graphique sont différents, mais entre les deux il faudrait savoir où placer la typographie. Mais ces questionnements supposent déjà qu'il faille obligatoirement que la typographie choisisse un camp.

Ainsi Ruedi Baur délimite plusieurs étapes dans le processus de conception qui permettent de mieux comprendre le cas du design graphique (et typographique) et ses enjeux particulier. Dans chacune d'entre elles, le designer prend une position différente pour répondre à des demandes formulées par des commanditaires. Ces derniers peuvent donc opter pour une réponse déjà prête en choisissant un designer lors qu'un appel d'offre, reformuler leur problématique avec le designer qui les amène vers autre chose ou attendre du designer qu'il applique une réponse fonctionnelle. Le designer s'adapte et devient ainsi auteur ou encore artiste en fonction des situations.

La typographie se retrouve donc dans une situation similaire au design par ses interrogations et sa critique, dont elle se détache pourtant pour aller rejoindre des conceptions proches du design graphique avec qui elle travaille régulièrement, pour mieux parfois s'en éloigner.

La typographie se compose donc de plusieurs paradoxes. En réclamant une plus grande autotomie par une étude approfondie de son champ, elle se doit de faire des emprunts notamment au design graphique et au design. Ainsi donc, pour parler d'une discipline, il faut parler de sa dépendance aux autres alors que nous désirons l'en détacher.

De plus, son interdisciplinarité, qui en fait sa force, provoque son indiscernabilité, qui en un sens devient une faiblesse. Sa liquidité ferait qu'elle se diluerait. Pourtant, en rassemblant tous les éléments qui la composent (sa critique, ses techniques, son histoire) il est possible de discerner un vaste champ d'éventualités qui ne se fonde pas uniquement sur les libertés visuelles. L'avènement du postmodernisme dans les années 1980-1990 dans lequel, elle s'est engouffrée, n'a fait que révéler et mettre en exergue ces paradoxes.

Conclusion

Pour reprendre Charles Jencks, nous avons pu constater tout au long de cette recherche que le terme de postmoderne et avec lui la postmodernité et le postmodernisme peut se comprendre et s'appréhender de multiples manières. Il en va de même avec la typographie.

Cette thèse avait pour ambition, dans un premier temps, de faire un état des lieux de la typographie et de s'interroger sur la qualité en tant que discipline autonome suite aux nombreuses évolutions qu'elle a suivies ou auxquelles elle s'est confrontée, dont celles liées au postmoderne. Ces recherches menées nous ont confirmé que la typographie était un domaine riche et complexe du moins si nous prenions la peine de ne pas nous focaliser uniquement sur l'impact visuel de la lettre et du texte comme une première lecture nous y aurait invités.

Nous avons donc été encouragés par nos lectures à poursuivre notre cheminement intellectuel qui nous portait à nous concentrer de manière plus approfondie sur les liens que la typographie entretient avec les autres domaines qui lui sont proches tout en développant les effets, stylistiques ou non, que la postmodernité a eu sur elle.

Bien évidemment nous nous sommes interrogés sur les aspects de la postmodernité. Le rapprochement entre postmodernité et typographie, énoncé dans cette thèse, conjugue deux éléments contenant une certaine indéfinition. Il fallait donc tenter d'établir une ligne directrice dans leur sens avant de mieux développer notre propos.

À ce titre, il nous a semblé judicieux, en premier lieu, de revenir brièvement sur ces deux éléments (typographie et postmoderne) et de les remettre dans un contexte historique d'une part, pour montrer la construction de la pensée d'une discipline et son rapport à la technique et d'autre part, pour comprendre comment nous avons perçu et saisi la postmodernité dans son ensemble et plus particulièrement comment nous avons appréhendé la typographie au travers du postmodernisme.

Il fallait tout d'abord inscrire la typographie au centre de l'Histoire, en suivre ses évolutions et mettre en exergue l'étroitesse des rapports qu'il existe entre faits historiques et évolutions de la discipline. La typographie n'existerait tout simplement pas si les prouesses

techniques du XV^e, XVI^e siècles n'avaient pas eu lieu, si la révolution industrielle n'avait pas permis l'évolution machinique ou si la révolution numérique n'était pas intervenue.

Mais avant l'arrivée du numérique, la typographie a essuyé bon nombre d'influences dont une primordiale au début du XX^e siècle avec le Futurisme. Effectivement, F.T. Marinetti proclame la révolution typographique. Le chef de file de ce mouvement qui se veut révolté, propose de déconstruire l'orthographe et la grammaire telles que nous les connaissons afin de laisser une plus grande liberté expressive aux mots. Il est indéniable que ce mouvement d'avant-garde ainsi que ceux qui l'ont suivi, ont joué un rôle prépondérant dans la conception de la typographie contemporaine. L'avant-garde se pose ainsi en base commune et pilier inébranlable de la recherche expérimentale en design et poétique typographique.

Puis l'explosion libertaire des avant-gardes a laissé place à plus de modération traduite concrètement par l'établissement de nouvelles règles qui ont entraîné le modernisme qui, lui aussi, a fini par lasser à cause de sa rigueur et son absence de réflexion.

Vient alors le postmodernisme, qui, quant à lui, n'apporte rien de nouveau, ne crée rien⁸⁸³, il ne cherche pas à révolutionner le monde mais s'érige en opposition contre les valeurs d'une conception trop rigide dans lequel il étouffe, ici le modernisme ou le style international. Puis, lui-même est arrivé à un certain point où le renouvellement semblait nécessaire. Et ainsi les bouleversements sont ensuite entrés dans une nouvelle phase d'assagissement.

Évidemment, l'effet cyclique décrit ici est très schématique car il n'y a pas eu de changements brutaux qui ont émergé subitement. Il s'agit plutôt de chevauchements. Ceux qui avaient foi en la rationalité, (modernistes) n'ont pas cessé d'y croire tout d'un coup pour se tourner vers le postmodernisme. De même, le modernisme évoluait en parallèle de la contre-culture expérimentale comme le démontre le studio Push Pin dans les années 1970. De plus, les designers modernistes n'ont subitement pas cessé d'appliquer les préceptes auxquels ils croyaient durant les années 1970 à 2000. Le modernisme ne s'est donc pas éteint, sa flamme brille toujours mais sans l'éclat d'antan.

En conséquence, nous pouvons nous questionner sur l'empreinte du postmodernisme sur la culture ou la société une fois ses effets estompés et qu'il se sera retiré ? Il reste la critique. Les expérimentations et recherches ont certes pour la plupart été absorbées, mais les questionnements postmodernistes ont ouvert la voie au design critique.

⁸⁸³Si nous nous en tenons à la définition de Albert le Grand : « Créer, c'est produire quelque chose à partir de rien. ».

Tout au long de cette thèse nous avons pu remarquer que la jeune génération de designers n'a eu de cesse de confronter son travail consciemment ou inconsciemment à cette période de l'Histoire. Néanmoins la révolution postmoderne n'a pas eu lieu et la violence de ses idées ne s'est exprimée qu'au travers d'articles ou par conférences et d'interviews interposées dont l'impact concernait surtout les principaux intéressés que sont les designers.

Et la typographie dans tout cela ?

Elle était au centre des revendications futuristes, elle n'a jamais cessé d'absorber les mutations qui ont suivi, et elle a su s'adapter à ces bouleversements dont le postmodernisme.

Bien sûr, derrière toutes ces évolutions, il y a des hommes qui ont su ajuster ce qui d'abord n'est qu'un outil et le faire évoluer au point que la typographie finira par être perçue comme vecteur de démocratisation soit en facilitant son accès (livres, magazines) soit en facilitant son utilisation (logiciel de PAO...), soit en terme d'accessibilité, soit en terme d'utilisation.

Cependant, la typographie ne se résume pas à n'être qu'un simple outil de communication visuelle. La typographie est poreuse, voire liquide pour reprendre Benoît Busquet car elle s'infiltré partout et joue sur les chevauchements entre disciplines. Elle est aussi liquide parce qu'elle s'adapte à son contenant et à son contenu.

Était-il question d'une crise identitaire de la typographie ? Sortir d'un savoir-faire sans le renier pour parvenir à des questionnements sur son existence propre ?

Le mouvement postmodernisme a permis à la typographie de casser les usages établis, de briser les carcans dans lesquels le modernisme l'avait enfermée, de s'interroger sur sa place au sein ou par rapport aux autres disciplines et de s'interroger sur elle-même.

Et effectivement, en second lieu, une grande partie de cette recherche a été consacrée à l'étude des liens de la typographie avec d'autres domaines touchés par la postmodernité. Ainsi architecture et urbanisme, souvent entendus comme les domaines ayant nommé et délimité le postmoderne, sont aussi ceux qui l'ont mis en pratique et lui ont donné une version concrète. Cela permet surtout d'aborder la question de la typographie en tant qu'art, non au sens d'artisanat, et de poser les problématiques de la porosité.

Ainsi, par la recherche de son autonomie pour montrer qu'elle est une discipline scientifique sérieuse et valable, qu'elle n'existe pas qu'au travers du design, la typographie emprunte ses réflexions à d'autres domaines qui eux ont fait leurs preuves.

Toutefois, si nous-mêmes avons dû pour écrire cette thèse passer par ces questionnements, cela n'invalide en rien la sincérité et le dynamisme de la recherche typographique. Les explorations autour de la lettre, si elles abordent régulièrement les mêmes points, n'en finissent pas d'apporter de nouveaux éléments et sont sans cesse remises en cause et discutées.

Le second temps de notre étude s'est arrêté assez largement sur certains aspects techniques et visibles qui sont à l'œuvre dans la typographie postmoderniste. Le postmodernisme typographique n'a été qu'un effet de style pour certains designers, cependant de manière plus large il a su toucher des questions de fond. La question typographique peut être perçue comme une façade, l'arbre qui cache la forêt dans laquelle les designers résident.

Cependant la question est pertinente, car l'existence de la postmodernité a non seulement été critiquée mais aussi niée par ses détracteurs qui n'y voyaient qu'une manifestation d'un mécontentement et non un réel mouvement de protestation ou pire encore une scission.

Et pourtant ses effets sont bien visibles (démocratisation, interrogation sur la place du lecteur, réflexion sur la lisibilité..), et il ne peut y avoir d'effets sans cause. Ce serait aussi oublié que ces troubles ont déjà existé dans le passé et là aussi de manière cyclique, la typographie n'y échappe pas. Cette idée de cycle suppose que toutes expérimentations, subversions ou nouveautés aussi innovantes soient-elles, finissent toujours par être absorbées par la société et entrent dans la culture populaire. Ce qui était novateur ou du moins révolutionnaire ne l'est désormais plus. En effet, ce cycle s'est terminé et de nouveau la société et la culture ont absorbé les éléments constitutifs de toute nouveauté. C'est ce qui s'est passé avec le postmodernisme.

Que retenons-nous de cette « crise » ?

Nous avons appris notamment que la « laideur » ne compromet pas toujours la fonction, que les gens sont plus ouverts à la typographie qu'auparavant et acceptent mieux la flexibilité de cette dernière.

Le postmodernisme se marie très bien avec la typographie car les deux sont emplis de contradictions et de paradoxes. Le design, ici typographique, cherche à s'extraire de son aspect uniquement utilitaire et commercial pour se diriger vers une reconnaissance ainsi qu'une plus grande autonomie.

C'est pour cela que nous nous questionnons sur la possible autonomie de la typographie, notamment vis-à-vis du design graphique dans lequel beaucoup de personnes l'incluent. La science de la typographie ne s'arrête pas à ses aspects techniques et technologiques. Elle demande à y insérer des sciences plus humaines afin d'élaborer un discours critique. Elle ne devrait pas non plus s'arrêter à des études sur la lisibilité et la compréhension. Bien que la littérature sur le sujet soit importante, surtout en ce qui concerne le domaine de l'imprimé.

Puisque le design graphique, et plus largement le design, revendique son autonomie parce qu'il souhaite être reconnu comme discipline qui pense, il en va de même pour la typographie. Néanmoins, la typographie contient certains paradoxes au même titre que le design. À savoir, être une pratique qui n'a pas pour habitude de se penser et qui semble évoluer en confrontation permanente entre pratique et théorie.

Arrivée à un certain point, il est difficile, comme nous avons pu le constater, d'extraire la typographie du design et en particulier du design graphique. D'autant plus, que le design lui-même est en pleine recherche identitaire.

Sa place en tant que discipline lui est déjà acquise mais, elle l'est en qualité d'objet, par contre beaucoup moins comme sujet d'étude ou de réflexion.

Généralement le discours tenu autour de la typographie reste sensiblement le même, il est technique. En effet, de la presse au numérique, le processus change mais le regard porté sur la typographie, s'il évolue, ne change pas vraiment, il reste au niveau le plus souvent au niveau d'un savoir-faire. Le fait de passer au numérique n'a pas fait disparaître cette rationalisation de l'espace.

À la lecture de la littérature anglophone, il est certain que la typographie tient une place à part et qu'elle est englobée dans la conception large du design. S'il nous semble tout à fait pertinent et logique d'inclure la typographie au sein du design, il devient toutefois parfois délicat de l'en extraire. Néanmoins, nous ne désespérons pas de voir évoluer encore et toujours la typographie et peut-être être témoin d'une nouvelle révolution.

Bibliographie

Articles de revues

- AKAY Ali, « Depuis quand le postmodernisme fait-il débat ? », *Tumultes*, n° 34, 2010, p. 95-111.
- ALESSANDRINI Jean, « Jean Alessandrini répond aux lettres ouvertes », *Communication et langages*, vol. 45, n° 1, 1980, p. 76-80.
- ALESSANDRINI Jean, « Une nouvelle classification typographique : le Codex 1980 », *Communication et langages*, vol. 43, n° 1, 1979, p. 35-56.
- ANDRE Jacques, « Nouveaux caractères pour une nouvelle typographie », *LINX*, vol. 4, n° 1, 1991, p. 45-54.
- ANDRE Jacques et DELORME Christian, « Le Delorme, un caractère modulaire et dépendant du contexte », *Communication & Langages*, vol. 86, n° 1, 1990, p. 64-76.
- BAUDIN Fernand, « EMIGRE, les « nouveaux Primitifs » du graphic design », *Communication et langages*, vol. 89, n° 1, 1991, p. 61-72.
- BLANCHARD Gérard, « Typographie en France : les « maîtres » de demain », *Communication et langages*, vol. 100, n° 1, 1994, p. 123-141.
- BLANCHARD Gérard, « Boltana et la calligraphie informatique : le caractère « Champion » », *Communication et langages*, vol. 85, n° 1, 1990, p. 46-58.
- BLANCHARD Gérard, « Albert Hollenstein, typographe visualiste », *Communication et langages*, vol. 24, n° 1, 1974, p. 62-81.
- BOENISCH Gilles, « John Maeda, De la simplicité, trad. de l'anglais (États-Unis) par Jean-Luc Fidel. Paris, Payot & Rivages, coll. Essais, 2007, 190 p. », *Questions de communication*, n° 14, 1 Décembre 2008, p. 396-398.
- BOSREDON Bernard et TAMBA-MECZ Irène, « Aux marges de la phrase écrite : analyse d'unités typographiques autonomes », *L'Information Grammaticale*, vol. 98, n° 1, 2003, p. 28-38.
- BRUINSMA Max, « April Greiman the way of the mouse », *Items*, vol. 14, n° 3, Mai 1995.
- BRUMBERGER Eva R., « The rhetoric of typography: The persona of typeface and text », *Technical communication*, vol. 50, n° 2, 2003, p. 206-223.
- DANA Karine, « Décliner les caractères au Stedelijk Museum », *Le Moniteur architecture*, n° 186, Mars 2009, p. 11-20.
- DARIA AYVAZOVA et FRADIN Gwenaël, « Works that works des trucs qui fonctionnent entretien avec Peter Bil'ak », n° 44, 2015, coll. « Azimuts revue de design et de recherche », p. 217-236.
- DI SCIULLO Pierre, « Graphisme, jouer avec l'architecte », *Le Moniteur architecture*, n° 160, Avril 2006, p. 37-40.
- DIDIER Mathieu, « Revue futura 1965-68 », *Le centre des livres d'artistes*, 2009.
- DREYFUS John, « Stanley Morison et le Times », *Communication & Langages*, vol. 26, n° 1, 1975, p. 59-67.
- ENCREVE Lucile, « Le textile derrière la grille : une abstraction impure ? », *Perspective. Actualité en histoire de l'art*, n° 1, 30 Juin 2016, p. 204-209.
- FINDELI Alain, « La recherche-projet en design et la question de la question de recherche : essai de clarification conceptuelle », *Sciences du Design*, n° 1, 27 Mai 2015, p. 45-57.

- FRANCBLIN Catherine, « Majeur ou mineur ? Les hiérarchies en art », *Critique d'art. Actualité internationale de la littérature critique sur l'art contemporain*, n° 17, 1 Avril 2001.
- GABOR Paul, « La typographie, pour quoi faire ? », *Communication et langages*, vol. 34, n° 1, 1977, p. 36-53.
- GARNIER Pierre, « Poésie concrète et spatiale », *Communication et langages*, vol. 5, n° 1, 1970, p. 13-25.
- GONNEVILLE Marthe, « Poésie et typographie(s) », *Études françaises*, vol. 18, n° 3, 1982, p. 21-34.
- GRABAR Oleg, « De l'ornement et de ses définitions », *Perspective. Actualité en histoire de l'art*, n° 1, 30 Juin 2010, p. 5-7.
- GRANJEAN Françoise et BLANCHARD Gérard, « Jan Tschichold parle de typographie », *Communication et langages*, vol. 63, n° 1, 1985, p. 54-70.
- GROS Pierre, « La notion d'ornamentum de Vitruve à Alberti », *Perspective. Actualité en histoire de l'art*, n° 1, 30 Juin 2010, p. 130-136.
- GUERIN Philippe et HALPHEN Ludovic, « Adrian Frutiger », *Communication et langages*, vol. 78, n° 1, 1988, p. 39-48.
- HELFAND Jessica, « Method designing: the paradox of modern design education », *Looking Closer*, n° 5, 2005, p. 11- 13.
- HEMERY Annik, « Pierre di Sciullo - sorties de mots », *Intramuros*, n° 158, Février 2012, p. 86- 89.
- IMBERT Clémence, « Un dispositif dans le dispositif. Les expositions de design graphique contemporain, A "dispositif" in another "dispositif". Contemporary graphic design exhibitions », *Marges. Revue d'art contemporain*, n° 20, 1 Mars 2015, p. 86-99.
- JARRIGE François, « Le mauvais genre de la machine : Les ouvriers du livre et la composition mécanique (France, Angleterre, 1840-1880) », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, vol. 54-1, n° 1, 2007, p. 193.
- LALIBERTE Jadette, « La typographie moderne : conséquence de la révolution industrielle ? », *Communication et langages*, vol. 72, n° 1, 1987, p. 60-76.
- LARCHER Jean, « Pour une autre typographie », *Communication et langages*, vol. 33, n° 1, 1977, p. 37-51.
- LAUFER Roger, « L'énonciation typographique : hier et demain », *Communication & Langages*, vol. 68, n° 1, 1986, p. 68- 85.
- LEGGE G. E. et BIGELOW C. A., « Does print size matter for reading? A review of findings from vision science and typography », *Journal of Vision*, vol. 11, n° 5, 9 Août 2011, p. 8- 8.
- MALROUX Claire, « La poésie au fronton de la ville : Jenny Holzer », *Po&sie*, n° 120, 2007, p. 248- 255.
- MARGOLIN Victor, « The designer as producer », *ICSID news*, 2002, p. 1-3.
- MASSIN, « La lettre et l'image », *Communication & Langages*, vol. 6, n° 1, 1970, p. 42-53.
- NERUDA Pablo, « Ode à la typographie », *Communication et langages*, traduit par Emile MARTEL, vol. 17, n° 1, 1973, p. 104-109.
- PEIGNOT Charles, « Les Peignot : Georges, Charles », *Communication et langages*, vol. 59, n° 1, 1984, p. 61-85.
- PEIGNOT Jérôme, « Typoésie », *Communication et langages*, vol. 97, n° 1, 1993, p. 53-70.
- PHILIZOT Vivien, « Usages sociaux du caractère typographique », n° 13, 20 102 009, coll. « Livraison », p. 102-113.

- PHILIZOT Vivien, « Les avant-gardes et leur relation avec le pouvoir dans le champ du graphisme et de la typographie », *Articulo —Journal of Urban Research*, n° 3, 1 Décembre 2007.
- PRESSE PAPIER, « Typographie et architecture », n° 154, Mars 2008, coll. « Étapes : », p. 48-56.
- QUEHEILLARD Jeanne, « April Greiman, la force de l'intuition », *Intramuros*, n° 54, Juin 1994, p. 16-17.
- RICHAUDEAU François, « Fragments d'une chronologie de la lecture ou la longue marche vers la connaissance », *Communication et langages*, vol. 84, n° 1, 1990, p. 48-60.
- RICHAUDEAU François, « Vers une typographie foisonnante », *Communication et langages*, vol. 31, n° 1, 1976, p. 43-54.
- ROY KELLY Rob, « The Early Years of Graphic Design at Yale University », *Design Issues*, vol. 17, n° 3, 2001.
- SCHMIDER Christine, « La dialectique de l'authenticité chez Walter Benjamin. Enjeux politiques et esthétiques », *Noesis*, n° 22- 23, 1 Juin 2014, p. 29- 42.
- TESSIER Yves, « Multimédia et « (Typo) graphisme un nouveau défi ? » », *Communication et langages*, vol. 98, n° 1, 1993, p. 106-115.
- TOSI Aurora, « Guillaume Apollinaire, Les Calligrammes : la parole et sa dimension plastique ».
- VANDENDORPE Christian, « Typographie et rhétorique du lisible. Les créations de David Carson », *Communication et langages*, vol. 137, n° 1, 2003, p. 4-24.
- VIGLIANO Tristan, « Du nouveau sur la Dive bouteille : Microlecture iconotextuelle », *Acta fabula*, 2006.
- VOLLAIRE Louis, « Le design d'information », *Communication et langages*, vol. 112, n° 1, 1997, p. 35-50.
- WILD Adolf, « La typographie de la Bible de Gutenberg », *Communication & Langages*, vol. 114, n° 1, 1997, p. 85-95.
- ZAPF Hermann, « L'ordinateur et la typographie », *Communication et langages*, vol. 4, n° 1, 1969, p. 19-26.

Chapitres d'ouvrages

- BENJAMIN Walter, « L'auteur comme producteur. Allocution à l'institut pour l'étude du fascisme à Paris, le 27 avril 1934 », in *Essais sur Brecht*, Paris, La Fabrique Editions, 2003, pp. 122-144.
- DEWITTE Jacques, « Le sens ontologique de l'ornement », in *La manifestation de soi Éléments d'une critique philosophique de l'utilitarisme*, La Découverte, 2010, p. 18.
- MCCOY Katherine, « Rethinking Modernism, Revising Functionalism », in *Looking Closer: Critical Writings on Graphic Design*, New York, Allworth Press, 1994, p. 49.
- TSIOMIS Yannis, « Le Corbusier, L'Art décoratif d'aujourd'hui et « la loi du ripolin » », in Myriam BOUCHARENC et Claude LEROY (eds.), *L'année 1925 : L'esprit d'une époque*, Nanterre, Presses universitaires de Paris Nanterre, coll. « Littérature française », 2014, pp. 63-79.

Ouvrages

- ADEBIAYE Frank, CARDINAL Suzanne et ARGUN Seyhan, *François Boltana & la naissance de la typographie numérique*, Méolans-Revel, France, Atelier Perrousseaux, 2011.
- AMBROSE Gavin et HARRIS Paul, *Composition & mise en page*, traduit par Séverine LOROLE, Paris, France, Pyramyd, 2009.
- ANDERSON Gail, *Le livre pour réussir vos créations graphiques*, Paris, Pyramyd, 2016.
- ANDERSON Gail, *Le livre pour réussir vos créations typographiques*, Paris, Pyramyd, 2016.
- Armstrong, Helen, éd. *Graphic Design Theory Reading from the Field*. New York, Princeton Architectural Press, 2009.
- ASSOULY Olivier et FLAMAND Brigitte, *Le design : essais sur des théories et des pratiques*, Institut français de la mode, 2013.
- AUDIN Maurice et MARTIN Henri-Jean, *Histoire de l'imprimerie : radioscopie d'une ère : de Gutenberg à l'informatique*, Paris, A. et J. Picard, 1972.
- BALIUS PLANELLES Andreu, *Typo-graphisme 2*, Paris, Pyramyd, 2003.
- BEAIRD Jason, *The principles of beautiful web design*, Collingwood, SitePoint, 2007.
- BENNETT Audrey et BENNETT Andrea, *Design Studies: Theory and Research in Graphic Design*, Princeton Architectural Press, 2006.
- BEYAERT-GESLIN Anne, *Sciences du Design*, Paris, Les Presses universitaires de France, 2015.
- BIASI Pierre-Marc de, *Le papier : une aventure au quotidien*, Gallimard, 1999.
- BIERUT Michael, DRENTTEL William et HELLER Steven (eds.), *Looking Closer 5: Critical Writings on Graphic Design*, 1 édition., New York, Allworth Press, 2007.
- BLACKWELL Lewis, *Typo du 20e siècle*, Nouv. éd. augm., Paris, France, Flammarion, 2004.
- BLANC Jean-Noël, BOUHENIC Pascale, BOUQUET Stéphane et GAY-ROSIER Véronique Directeur de la publication, *Des hommes de caractères*, Saint-Étienne, France, Cahiers intempestifs, 2012.
- BODONI Giambattista, *Manuel typographique = Manuale tipografico : 1818*, Koln, Taschen, coll. « Bibliotheca Universalis », 2016.
- BONNIN Philippe, *Architecture : espace pensé, espace vécu*, Paris, Éd. Recherches, 2007.
- BOSSHARD Hans Rudolf, BILL Max, TSCHICHOLD Jan et HOCHULI Jost, *Max Bill — Jan Tschichold : la querelle typographique des modernes*, traduit par Pierre MALHERBET et traduit par Victor GUEGAN, Paris, France, B42, 2014.
- BRODY Neville et WOZENCROFT Jon, *FUSE 1–20*, Koln, Taschen, 2012.
- CAHOONE Lawrence, *From modernism to postmodernism : an anthology*, Cambridge, Blackwell Publishing, 1996.
- CARSON David et BLACKWELL Lewis, *The end of print: the graphic design of David Carson*, Londres, Laurence King, 1995.
- CENTRE NATIONAL DES ARTS PLASTIQUES, *Graphisme en France 2014*, Paris, France, Centre national des arts plastiques, 2014.

CHENG Karen, LEVIN Aaron, PARIS Muriel et STONE Sumner, *Jean François Porchez : l'excellence typographique*, Gap, Atelier Perrousseau éditeur, 2014.

CHIAPPINI Cristina, *Open projects : des identités non standard*, Paris, Pyramyd, coll. « Étapes : », 2010.

CHRISTIN Anne-Marie, *Poétique du blanc : vide et intervalle dans la civilisation de l'alphabet*, Nouvelle édition revue et augmentée, Paris, Vrin, coll. « Essais d'art et de philosophie », 2009.

CHRISTIN Anne-Marie, *L'image écrite ou la déraison graphique*, Paris, Flammarion, coll. « Idées et recherches », 1995.

CIRIER Nicolas (1792-1869) Auteur du texte, *L'apprentif administrateur, pamphlet pittoresque (!), littérario-typographique-bureaucratique, pouvant intéresser toute personne employée, employable, ex-employée/par quelqu'un de cette dernière catégorie*, Paris, 1840.

COLLOQUE D'HISTOIRE DE L'ART CONTEMPORAIN. SAINT-ETIENNE Centre interdisciplinaire d'études et de recherches sur l'expression contemporaine Saint-Etienne, *L'influence du Bauhaus sur l'architecture contemporaine*, Réimpr., Saint-Étienne, Université de Saint-Étienne, coll. « Travaux/Centre interdisciplinaire d'études et de recherches sur l'expression contemporaine », 1979.

CRAMER Florian, CUBAUD Pierre, DACOS Marin, ÉCOLE SUPERIEURE D'ART ET DE DESIGN GRENOBLE-VALENCE et LUX SCENE NATIONALE DE VALENCE, *Lire à l'écran : contribution du design aux pratiques et aux apprentissages des savoirs dans la culture numérique*, Paris, B42, 2011.

CUMMING Elizabeth, *Le mouvement arts & crafts*, Paris, Thames & Hudson, coll. « L'univers de l'art », 1999.

CUSSET François, *French theory : Foucault, Derrida, Deleuze & Cie et les mutations de la vie intellectuelle aux États-Unis*, Paris, La Découverte, 2003.

DARRICAU Stéphane, *Culture graphique : une perspective de Gutenberg à nos jours*, Paris, Pyramyd, 2014.

DAVIS Meredith, *Graphic design theory*, London, Royaume-Uni, Thames & Hudson, 2012.

DAVIS Meredith et HUNT Jamer, *Visual Communication Design: An Introduction to Design Concepts in Everyday Experience*, Bloomsbury Publishing, 2017.

DERMODY Brenda et BREATHNACH Teresa, *Néo rétro : graphisme d'hier pour création d'aujourd'hui*, Paris, Thames & Hudson, 2009.

DIDELON Valéry, *La controverse Learning from Las Vegas*, Wavre, Mardaga, coll. "Architecture ", 2011.

DURAND Régis, *Sans commune mesure : image et texte dans l'art actuel : [expositions]*, Paris, L. Scheer, 2002.

DUSONG Jean-Luc et SIEGWART Fabienne, *Typographie : du plomb au numérique*, Paris, Dessain et Tolra, 1996.

EDESSA Isabelle, AGENCE POUR LA PROMOTION DE LA CREATION INDUSTRIELLE, DESIGNERS INTERACTIFS, MOV'EO et SYSTEMATIC PARIS-REGION, *Le design des interfaces numériques en 170 mots-clés : des interactions homme-machine au design interactif*, Paris, Dunod, 2013.

ESKILSON Stephen, *Graphic Design: A New History*, Yale University Press, 2007.

FAUCHEUX Pierre, *Écrire l'espace*, Paris, R. Laffont, 1978.

FAVIER Léo, *Comment, tu ne connais pas Grapus ?*, 1ère édition, Leipzig, Spector Books, 2014.

FLUSSER Vilém, *Petite philosophie du design*, Circé, 2002.

FORMIS Barbara, *Esthétique de la vie ordinaire*, Paris, Presses universitaires de France, coll. « Lignes d'art », 2010.

FOSTER Hal, *Design & crime*, Paris, les Prairies ordinaires, coll. « Penser-croiser », 2010.

FRADIER Anne-Sophie, *Webgrids : structure et typographie de la page Web*, Gap, Atelier Perrousseaux, 2012.

FRAMPTON Kenneth, *L'architecture moderne : une histoire critique*, Paris, Thames & Hudson, coll. « Librairie de l'architecture et de la ville », 2009.

FRUTIGER Adrian, *Une vie consacrée à l'écriture typographique*, Méolans-Revel, France, Atelier Perrousseaux, 2004.

FRUTIGER Adrian, *A bâtons rompus : ce qu'il faut savoir du caractère typographique*, Reillanne, France, Atelier Perrousseaux, 2001.

GAGNEBIN Murielle, *Fascination de la laideur : l'en-deçà psychanalytique du laid*, Nouvelle édition augmentée d'une postface, Seyssel, Champ vallon, coll. « L'Or d'Atalante », 1994.

GARFIELD Simon, *Sales caractères : petite histoire de la typographie*, Paris, Seuil, 2012.

GERE Charlie, *Digital Culture*, Reaktion Books, 2009.

GHIRARDO Diane Yvonne, *Les architectures postmodernes*, Paris, Thames & Hudson, coll. « L'univers de l'art », 1997.

GOYER Samuel, TADIER Elsa et VIGNON Virginie (eds.), *Communication et langages Gérard Blanchard*, Paris, France, Necplus, 2014.

GRABAR Oleg, *Ornement-ornemental*, Paris, INHA-Institut National d'Histoire de l'Art, 2010.

GREIMAN April, POYNOR Rick et ARC EN REVE-CENTRE D'ARCHITECTURE, *April Greiman : it'snotwhatyouthinkitis*, Bordeaux, France, Arc en rêve centre d'architecture, 1994, 110 p.

GRENOBLE-VALENCE École supérieure d'art et de design, *Txt : design graphique*, Paris, Éditions B42, 2013.

GUFFEY Elizabeth E., *Retro: The Culture of Revival*, Reaktion Books, coll. "Art & Architecture Complete", 2006.

GUTBERLET Caroline, *Das Gesetz und seine visuellen Folgen = La loi et ses conséquences visuelles : [Forschungsprojekt der Hochschule für Grafik und Buchkunst/Academy of Visual Arts Leipzig (HGB) und des Institut Design2context an der Hochschule für Gestaltung und Kunst Zurich (hgkz)]*, Wettingen, Lars Muller, 2005.

HARDISTY J. Namdev, *Function, restraint, and subversion in typography*, New York, Princeton Architectural Press, 2010.

HARDY Philippe, *Collectionner, conserver, exposer le graphisme : Entretiens autour du travail de Dieter Roth conservé au Frac Bretagne*, Dijon, Presses du Réel, 2015.

HARVEY David, *The Condition of Postmodernity : An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Oxford, Blackwell Publishing, 1990.

HELLER Steven, *Nouvelle typographie ornementale*, Paris, Thames & Hudson, 2010.

HELLER Steven, *Paul Rand*, Paris, Phaidon, 2006.

HELLER Steven, *De Merz à Emigre et au-delà : Graphisme et magazines d'avant-garde au XXe siècle*, Paris, Phaidon, 2005.

HELLER Steven et ANDERSON Gail, *The typographic universe: letterforms found in nature, the built world and human imagination*, London, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, Thames & Hudson, 2014.

HELLER Steven et ANDERSON Gail, *Nouvelle typographie moderniste*, traduit par Anne LEVINE, Paris, France, Thames & Hudson, 2012.

HELLER Steven et ILIC Mirko, *Lettering large: art and design of monumental typography*, Etats-Unis, 2013.

HOCHULI Jost, *Le détail en typographie : la lettre, l'interlettrage, le mot, l'espacement, la ligne, l'interlignage, la colonne*, 3e éd., Paris, Éditions B42, 2015.

HOLLIS Richard, *Le graphisme au XXe siècle*, traduit par Christine MONNATTE, Paris, Thames & Hudson, 1997.

HUTCHEON Linda, *The Politics of Postmodernism*, Seconde édition, Oxon, Routledge, 2002.

ILIAZD, *Ledentu le phare ; Suivi de Promenade autour de Ledentu le phare*, Paris, Allia, 1995.

ILIAZD, *Sentence sans paroles*, C. Hiver, 1990.

JAMMES André, *La réforme de la typographie royale sous Louis XIV : Le Grandjean*, Paris, France, Librairie Paul Jammes, 1961.

JENCKS Charles, *The Post-modern reader*, Londres, Academy Editions, 1992.

JIMENES Rémi et VERVLIEP Hendrik Désiré Louis, *Les caractères de civilité : typographie & calligraphie sous l'Ancien Régime, France, XVIe-XIXe siècles*, Méolans-Révil, France, Atelier Perrousseaux, 2011.

JIMENEZ Marc, *Qu'est-ce que l'esthétique ?*, Gallimard, 1997.

JUBERT Roxane, *Graphisme, typographie, histoire*, Paris, Flammarion, 2005.

KINROSS Robin, *La typographie moderne : un essai d'histoire critique*, traduit par Amarante SZIDON, Paris, France, B42, 2012.

KINROSS Robin, *More Light ! For a typography that knows what it's doing*, 1993.

KRAUSS Rosalind E., *L'originalité de l'avant-garde et autres mythes modernistes*, Paris, Macula, coll. « Vues », 1993.

KRESS Gunther R. et LEEUWEN Theo van, *Reading Images : The Grammar of Visual Design*, Psychology Press, 1996.

LACOUE-LABARTHE Philippe et FYNK Christopher, *Typography: Mimesis, Philosophy, Politics*, Stanford University Press, 1989.

LAFARGUE Bernard (ed.), *Le design dans l'art contemporain*, Pau, PUPPA, coll. « Figures de l'art », 2015.

LAGRANGE Richard et CENTRE NATIONAL DES ARTS PLASTIQUES, *Typo-graphie : graphisme en France 2009/2010*, Paris, Centre National des Arts Plastiques, 2009.

LALIBERTE Jadette, *Formes typographiques : historique, anatomie, classification*, Presses Université Laval, 2004.

LAMY Frank, *Tania Mouraud : Ad nauseam : [exposition, Vitry-sur-Seine, MAC-VAL, 20 septembre 2014-25 janvier 2015]*, Vitry-sur-Seine, MAC-VAL, 2014.

LANTENOIS Annick, *Le vertige du funambule : le design graphique, entre économie et morale*, Paris, B42, 2010.

L'ATLAS, *L'art du sens*, Grenoble, Critères, 2004.

LEVIN Kim, *Beyond Modernism: Essays on Art from the 70's and 80's*, New York, Icon, 1989.

LISTA Giovanni, *Futurisme : manifestes, proclamations, documents*, Lausanne, L'Âge d'homme, 1973.

LOEWY Raymond, *La laideur se vend mal*, Paris, Gallimard, coll. « Collection Tel », 1990.

LOMMEN Mathieu, *Le livre des livres : graphisme des livres au fil du temps*, Paris, France, Pyramyd, 2012.

LOOS Adolf, *Ornement et crime : et autres textes*, Paris, Payot & Rivages, 2003.

LOWEY Ian et PRINCE Suzy, *The Graphic Art of the Underground: A Countercultural History*, Bloomsbury Publishing, 2014.

LUDOVICO Alessandro, *Post-digital print : la mutation de l'édition depuis 1894*, Paris, B42, 2016.

LUPTON Ellen, *Typo et design pour écran : lisibilité, interface, interaction*, Pyramyd, 2015.

LUPTON Ellen et ABBOTT Miller, *Design Writing Research: Writing on Graphic Design*, Londres, Phaidon Press, 1999.

LUPTON Ellen, MORGAINE Alice et MUSEE DES ARTS DECORATIFS, *Typorama : Philippe Apeloig*, Paris, les Arts décoratifs, 2013.

LYON Ecole nationale des beaux-arts, *Architecture et typographie : un atelier éditorial*, Paris, B42, 2011.

MACMILLAN Neil, *An A-Z of Type Designers*, Laurence King Publishing, 2006.

MAEDA John, *The Laws of Simplicity*, Massachusetts, MIT Press, 2006.

MAFFESOLI Michel, *La contemplation du monde*, Grasset, 1993.

MARINETTI Filippo Tommaso, *Les Mots en Liberté Futuristes*, L'Âge d'homme, 1990.

MARTINEZ Ariane, *Graphies en scène*, Montreuil, Ed. théâtrales, coll. « Sur le théâtre », 2001.

MASURE Anthony, *Design et humanités numériques*, Paris, Éditions B42, coll. « Esthétique des données », 2017.

MCLUHAN Marshall, *La Galaxie Gutenberg : la genèse de l'homme typographique*, traduit par Jean PARE, Paris, Gallimard, 1977.

MCLUHAN Marshall, *Pour comprendre les média : les prolongements technologiques de l'homme*, Paris, Seuil, 1977.

MCRROBBIE Angela, *Postmodernism and popular culture*, Oxon, Routledge, 1994.

MERCER Kobena, *Pop art and vernacular cultures*, Cambridge, MIT Press, coll. "Annotating art's histories", 2007.

MILLER J. Abbott, *Dimensional Typography : Case studies on the shape of letters in virtual environments*, Princeton Architectural Press, 1996.

MONTANDON Alain et CLERMONT-FERRAND Centre de recherche en communication et didactique, *Signe, texte, image*, Césura Lyon, 1990.

MORRIS William, *L'art et l'artisanat*, Paris, Payot & Rivages, coll. « Rivages poche », 2011.

MULLER-BROCKMANN Josef, *Systèmes de grille pour le design graphique = Sistemi a griglia per la progettazione grafica : un manuel pour graphistes, typographes et concepteurs d'expositions : un manuale per grafici, tipografi et progettisti di spazi espositivi*, Genève, Entremonde, 2017.

NIELSEN Jakob, *Site Web : priorité à la simplicité*, Paris, CampusPress, 2007.

OTT Nicolaus, *Typography = Typographie = Typographie = Text: Die Werkzeuge : when, who, how : wann, wer, wie : quand, qui, comment*, Koln, Konemann, 1998.

PALACIO Bryony Gomez et VIT Armin, *Graphic Design, Referenced: A Visual Guide to the Language, Applications, and History of Graphic Design*, Rockport Publishers, 2011.

PAYOT Daniel, *Poïétiques du design. [I] : vers de nouveaux paradigmes de la conception ? : [journée d'étude, Strasbourg, 15 avril 2013]*, Paris, l'Harmattan, coll. « Collections Esthétiques », 2014.

PEIGNOT Charles et BONNIN Georges, *De plomb, d'encre et de lumière: essai sur la typographie et la communication écrite*, Paris, France, Imprimerie nationale, 1982.

PEIGNOT Jérôme, *De l'écriture à la typographie*, Paris, Gallimard, coll. « Collection Idées », 1967.

PEVSNER Nikolaus, *Les sources de l'architecture moderne et du design*, Paris, Thames & Hudson, coll. « L'univers de l'art », 1993.

PICON Antoine, *Ever living ornament : [exposition, Versailles, la Maréchalerie, centre d'art contemporain de l'École nationale supérieure d'architecture de Versailles, Vélizy-Villacoublay, Micro Onde, centre d'art de l'Onde, 6 avril-1er juillet 2012]*, Vélizy-Villacoublay, l'Onde, théâtre et centre d'art, 2012.

PIERRE Arnaud, *Tania Mouraud*, Paris, Flammarion, coll. « La création contemporaine », 2004.

POHLEN Joep, *La fontaine aux lettres : sur les caractères d'impression*, Koln, Taschen, 2011.

PORTOGHESI Paolo, *Au-delà de l'architecture moderne*, 3e éd. rev. et complétée, Paris, L'Equerre, coll. « Essais », 1981.

POTTER Norman, *Qu'est-ce qu'un designer : objets, lieux, messages (1969)*, B42, 2011.

POYNOR Rick, *Transgression : [graphisme et post-modernisme]*, Paris, Pyramyd, 2003.

POYNOR Rick, *La loi du plus fort : la société de l'image*, Paris, Pyramyd, 2002.

POYNOR Rick, *Typography Now : The Next Wave*, Londres, Booth-Clibborn Editions, 1991.

POYNOR Rick, *Typography Now Two: Implosion*, Londres, Booth-Clibborn Editions, 1996.

RABINOWITZ Tova, *Exploring Typography*, Cengage Learning, 2015.

RANNOUX Catherine, *L'illisible*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, coll. « La Licorne », 2006.

RAULT David, KNAPP Peter, MASSIN, MENDOZA Y ALMEIDA José, BERBERIAN Charles et RICHAUDEAU François, *Roger Excoffon: le gentleman de la typographie*, traduit par Hrant PAPAZIAN, Méolans-Revel, France, Atelier Perrousseaux éd., 2011.

RICHAUDEAU François, *Encyclopédie de la chose imprimée: du papier l'écran*, Paris, France, Ed. Retz, 1999.

RICHAUDEAU François, *Manuel de typographie et de mise en page*, Paris, Éd. Retz, 1989.

RICHAUDEAU François, *La lisibilité*, Paris, Denoël, coll. « Médiations », 1969.

ROSENKRANZ Karl, *Esthétique du laid*, Belval, Circé, 2004.

RUBINI Constance, *Azimuts*, Saint-Etienne, Cité du Design, 2009.

SAATCHI Charles, *Mon nom est Charles Saatchi et je suis un artoolique*, Paris, France, Phaidon, 2010.

SACCANI Anna, *La ville en toutes lettres*, Paris, France, Pyramyd, 2013.

SAGMEISTER Stefan Éditeur scientifique, PROD'HOM Chantal Éditeur scientifique et MUSEE DE DESIGN ET D'ARTS APPLIQUES CONTEMPORAINS mu dac, *Sagmeister: another book about promotion & sales material*, Lausanne, MUDAC, 2011.

SAMARA Timothy, *Making and breaking the grid: a graphic design layout workshop*, Gloucester, MA, Etats-Unis d'Amérique, Rockport Publishers, 2005.

SANTA MARIA Jason, *Typographie web*, Eyrolles, 2015.

SCHAEFFER Jean-Marie, *Par-delà le beau et le laid : enquêtes sur les valeurs de l'art : [actes du colloque pluri-disciplinaire]*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, coll. « Aesthetica », 2014.

SEARLE John Rogers, *Déconstruction ou Le langage dans tous ses états*, Combas, Éd. de l'Éclat, coll. « Tiré à part », 1992.

SELBY Aimée (ed.), *Art and text*, London, Royaume-Uni, Black Dog Pub., 2009.

SLANTED, *Bright ! : typography between illustration and art*, Cologne, Daab, 2012.

SMET Catherine de, *Pour une critique du design graphique : dix-huit essais*, Paris, B42, 2012.

SMET Catherine de, *Vers une architecture du livre : Le Corbusier. édition et mise en pages 1912-1965*, Baden (Suisse), L. Muller, 2007.

STIEGLER Bernard, *Le design de nos existences : à l'époque de l'innovation ascendante : les entretiens du nouveau monde industriel 2007*, Paris, Mille et une nuits, coll. « Essai », 2008.

TRIGGS Teal, *La typographie expérimentale*, Paris, Thames & Hudson, 2004.

- TSCHICHOLD Jan, *La nouvelle typographie : un manuel pour les créateurs de leur temps*, Edition., Paris, Éditions Entremonde, 2016.
- TSCHICHOLD Jan et PARIS Muriel, *Livre et typographie: essais choisis*, traduit par Nicole CASANOVA, Paris, France, Éditions Allia, 1994.
- TULLETT Barrie, *Typewriter art : a modern anthology*, London, Laurence King Publishing, 2014.
- TUSET-ANRES Vincent, *Ed Fella documents:*, Paris, France, Pyramyd, 2011..
- UNGER Gerard, *Pendant la lecture*, Paris, Éditions B42, 2015.
- VENTURI Robert, *L'enseignement de Las Vegas ou le symbolisme oublié de la forme architecturale*, Troisième éd., Bruxelles, Mardaga, coll. « Architecture Recherches », 2000.
- VIAL Stéphane et FOLKMANN Mads Nygaard, *Court traité du design*, Paris, France, Presses universitaires de France, 2014.
- VIAL Stéphane et LEVY Pierre, *L'être et l'écran: comment le numérique change la perception*, Paris, France, Presses universitaires de France, 2013.
- VIGNELLI Massimo, VIGNELLI Lella et PUBLISHING Images, *Design is One*, Images Publishing, 2004.
- WAGNER Otto, *Architecture moderne et autres écrits*, Bruxelles, P. Mardaga, coll. « Architecture recherches », 1984.
- WARD Glenn, *Teach Yourself Postmodernism*, Lincolnwood (Chicago), Ill., Teach Yourself, 1998.
- WEINGART Wolfgang, *My way to typography*, Lars Müller Publishers, 2000.
- WILD Lorraine, MCCOY Katherine, SLADE Roy, ALDERSEY-WILLIAMS Hugh, BOLES Daralice, MCCOY Michael et DIFFRIENT Niels, *Cranbrook Design : The New Discourse*, New York, Rizzoli International, 1990.
- WILHIDE Elizabeth, *Design de polices de caractères*, coll. « Design Museum », Pyramyd, Paris, 2012.
- WILK Christopher, *Modernism: Designing a New World : 1914-1939*, 1st Paperback Edition edition., V&A Publishing, London , New York, 2008.
- WLASSIKOFF Michel, *Histoire du graphisme en France*, Paris, France, les Arts décoratifs, 2008.
- WOODHAM Jonathan M., *Dictionary of modern design*, New York, 2004.
- WOOLMAN Matt, *Typographie en mouvement*, Paris, Thames & Hudson, 2006.

Ressources internet

- ABBOTT Miller, *Word art*, <http://www.eyemagazine.com/feature/article/word-art>
- ADAMS Sean, *Typographic Education*, <http://adamsmorioka.com/typographic-education/>
- ARCHER Ben, *Eric Gill got it wrong; a re-evaluation of Gill Sans*, https://www.typotheque.com/articles/re-evaluation_of_gill_sans/

ARMIN, *No More Rules: Graphic Design and Postmodernism*,
<https://www.underconsideration.com/speakup/archives/001870.html>

ATZMON Leslie, *Dimensional typography*,
<http://www.eyemagazine.com/blog/post/dimensional-typography>,

BARRATT Mark, *Sylexiad*, <https://www.atypi.org/conferences/2011-reykjavik/programme>

BELOGOLOVSKY Vladimir, *Interview With Thom Mayne: "I Am a Pragmatic Idealist"*,
<http://www.archdaily.com/870873/interview-with-thom-mayne-i-am-a-pragmatic-idealist>,

BERENSON Izzy et HONETH Sarah, *Clearing the Haze: Prologue to Postmodern Graphic Design Education through Sheila de Bretteville*, <https://walkerart.org/magazine/clearing-the-haze-prologue-to-postmodern-graphic-design-education-through-sheila-de-bretteville-2>

BIERUT Michael, *Playing the game by Rand's rules*,
<http://www.eyemagazine.com/review/article/playing-the-game-by-rands-rules>,

BIERUT Michael, *Thoughts on "Thoughts on Design"*,
<http://designobserver.com/feature/thoughts-on-thoughts-on-design/38531>

BIL'AK Peter, *Beauty and Ugliness in Type design*,
https://www.typosphere.com/articles/beauty_and_ugliness_in_type_design#_ftn4

BIL'AK Peter, *What is Typography?*, https://www.typosphere.com/articles/what_is_typography

BRITTON Daniel, *Daniel Britton - Dyslexia*, <https://danielbritton.info/dyslexia>

BROPHY Philip, *Post Punk Graphics*,
http://www.philipbrophy.com/projects/rstff/PostPunkGraphics_A.html

BURDICK Anne, *What has writing got to do with design?*,
<http://www.eyemagazine.com/opinion/article/what-has-writing-got-to-do-with-design>

BUREAUD Annick, *Qu'est-ce que l'interactivité ?*,
https://www.olats.org/livresetudes/basiques/6_basiques.php

COLONNA-CESARI, *April in Bordeaux*, http://www.lexpress.fr/informations/april-in-bordeaux_597599.html

CREW.KOOS, *Rencontre avec Art Chantry légende du poster rock*,
<http://www.agoravox.fr/culture-loisirs/culture/article/rencontre-avec-art-chantry-legende-108366>

DOOLEY Michael, *Critical Conditions: Zuzana Licko, Rudy VanderLans, and the Emigre Spirit*, <http://www.emigre.com/Editorial.php?sect=3&id=8>

DOOLEY Michael, *An Interview with Edward Fella*,
<https://www.emigre.com/Essays/Magazine/AnInterviewwithEdwardFella>

DOOLEY Michael, *Emigre Essays An Interview with Edward Fella*,
<https://www.emigre.com/Essays/Magazine/AnInterviewwithEdwardFella>

DOUGHER Sarah et BERGER Joshua, *In conversation with Emigre*,
<https://magazine.plazm.com/in-conversation-with-emigre-2c15869886fb>

GLICENSTEIN Jérôme, *La place du sujet dans l'œuvre interactive*,
http://www.ciren.org/artifice/artifices_4/glicen.html

HALL Peter, *Neon Typography*, <http://designinquiry.net/contributions/neon-typography/>

HELFAND Jessica, *Why Write About Graphic Design?: Design Observer*,
<https://designobserver.com/feature/why-write-about-graphic-design/34358>

HELFAND Jessica, *The Shock Of The Old: Rethinking Nostalgia*,
<http://designobserver.com/feature/the-shock-of-the-old-rethinking-nostalgia/3807>

HELLER Steven, *Why invent new fonts ?*,
<https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2014/06/why-invent-new-fonts/373057/>

HELLER Steven, *Can the Rule-Breaking Font Designers of Three Decades Ago Still Break Rules?*, <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/can-the-rule-breaking-font-designers-of-three-decades-ago-still-break-rules/264958/>

HELLER Steven, *Writing Is Design, Too*,
<https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/07/writing-is-design-too/260342/>

HELLER Steven, *Defining Style, Making i-D: An Interview with Terry Jones*,
<https://www.aiga.org/defining-style-making-i-d>

HELLER Steven, *Putting the Punk in DIY: An Interview with John Holmstrom*,
<https://www.aiga.org/putting-the-punk-in-diy-an-interview-with-john-holmstrom>

HELLER Steven, *Crimes Against Typography*, <http://www.aiga.org/crimes-against-typography/>

HELLER Steven, *Cult of the Ugly*, https://www.typotheque.com/articles/cult_of_the_ugly

HOLLIS Richard, *The Modernist Grid*, <https://www.readingdesign.org/modernist-grid/>

HOWARD Andrew, *There is such a thing as society**,
<http://www.eyemagazine.com/feature/article/there-is-such-a-thing-as-society>

KEEDY Jeffery, *The rules of typography according to crackpots / experts*,
<http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-rules-of-typography-according-to-crackpotsexp>

KEEDY Jeffery, *Graphic Design in the Postmodern Era*,
<https://www.emigre.com/Essays/Magazine/GraphicDesigninthePostmodernEra>

KEEDY Jeffery, *Graphic designers probably won't read this . . . but*,
<https://www.emigre.com/Essays/Emigre/Graphicdesignersprobablywontreadthisbut>

KING Emily, *New Faces (Typographic History in the Context of Broader Design Historical Models)*
https://www.typotheque.com/articles/new_faces_typographic_history_in_the_context_of_broader_design_historical_models

LANKS Belinda, *The Father of Grunge Typography Calls Out Lazy Design*,
<https://magenta.as/the-father-of-grunge-typography-calls-out-lazy-design-daae470a685a>

LARSON Kevin, *The science of word recognition*,
about:reader?url=http%3A%2F%2Fwww.eyemagazine.com%2Fopinion%2Farticle%2Fthe-science-of-word-recognition

LASKY Julie, *Massimo Vignelli vs. Ed Benguiat (Sort Of)*,
<http://designobserver.com/feature/massimo-vignelli-vs-ed-benguiat-sort-of/15458>

LUPTON Ellen, *The Making of Typographic Man*, <http://designobserver.com/feature/the-making-of-typographic-man/39205>

LUPTON Ellen, *The Birth of the User*, <https://www.aiga.org/the-birth-of-the-user>

LUPTON Ellen, *The Science of Typography*,
https://www.typotheque.com/articles/the_science_of_typography

LUPTON Ellen, *The academy of deconstructed design*,
<http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-academy-of-deconstructed-design>

LUPTON Ellen et ABBOTT Miller, *Deconstruction and Graphic Design: History Meets Theory*,
https://www.typotheque.com/articles/deconstruction_and_graphic_design_history_meets_theory

M. KINGSLEY, *Rick Poynor: Ipse Dixit*,
<https://www.underconsideration.com/speakup/archives/003354.html>

MAJOOR Martin, *My Type Design Philosophy*,
https://www.typotheque.com/articles/my_type_design_philosophy

MAY Christopher, *Art Chantry Speaks Up*,
<https://www.underconsideration.com/speakup/interviews/chantry.html>

MIDDENDORP Jan, *Postmodern jam session*,
<http://www.eyemagazine.com/feature/article/postmodern-jam-session>

BLOKLAND Petr VAN, *The Future of Typography*, <http://designobserver.com/feature/the-future-of-typography/39206>

MILLS Mike, *The (layered) vision thing*, <http://www.eyemagazine.com/opinion/article/the-layered-vision-thing1>

MOSS Alison, *The Spiritual Meaning Behind Jaume Plensa's Sculptures*,
<http://theculturetrip.com/europe/spain/articles/the-spiritual-meaning-behind-jaume-plensas-sculptures/>

MUNARI Nicola-Matteo, *Wim Crowwel*, <http://www.designculture.it/interview/wim-crouwel.html>

NIELSEN Jakob, *IPad and Kindle Reading Speeds*, <https://www.nngroup.com/articles/ipad-and-kindle-reading-speeds/>

NIELSEN Jakob, *Be Succinct! (Writing for the Web)*, <https://www.nngroup.com/articles/be-succinct-writing-for-the-web/>

NORMAN Don, *Why Design Education Must Change*,
<https://www.core77.com/posts/17993/Why-Design-Education-Must-Change>

OWEN William, *Experiments in hypertype*,
<http://www.eyemagazine.com/opinion/article/experiments-in-hypertype>

OWEN William, *Design in the age of digital reproduction*,
<http://www.eyemagazine.com/feature/article/design-in-the-age-of-digital-reproduction>

OWEN William, *What's this history for?*, <http://eyemagazine.com/review/article/whats-this-history-for>

PERNICE Kara, *F-Shaped Pattern of Reading on the Web: Misunderstood, But Still Relevant (Even on Mobile)*, <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/>

POYNOR Rick, *Did We Ever Stop Being Postmodern?*, <http://designobserver.com/feature/did-we-ever-stop-being-postmodern/30798>

POYNOR Rick, *Absolutely the 'worst'*, <http://www.eyemagazine.com/opinion/article/absolutely-the-worst>

POYNOR Rick, *Reputations: Katherine McCoy*, <http://www.eyemagazine.com/feature/article/katherine-mccoy>, consult? le 25 septembre 2018.

PURCELL Kerry William, *Plundering history for handy hints*, <http://www.eyemagazine.com/review/article/plundering-history-for-handy-hints>

RIECHERS Angela, *Emigre Type Foundry pretty much designed the 90's - Here what it looks like*, <https://eyeondesign.aiga.org/emigre-type-foundry-pretty-much-designed-the-90s/>

RIGHTHAND Jess, *Postmodernism's New Typography | Arts & Culture | Smithsonian*, <http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/postmodernisms-new-typography-77489071/?no-ist=>

ROCK Michael, *Graphic Authorship*, https://www.typotheque.com/articles/graphic_authorship

ROCK Michael, *Beyond typography*, <http://www.eyemagazine.com/feature/article/beyond-typography>

SAGMEISTER Stefan, *How Good is Good ?*, https://www.typotheque.com/articles/how_good_is_good

SMITH Virginia, *Architecture and Type: A Modern Marriage*, <http://www.aiga.org/architecture-and-type-a-modern-marriage/>

STAIRS David, *Why Design Won't Save the World*, <http://designobserver.com/feature/why-design-wont-save-the-world/5777>

STINSON Michael, *Michael Stinson Portfolio*, <https://michaelstinson.com/branding>

SWANSON Gunnar, *Graphic Design Education as a Liberal Art: Design and Knowledge in the University and the "Real World"*, <https://www.gunnarswanson.com/writing/GDasLiberalArt.pdf>.

THRIFT Julia, *Reputations: Rudy VanderLans*, <http://www.eyemagazine.com/feature/article/reputations-rudy-vanderlans>

TRIGGS Teal, *New languages and noisy texts*, <http://www.eyemagazine.com/review/article/new-languages-and-noisy-texts>

TUPITSYN Margarita, *The Grid as a Checkpoint of Modernity*, <https://www.tate.org.uk/research/publications/tate-papers/12/the-grid-as-a-checkpoint-of-modernity>

TWEMLOW Alice, *Denise Gonzales Crisp: The decorative*, <http://www.eyemagazine.com/feature/article/denise-gonzales-crisp-the-decorative>

VANDERLANS Rudy, *Emigre Fonts: Interview with Zuzana Licko*, <http://www.emigre.com/Licko3.php>

VARINI Felice, *Tania Mouraud*, <http://www.paris-art.com/tania-mouraud-2/>

VASQUEZ Adrien, *From—To*, <http://from.esad-gv.fr/to/#37:De%20la%20typographie%20moderne>

VIGNELLI Massimo, *Long Live Modernism: Massimo Vignelli Reaffirms His Faith in Form and Function*, <https://www.aiga.org/inspiration-massimo-vignelli-long-live-modernism>

VIT Armin, *Rudy Vanderlans*,
<https://www.underconsideration.com/speakup/interviews/rudy.html>

WILD Lorraine, *That was Then, and This is Now: But What is Next?*,
<https://www.emigre.com/Essays/Magazine/ThatwasThenandThisisNowButWhatisNext>

WILSON Christopher, *Reputations: Phil Baines*,
<http://eyemagazine.com/feature/article/reputations-phil-baines>

ZAMMIT Adrien, *Entretien avec Pierre Bernard*, <http://www.formes-vives.org/atelier/?post/Entretien-avec-Pierre-Bernard>

Vidéos

ETAPES, *Emigre par Pascal Béjean*, étapes, 2009

CARSON David, *Design and discovery*, coll. TED, 2003.

FLOR Martina, *The secret language of letter design*, coll. TED, 2016.

GALLEGO Alison, *Anatome 50 Expositions*, 2014.

MAEDA John, *John Maeda sur la simplicité*, coll. TED, 2007.

SAGMEISTER Stefan, *7 rules for making more happiness*, coll. TED, 2010.

SAGMEISTER Stefan, *Things I Have Learned in My Life So Far*, coll. TED, 2008.

SAGMEISTER Stefan, *Happiness by design*, coll. TED, 2004.

Index

8

8vo, 185, 188, 189, 194

A

AIGA, 11, 96, 97, 103, 110, 111, 120, 163, 169, 184, 185, 194, 218, 264, 269
Alberti Leon Battista, 219, 340
ANRT, 197, 302, 316
Apeloig Philippe, 179, 286, 346
Apollinaire Guillaume, 26, 136, 137, 138, 140, 147, 152, 153, 215, 341
Aracil Hervé, 82
Art Déco, 235, 236
Art Nouveau, 23, 25, 36, 85, 89, 178, 220, 224, 225, 234, 235, 236, 285
Arts and Crafts, 23, 25, 219, 221
ATypl, 38, 80, 246
Audin Maurice, 18
Auriol Georges, 23, 24

B

Baines Phil, 191, 197, 320, 323, 324
Barber Ken, 150
Barnbrook Jonathan, 169, 176, 269
Barthes Roland, 71, 75, 77, 79, 126, 264, 272, 273
Bauhaus, 26, 27, 28, 29, 39, 47, 52, 87, 89, 90, 118, 119, 123, 143, 183, 193, 210, 212, 224, 276, 286, 297, 298, 299, 306, 343
Baur Ruedi, 277, 278, 280, 314, 332, 333
Bayer Herbert, 47, 118, 119, 151, 210
Béjean Pascal, 187, 193, 195
Bennett Audrey, 267, 268, 313, 314, 315
Bernard Pierre, 286, 287, 290, 291, 292, 293, 294, 295
Bierut Michael, 89, 109, 111, 223, 302, 308, 342
Bill'ak Peter, 100, 103, 228, 229, 230, 231, 269, 321, 322, 323, 339
Bill Max, 29, 106, 107, 142, 146, 210, 342
Blanchard Gérard, 83, 146, 147, 148, 149, 339, 340, 344
Bodoni Giambattista, 23, 100
Boisselier Philippe, 166
Boltana François, 38, 339, 342
Braque Georges, 26, 212
Brody Neville, 32, 48, 85, 87, 176, 178, 185, 190, 204, 258, 262, 342
Bubbles Barney, 30, 85, 86
Burgin Victor, 65

C

CalArts, 108, 131, 135, 296, 299, 301, 303, 315
Caraès Marie-Haude, 172, 310, 311, 330
Carrà Carlo, 26, 52, 138, 215
Carson David, 32, 61, 85, 108, 130, 135, 185, 203, 204, 218, 224, 226, 228, 229, 230, 252, 256, 275, 277, 280, 341, 342
Cassandre, 29, 109, 110, 216, 295

Chantry Art, 98, 99, 108
Comic sans ms, 206, 247
Constructivisme, 25, 26, 27, 86, 88, 117, 214
Cooper Muriel, 96, 151, 255, 276, 277
Cooper Union, 236, 297
Cranbrook, 59, 71, 76, 77, 78, 108, 120, 130, 195, 229, 237, 255, 282, 283, 297, 299, 300, 301, 349
Crouwel Wim, 30, 31, 113, 216

D

Dada, 26, 27, 45, 51, 86, 104, 185
de Puineuf Sonia, 117, 118
de Smet Catherine, 47, 115
De Stijl, 26, 27, 52, 118, 183, 210, 214, 215
Dead History, 82, 101
Deck Barry, 135, 301
Della Francesca Piero, 45
Delormas Jérôme, 165, 166, 177
Depero Fortunato, 49, 50, 116
Derrida Jacques, 57, 73, 74, 75, 76, 343
Dewitte Jacques, 221, 222, 224, 341
di Sciuillo Pierre, 124, 125, 133, 156, 157, 158, 159, 165, 171, 172, 204, 286, 339, 340
Didot Firmin, 23, 46
Dooley Michael, 108, 110, 112, 205, 301, 302
Dubuffet, 148
Duffy Joe, 109, 113, 237
Dürer Albrecht, 45
Dwiggins W.A., 223, 314

E

El Lissitzky, 86, 87, 111, 117, 147, 183, 210
Elliman Paul, 133, 160, 161, 163, 178, 323
Emigre, 15, 32, 45, 93, 96, 99, 101, 102, 103, 104, 105, 108, 110, 111, 135, 182, 184, 185, 186, 187, 188, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 205, 230, 232, 240, 253, 254, 255, 265, 269, 283, 289, 345
Estienne Robert, 22, 33, 44

F

Fella Ed, 62, 70, 77, 130, 131, 132, 174, 252, 296, 301, 302, 349
Fili Louise, 236, 237
Fra Angelico, 147
Frechin Jean-Louis, 330
French Theory, 75
Friedman Dan, 31, 96, 97
Frutiger Adrian, 29, 38, 82, 202, 340, 344
Fuse, 15, 45, 158, 182, 185, 190, 191, 192, 195, 203, 204, 205, 240, 262, 265, 309
Fust Johann, 18, 43
Fust Johann, 43
Futura, 89, 127, 142, 143, 144, 145, 168, 179, 202, 215, 249, 304
Futurisme, 25, 26, 48, 49, 50, 51, 88, 140, 141, 154, 155, 167, 184, 285, 323, 335, 346

G

Garamond Claude, 22
Garland Ken, 269, 270, 286, 287, 288
Gid Raymond, 146, 147, 148, 149, 153
Gill Eric, 45
Gomringer Eugen, 142, 147
Gonzales Crisp Denise, 223
Grabar Oleg, 219, 340, 344
Grapus, 291, 292, 293, 294, 296, 344
Greiman April, 31, 40, 85, 96, 104, 109, 224, 230, 240,
252, 275, 297, 339, 341, 344
Griffo Francesco, 20, 21, 22
Gropius Walter, 118, 119, 297
Gutenberg Johannes, 18, 19, 43, 209, 347

H

Habermas Jürgen, 10, 55, 125
Hains Raymond, 149
Haslam Andrew, 320, 323, 324
Hassan Ihab, 57, 60
Hebdige Dick, 53, 58, 67
Helfand Jessica, 308, 313, 340
Heller Steven, 95, 97, 101, 102, 105, 107, 108, 109, 110,
111, 112, 184, 185, 187, 192, 193, 223, 230, 236, 254,
302, 308, 342, 345
Helvetica, 29, 39, 40, 61, 89, 206
Hillier Robert, 205, 206
Hische Jessica, 150, 225, 233
Holzer Jenny, 127, 128, 160, 340
Huszar Vilmos, 214, 215

I

Iliasz, 141, 154, 155, 345
Illustrate, 191
Indiana Robert, 68, 69, 70, 142

J

Jameson Fredric, 67
Jencks Charles, 55, 58, 60, 90, 121, 122, 256, 334, 345
Jenson Nicolas, 20, 21, 22
Jones Terry, 185, 218

K

Kalman Tibor, 84, 86, 88, 89, 93, 94, 95, 113, 237, 238,
269, 327
Keedy Jeffery, 77, 78, 79, 93, 111, 112, 113, 187, 188,
192, 193, 194, 195, 249, 250, 251, 253, 254, 256, 257,
258, 296, 301
Khlebnikov Velemir, 141, 154, 155
Kinross Robin, 12, 14, 22, 45, 46, 76, 113, 249, 263, 267,
268, 286, 319, 320
Kolá Jirí, 148
Koolhaas Rem, 115, 276
Krauss Rosalind, 212, 213, 217, 345
Kroutchenykh Alexei, 141, 154, 155
Kruger Barbara, 65, 89, 127, 168, 280

L

Land Art, 233
Lantenois Annick, 12, 291, 305, 306, 346

Le Corbusier, 46, 47, 208, 213, 220, 341, 348
Le Quernec Alain, 174, 176, 181
Lettrisme, 141, 145
Levrant de Breteville Sheila, 299, 314
Libeskind Daniel, 77
Licko Zuzana, 32, 151, 176, 185, 186, 190, 194, 240, 245,
269
Linotype, 23, 37, 132
Litzler Pierre, 311
Loos Adolf, 47, 220, 221, 346
Lubalin Herb, 30, 39, 104, 147, 226
Lupton Ellen, 67, 71, 72, 77, 79, 135, 136, 176, 236, 239,
261, 264, 265, 269, 278, 279, 280, 281, 282, 324, 326,
346

M

Maeda John, 151, 242, 243, 254, 255, 256, 263, 265, 339,
346, 354
Makela Scott, 82, 101
Malevitch Kasimir, 86, 141, 213
Mallarmé Stéphane, 26, 49, 139, 140, 142, 144, 146, 150,
152, 153, 272
Manuce Alde, 20, 21, 22, 44
Margolin Victor, 96, 340
Marinetti F.T., 25, 26, 48, 49, 50, 51, 102, 105, 116, 117,
140, 141, 178, 179, 335, 346
Massin, 139, 147, 148, 149, 158, 159, 160, 161, 340, 348
Mau Bruce, 115, 274
Mayer Hansjörg, 143, 144, 145
Mayne Thom, 122, 123
McCoy Katherine, 52, 59, 76, 77, 78, 79, 83, 268, 299,
300, 301, 302, 303, 341, 349
McRobbie Angela, 67, 71, 72, 347
Melton Drew, 150
Merz, 45, 51, 168, 183, 184, 187, 192, 345
Meynadier Henri, 295
Michaud Yves, 119, 176
Mies van der Rohe Ludwig, 119, 227
Miller J. Abbott, 67, 71, 72, 77, 84, 86, 135, 136, 150,
151, 176, 232, 236, 238, 239, 281, 282, 327, 346
Moholy-Nagy Laszlo, 47, 118, 119
MoMA, 135, 176, 178
Mondrian Piet, 85, 118, 211, 212, 213
Monjou Marc, 309, 310, 311, 312, 314, 315, 322
Monotype, 23, 37
Morison Stanley, 28, 30, 45, 205, 284, 339
Morris William, 23, 25, 219, 221, 236
Mouraud Tania, 126, 127, 346, 347
Moxon Joseph, 46, 319, 320
Müller Brockmann Josef, 12

N

New Wave, 31, 32, 96, 184, 188, 189
Nielsen Jakob, 198, 199, 347
Niwida, 173, 191, 203
Noordzij Gerrit, 322
Norman Don, 267, 305, 306, 307, 315

O

Octavo, 45, 182, 185, 188, 189, 191, 192, 240
OpenType, 41, 42, 216

P

Pacioli Luca, 45, 46, 115
 Peignot Charles, 23, 38, 286
 Peignot Jérôme, 142, 146, 147, 148, 149, 153
 Picasso Picasso, 26, 52, 83, 212
 Pop Art, 60, 64, 65, 66, 67, 68, 71, 85, 108, 216, 225
 Postscript, 40, 41
 Poynor Rick, 12, 42, 54, 57, 62, 63, 64, 84, 85, 98, 165,
 180, 181, 182, 251, 252, 269, 270, 272, 273, 278, 281,
 283, 284, 318, 344, 348
 Push Pin Studio, 236, 335

R

Ralite Jack, 286, 287
 Rand Paul, 28, 30, 109, 110, 111, 112, 255, 298, 299,
 301, 302, 306, 313, 314, 345
Ray Gun, 32, 184, 185, 203, 218
 Reid Jamie, 30, 87, 98
 Remaury Bruno, 281, 329, 332
 Renner Paul, 143, 146, 202, 249
 Rock Michael, 274, 275, 276, 280
 Rodtchenko Alexandre, 27
 Roy Kelly Rob, 297, 298, 299
 Ruder Emil, 45, 95, 201, 212
 Russolo Luigi, 49

S

Saatchi Charles, 270, 289, 348
 Sagmeister Stefan, 108, 163, 168, 169, 170, 171, 176,
 179, 180, 204, 229, 230, 256, 271, 274, 275, 330, 348,
 354
 Sagmeister Stefel Iissitan, 354
 Saint-Loubert Bié Jérôme, 166, 174, 175
 Samara Timothy, 208, 209, 210, 348
 Sant'Elia Atonio, 116
 Saul Tobias, 225, 226, 227
 Saville Peter, 30, 85, 90, 216
 Scher Paula, 86, 88, 101, 236, 252, 275
 Schöffner Peter, 18, 20, 43
 Schwitters Kurt, 51, 86, 168, 178, 183
 Shaw Paul, 11, 105
 Smith Virginia, 119, 120
 Solt Mary Ellen, 142, 143
 Sontag Susan, 72
 Spatialisme, 142
 Swanson Gunnar, 107, 108, 305, 306, 307, 312
Sylexiad, 205, 206

T

Template Gothic, 135, 301
The Face, 32, 45, 67, 72, 87, 185, 195
 Thibaudeau François, 80, 81
 Thrift Julia, 188
Times, 28, 40, 205, 284, 339
 Tomato, 129, 130, 226
 Tory Geoffroy, 46, 115
 Triggs Teal, 231, 245, 246
 TrueType, 41
 Tschichold Jan, 27, 29, 45, 48, 104, 106, 107, 178, 210,
 234, 248, 249, 250, 252, 340, 342, 349
 Tupitsyn Margarita, 213

U

Uck N Pretty, 191
 Unger Gerard, 153, 201, 204, 205, 349
 Utterback Camille, 151, 263

V

van Doesburg Théo, 27, 86, 118, 210, 214
 VanderLans Rudy, 32, 110, 112, 131, 185, 186, 187, 188,
 190, 194, 195, 240, 245, 253, 254, 269
 Venturi Robert, 60, 67, 120, 121, 122, 129, 224, 276, 277,
 300, 349
 Vial Stéphane, 309, 311, 312, 327, 328, 331
 Vignelli Massimo, 79, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 107,
 109, 110, 111, 112, 113, 192, 216, 217, 238, 250
 Villeglé Jacques, 149
 Vox Maximilien, 80, 81, 83, 286

W

Warde Beatrice, 59, 60, 101, 232, 249, 349
 Warhol Andy, 65, 66, 184
 Weidlé Wladimir, 224
 Weingart Wolfgang, 31, 45, 95, 96, 97, 188, 189, 349
Wendigen, 183, 214
WET, 184
 Wild Lorraine, 11, 19, 59, 78, 111, 130, 268, 306, 341,
 349
 Wozencroft Jon, 48, 185, 190, 192, 258, 262, 309, 342

X

X-Pain, 191

Z

Zwart Piet, 86, 147, 178, 214

