

---

# Matière physique de l'écriture et parole graphique sur les supports papier et numérique

Charlotte FACCIN  
Université Toulouse II  
Jean-Jaurès

---

**Matière physique  
de l'écriture  
et parole graphique  
sur les supports  
papier et numérique**



Charlotte FACCIN  
**Master Graphisme/Éditions - session 2016**  
**sous la direction de Sophie LECOLE**  
**et de la responsable d'option Emmanuelle SANS**

Université de Toulouse - Jean Jaures  
Institut Supérieur Couleur, Image, Design

**« Ne faites jamais  
comme quelqu'un  
d'autre a fait avant vous. »**

\_\_\_\_\_

**10 Introduction**

**13 Qu'entend-on par typographie ?**

- 16 Retour à la casse typo : son histoire et ses propriétés
- 24 Jan Tschichold : contribution à la question de l'économie de l'écriture
- 30 Typographie expérimentale et plastique des régimes d'altérations de la lettre : entre visible et lisible

**43 La parole graphique : un rapport intime entre typographie et langage**

- 44 Rencontre entre contenu linguistique et signe graphique
- 49 La valeur connotative: jusqu'à la domestication de la pensée

**55 Lire l'écran : du plomb au pixels**

- 56 Le numérique et sa révolution : l'explosion de l'offre typographique
- 62 Dématérialisation des supports : vers une redéfinition de l'écriture

**66 Publication numériques et imprimées : la complémentarité**

- 70 Feuilleter/scroller : où est le tangible ?
- 76 Ré-enchanter la lecture numérique: une inscription temporelle de l'imprimé au numérique

**81 Les expérimentations**

**107 Conclusion**

- 111 Bibliographie



Sauf mention contraire, toutes les traductions sont de l'auteur. Les images de cet ouvrage, hors références d'artistes, sont des images libres de droit.

Ouvrage rédigé avec la *Soho Gothic* de Sebastian Lester et *Dala Floda* conçue par Paul Barnes. La *Soho Gothic* par ses caractères espacés et crénelés garantit une couleur typographique identique pour toutes les tailles, et une lecture souple et agréable pour du texte de labeur. Le *Dala Floda* est un caractère similaire aux classiques de la Renaissance, avec un esprit pochoir inspiré par l'usure du lettrage trouvé sur des pierres tombales. Un aspect original pour les titrages et l'utilisation de l'écran.

Merci à Sophie Lecole pour son aide précieuse ainsi qu'à Kevin Auger du Studio Hekla pour ses références et son aide en typographie lors de mon stage de fin d'études.

J'aime la typographie, la dessiner, la mise en page, le magazine, toucher le papier, observer les détails, et la liberté de créer. Le papier est mon support favori. C'est pour moi un médium durable sur lequel j'aime travailler. Je suis sensible à l'encre sur le papier mais aussi à une certaine froideur de l'écran. Mais rester positionné sur l'unique support papier ne me permet pas d'évoluer dans le monde actuel du graphisme, le graphiste devant se confronter aux nouvelles technologies. La typographie est essentielle à toutes compositions de mise en page, vie par différents supports, et c'est alors un terrain de recherches et d'expérimentations inépuisable.

Dans cette dernière année d'études supérieures, où la plupart de mes projets mettent en avant la technique de la typographie et sa composition graphique sous différentes approches (plastiques, graphiques, et techniques) et sur les différents volets thématiques de la pratique typographique (la lettre, la forme graphique et la lisibilité), il arrive un moment où se fait sentir la nécessité de parler plus en profondeur de la «typographie» et de l'écriture. Je me sens obligée de descendre dans les profondeurs des théories tant sur le plan historique et scientifique que technique et artistique. Il semble opportun d'opérer une sorte d'arrêt sur image et de regarder dans le miroir une pratique vieille de plus de 500 ans, pourtant en constante évolution, et pouvoir la confronter à différentes problématiques, autour de ses propriétés et de ses normes, de ce qu'elle véhicule, des nouveaux procédés, et de son inscription temporelle. La typographie et l'écriture sont deux expressions bien distinctes, à prendre en compte. L'écriture est un moyen de communication qui représente le langage à travers l'inscription de signes sur des supports variés. C'est une méthode qui s'appuie sur les mêmes structures que la parole, comme le vocabulaire, la grammaire et la sémantique, mais avec des contraintes additionnelles liées à chaque culture.

Le résultat de l'écriture est généralement un texte dont le destinataire est le lecteur. Ainsi, l'écriture a joué un rôle dans la conservation de l'Histoire, la diffusion de la connaissance humaine, et, est devenue un moyen de dialogue essentiel. La typographie, elle, s'appuie sur l'histoire et se définit par la composition du texte avec des caractères mobiles en relief. En second lieu, la typographie témoigne de l'art et de la manière d'utiliser les différents types de caractères dans un but esthétique et pratique : choix de la police, choix de la fonte et de la mise en page, indépendamment de la technique de publication (impression, affichage sur écran, etc.). C'est son caractère esthétique qui différencie la typographie à l'écriture. Un texte écrit peut-être lu à haute voix, transformé en ondes sonores.

La typographie, quant à elle, est du ressort exclusif de la perception visuelle. Actuellement, la typographie en tant que technique est devenue marginale, tandis qu'en tant que pratique, appliquée par chaque utilisateur d'ordinateur, elle est devenue universelle. Elle est vue, dans le sens le plus large du terme, comme une « technique d'écriture ». Et même si depuis l'arrivée des technologies numériques la typographie se réfère aux polices numériques, elle est aussi utilisée dans la création de lettres manuscrites, par exemple : la calligraphie. L'écriture ne suppose par forcément l'usage de la typographie et inversement. Cela n'empêchant pas un fonctionnement complémentaire autour d'une construction de signification et d'une syntaxe du signe graphique.

C'est en lisant *L'effet Sherlock Holmes : Variations du regard de Manet à Hitchcock* de Victor I. Stoichita <sup>1</sup>, aux premières orientations de mon sujet de mémoire, qu'un chapitre a attiré toute mon attention. Pour situer, ce livre présenté en trois parties traite du regard que l'artiste porte sur le monde, qui se manifeste dans la production artistique d'une époque et analyse deux révolutions visuelles, l'une picturale et l'autre cinématographique, prises par l'apparition de la photographie au début du XXe siècle, à travers l'étude de trois peintres impressionnistes, Manet, Degas et Caillebotte, et de deux réalisateurs, Hitchcock et Antonioni. L'auteur va aborder pendant l'analyse d'une œuvre impressionniste de Caillebotte, les termes visible et lisible, au sujet d'une «trace» typographique sur la toile. Un certain nombre d'expressions vont être employées autour du champ lexical du « voir ». Il va faire part d'une approche totalement novatrice dans son analyse en allant chercher dans les profondeurs de la réalisation, une problématique autour du « regarder/lire et du lire/regarder <sup>2</sup> ».

<sup>1-2</sup> *L'effet Sherlock Holmes, variation du regard de Manet à Hitchcock*, Victor I. STOICHITA, Edition Hazan, 2015, chapitre 2 l'intrigue visuelle - p.50

<sup>3</sup> *Langage et typographie*, Revue d'art contemporain, LIVRAISON 13, Éditions Rhinocéros, 2010

## Introduction

Un designer, ou un artiste doit s'interroger sur les dimensions visible et lisible de l'œuvre qu'il produit. Or, en règle générale, les termes visibles et lisibles se rapportent à la signalétique, alors qu'ils pourraient s'appliquer à bien d'autres domaines, comme le précise V. I. Stoichita. Ces notions apparaissent comme un enjeu essentiel à la réalisation de ce mémoire. J'aspire ainsi à traiter de ces deux termes en dialectique, dans le cadre de mon sujet de diplôme, évoquant le magazine papier et le magazine web. Celui-ci m'a permis une première approche de la typographie sur deux supports au contraire bien différents, tout en gardant une continuité papier/numérique et inversement.

Selon moi, appartenant au monde du «non remarquable», du quotidien, la typographie est source d'une masse d'informations complexes et fascinantes. Et c'est en poursuivant mes recherches historiques, et sur une analyse de corpus typographique, que j'ai remarqué un point particulier qui me paraissait intéressant à traiter dans la perspective des termes évoqués précédemment ; le langage typographique. Le terme langage, se référant au domaine de la parole est régulièrement emprunté pour parler de sens, dans le vocabulaire du typographe et du graphiste. Il semble opportun d'intégrer le champ du langage à celui de la typographie, pour comprendre le lien que celle-ci va pouvoir matérialiser entre un contenu sémantique et un signe plastique et graphique, entre une idée et une mise en forme, et de se questionner sur sa valeur cognitive dans son ensemble.

Un autre ouvrage m'a particulièrement intrigué, passionné, et aidé : la revue alsacienne d'art contemporain *Langage et Typographie Livraison 13*<sup>3</sup>. Elle ouvre des pistes de réflexion et des itinéraires croisés sur les rapports que la typographie entretient à l'égard du langage, structurant notre rapport au monde. Le champ de la langue, là aussi employé, se reconfigure d'une manière transversale, car plus que tout autre pratique plastique, la typographie ne peut se passer de la parole qui la traverse, comme elle ne peut se passer des créateurs attachés à réactualiser ses conditions d'existence. Par l'intervention de typographes et graphistes cette revue est l'exemple concret de recherches actuelles autour de la matière physique de la typographie, et de ses connotations sur le plan du sens. Cette question de la connotation, par-delà sa valeur morale, est l'occasion de revenir sur la problématique du choix d'un caractère parmi d'autres, et des conséquences de ce choix tant pour le créateur et le lecteur.

Source d'inspiration infinie, la typographie me semble devoir être abordée de manière expérimentale et plastique en prenant compte des questionnements évoqués précédemment, dans l'optique de faire réagir mes expérimentations sur une dialectique autour des supports qu'elle va devoir emprunter. Le support numérique et papier, comme exprimé précédemment sont deux supports qui m'inspire et m'interpelle. Malgré opposés, ils sont aujourd'hui complémentaires. À l'heure du « tout numérique », le papier revient sur le devant de la scène, par la petite porte. Ce support aux multiples possibilités, malgré ce qu'on pourrait croire, à su tirer son épingle du jeu, en misant aujourd'hui sur le luxe. Avoir un objet imprimé est devenu un réel signe de richesse extérieur. Le numérique, lui, à explosé dans les années 80, et su prendre une place de premier choix chez les lecteurs et les créateurs. Magazine, romans, tout y passe.

La typographie a alors vécu des chamboulements visuels et techniques, des métamorphoses, dans l'ère du temps que je vais tenter de comprendre et d'analyser. J'aimerais ainsi confronter la typographie à ces deux mondes qui aujourd'hui se retrouvent régulièrement en rivalité, et ainsi savoir où est la tangible graphique et esthétique, à travers des expérimentations typographiques mais aussi de mise en page, chambouler nos habitudes de lectures. Mais tout en gardant à l'esprit les notions de visibles et de lisible, et le terme de parole graphique, autour des valeurs cognitives.

**De quelle manière l'écriture et sa matière physique permet-elle une parole graphique de la typographie, évolutive, entre lisible et visible, sur les supports papier et numérique ?**



---

# **Qu'entend-on par typographie ?**

*La machine à écrire*  
Inventée par l'Anglais Henry Mill en 1714.



## Retour à la casse typo : son histoire

Les siècles qui nous séparent de la création du mot nous permettent d'opérer un glissement sémantique. Du grec *typos* (« empreinte d'un coup » et, par extension, « caractère ») et *graphein* (« écrire »), le mot « typographie » a aujourd'hui un double sens. Il désigne d'une part une technique de composition des textes à partir de caractères mobiles et, par extension, un procédé d'impression utilisant des formes imprimantes en relief. D'autre part, il signifie l'art d'exploiter un espace de communication imprimé (sur du papier, un écran...) pour la diffusion d'un message. Et savoir lire et écrire, il y a 2000 ans, était le privilège d'un nombre restreint de personnes ; de nos jours, c'est le droit de tous de pouvoir s'instruire.

Faisons la différence entre écriture et typographie.

L'écriture est un moyen de communication qui représente le langage à travers l'inscription de signes sur des supports variés. C'est une forme de technologie qui s'appuie sur les mêmes structures que la parole, comme le vocabulaire, la grammaire et la sémantique, mais avec des contraintes additionnelles liées au système de graphies propres à chaque culture. On a l'habitude de dire que la Préhistoire se termine avec la naissance de l'écriture. C'est effectivement avec ce changement culturel que l'homme va rentrer dans l'histoire et commencer à laisser des traces écrites. L'homme va rapidement utiliser ce nouveau moyen de communication pour raconter des histoires... Et surtout son histoire ! L'homme va commencer à graver et à peindre. Sans réellement parler d'écriture on peut déjà remarquer que nos ancêtres ont cherchés à communiquer, à transmettre un message, à témoigner. L'écriture devient alors un véritable besoin avec le développement des sociétés hiérarchisées. Elle arrive alors il y a 6000 ans en Mésopotamie et en Egypte, avec deux méthodes d'écritures opposées : les pictogrammes et les hiéroglyphes. C'est au fil des siècles, en se répandant dans le reste du monde que l'écriture va utiliser de nouvelles règles : l'invention de l'alphabet. L'alphabet est une composition d'éléments de signes dont chacun correspond à un seul son parlé. Tous ses signes sont alors susceptible d'être disposé dans différentes combinaisons de façon à former des diverses syllabes et différents mots. C'est une fois l'alphabet mis en place, que le terme écriture comme on le conçoit aujourd'hui va prendre de l'ampleur et devenir un processus essentiel pour la communication entre hommes.

L'écriture est alors une technique dont l'invention permet d'étendre les capacités de notre cerveau. Et, parmi ses fonctions, il en est une qui nous soulage (en partie) : la nécessité de la transmission culturelle.

Il est vrai qu'il n'est pas toujours facile de s'y retrouver dans le monde graphique et esthétique de l'écriture qu'on côtoie chaque jour. Aujourd'hui on parle de *lettrage*, *lettering*, *calligraphie*, de *cursive* et beaucoup de *typographie*. Pour préciser un peu plus, le *lettering* est un anglicisme (très largement utilisé par tous) de « *lettrage* », cette discipline consiste à dessiner des caractères, des lettres le tout dans une « mise en situation » ornementale. En règle générale ce genre de travaux sont réalisés à la main sur papier. Ce sont la plus tard du temps des pièces uniques. La *calligraphie*, elle, est une discipline apparentée à de l'art. Elle se pratique depuis la nuit des temps et ne cesse de remporter des adaptes. Il existe plusieurs style de *calligraphie* comme la chinoise, arabe, japonaise, latine... Différents caractères esthétiques d'écriture qui permettent une retranscription visuelle plus prononcée. Quand à la *cursive*, c'est le nom donné aux graphies ayant un tracé rapide résultant de la simplification d'écritures « officielles » souvent en capitales. Par opposition avec l'écriture monumentale, sacrée, officielle, la *cursive* est l'écriture du quotidien, du commerce, de la correspondance privée. Avec le temps elle tend à s'uniformiser dans son principe, mais elle conserve toujours des particularités nationales ou régionales, et aussi individuelles.

La *typographie*, elle, est alors, comme une autre une technique d'écriture. La commande typographique n'est pas une invention récente. Si on attribue souvent à Johannes Gensfleisch - plus connu sous le nom de Gutenberg - la naissance de la typographie moderne (vers 1450), il est aujourd'hui avéré que cette dernière était déjà en usage en Corée deux siècles auparavant. La véritable innovation de Gutenberg est l'introduction de la presse à imprimer (inconnue des Orientaux), en même temps que la mise au point de la fonte des caractères en alliage de plomb. Dans son sens premier elle est (comme la *calligraphie*) élevée au rang d'art dans certains cas.

## I. Qu'entend-on par typographie ?

La typographie, (de gr. typos, caractère gravé ; typtein, frapper, enfoncer, et graphein, écrire), attesté en français dès le XVI<sup>e</sup> siècle est « l'art de l'impression en relief », mais elle est aujourd'hui vu sous différents termes comme composition typographiques, ou impressions typographique, etc. Bien que le mot ne soit attesté que soixante ans après l'impression de la Bible de Gutenberg, l'histoire de la typographie est indissociable de l'histoire des techniques d'impression. Par extension, il désigne maintenant également la mise en forme et la mise en page, indépendamment des techniques utilisées. Il faut bien distinguer ces deux acceptions : la typographie au sens premier (liée aux techniques traditionnelles de l'imprimerie en Occident) et la typographie au sens large : mise en forme de l'écrit. Les rapports entre l'écrit et la typographie comprennent plusieurs aspects. Dans un premier temps, la typographie conditionne l'accès au texte (problématique de la lisibilité), elle peut dans un second temps être neutre, s'effaçant en quelque sorte derrière le texte, mais elle peut être aussi originale et attirer l'attention du lecteur sur le texte qu'elle affecte. Elle peut aussi avoir une dimension culturelle, les formes typographiques évoquent (plus ou moins) des textes de typographie semblable, des périodes où elles ont été employées, voire des communautés ou des pays qui les ont employées. Pour finir elle a aussi, comme toute image, une dimension esthétique. D'une certaine manière, on peut opposer la typographie à l'écriture : elle est du ressort de la production linguistique (production d'un texte écrit dans une langue donnée), tandis que la typographie concerne la mise en image du texte écrit. Un texte écrit peut être lu à haute voix, quand à la typographie, elle, reste une compétence de la perception visuelle. La typographie est ainsi une technique, qui est un outil complémentaire à l'écriture permettant une construction de signification d'une syntaxe par un signe graphique

Avant plus de précision sur l'histoire de typographie, faisons une aparté sur l'ouvrage de Gerrit Noordzij, *Le Trait, une théorie de l'écriture* <sup>4</sup>. Gerrit Noordzij, né le 2 avril 1931 à Rotterdam, est typographe, créateur de caractères et auteur néerlandais. Il est ainsi connu pour la théorie du trait et est professeur de typographie et de calligraphie. Le Trait est une théorie de l'écriture qui s'inscrit dans l'histoire de la typographie. Je cite l'éditeur : « Cette théorie a pour but principal de réparer la fracture qui a séparé l'écriture manuelle de la typographie avec l'invention de l'imprimerie. Selon son auteur, tous les caractères typographiques, quelle que soit la technologie avec laquelle ils sont créés, possèdent une qualité «écrite» sous-jacente. Dans ce livre, Noordzij présente certains concepts fondamentaux tels que l'espace à l'intérieur et entre les lettres. Il vise à décomposer le geste de ce tracé des lettres, ainsi qu'il le formule, dans « l'insaisissabilité d'un trait de crayon ». Il explique progressivement comment sont formés les traits de l'écriture, analysant les qualités différentes des lettres selon la nature et l'orientation de l'outil d'écriture. Cela signifie que la production de l'écriture a une dimension physique, gestuelle essentielle, en concordance avec l'activité mentale. Et les procédés de mécanisation (accélérés sous le Second Empire) ont peu à peu éloigné le geste initial du tracé de la lettre reproduite, l'œil se cantonnant à la pratique.

<sup>4</sup> *Trait, une théorie de l'écriture*, Gerrit NOORDZIJ, Pays-Bas, 1985, rééd. Ypsilon, traduit du néerlandais par Fernand Baudin, 2010.

Dans les années 1980 et 1990, Gerrit Noordzij fut aussi pour sa part l'une des grandes figures de cette génération à cheval entre la photo-composition et l'ordinateur. C'est un contexte dans lequel les créateurs de caractères pouvaient - en tant que parties prenantes dans le processus de conception - produire leurs propres fontes, fut une véritable libération pour des praticiens plus âgés, dotés de talents de dessinateur et d'une certaine maîtrise des nouvelles machines. Les premiers caractères mobiles destinés à l'imprimerie sont apparus en Extrême-Orient entre le XI<sup>e</sup> et le XIV<sup>e</sup> siècle. Du XV<sup>e</sup> siècle à nos jours, il existe deux grandes périodes typographiques bien distinctes, dont l'articulation se situe vers les années 50 en lien avec la dématérialisation du « caractère », qui passe du plomb (la trois dimension) au film de la photocomposeuse (en deux dimensions) jusqu'à s'épanouir sur nos écrans d'aujourd'hui. Il est d'abord nécessaire de revenir ici brièvement le cours du développement typographique avant la guerre.

L'idéal typographique est uniquement orienté dans un sens historique, qui ne connaît qu'un seul schéma pour la composition : axe centrale, disposition axiale, peut importe le problème à résoudre, journaux, prospectus, papier à lettre ou annonces. Ce n'est que l'époque de l'après-guerre qui à réalisé sous forme de nouvelles créations ce que les prédécesseurs avaient légèrement pressenti. L'histoire de la typographie moderne est une histoire complexe, faite de paradoxes, de contradictions et de confrontations idéologiques. L'une d'elles oppose les partisans d'un graphisme fonctionnel, soucieux des contextes et attentifs aux cultures, aux adeptes du graphisme fonctionnaliste, préoccupés davantage par l'universalisme esthétique et le dépouillement des formes graphiques.

Au début des années 1920, les questions typographiques se posent avec intensité en Allemagne et en U.R.S.S., nations brisées par la guerre et les conflits civils et où la reconstruction est à l'ordre du jour. Un mouvement lancé à Moscou en 1921 prône une typographie aux compositions rigoureuses, avec des lettres de titrage géométriques à l'impact fort : le mouvement constructivisme. Ils forgent le concept d'« architecture typographique », soit l'intégration dans les bâtiments ou les stands d'exposition d'éléments de textes en volume, associés à la construction. Ils appellent cela la « Nouvelle Typographie » selon les principes de rationalisation et de standardisation des productions industrielles, en ignorant l'histoire. Elle fait appelle à de nouvelles techniques comme la composition typographique au lieu d'une écriture dessinée à la main, ou encore de composition à la machine, l'utilisation de presse rotative au lieu de presse manuelles, etc. Elle englobe peu à peu tout le domaine de l'imprimerie, et impose de nouvelles techniques de conception et de réalisation. La technique est une phase ainsi essentielle dans chaque étapes. Le mode d'action du nouveau typographe repose sur une perception limpide du but à atteindre ainsi que la meilleure voie pour y parvenir.

Aucune typographie n'est pas donc pensée sans connaissance entière des bases techniques. Mais en parallèle certains reste à l'écart des mouvements d'avant-gardes européens qui inventent le graphisme moderne, et font des recherches typographiques plus traditionnelles de dessinateurs travaillant pour les fabricants de nouvelles machines à composer. Au début du siècle, la typographie se compose en plomb, manuellement à l'aide de caractères mobiles, ou mécaniquement, grâce aux toutes nouvelles machines Monotype ou Linotype. Francis Thibaudeau, chef d'imprimerie depuis 1914 de l'une des plus grandes fabriques de caractères, la fonderie Peignot, publie La Lettre d'imprimerie (1921), qui contient sa fameuse classification de caractères (c'est l'arrivée des classification typographiques que l'on connaît aujourd'hui), et le Manuel de typographie française (1924), tous deux symboliques de la création de cette époque.

## I. Qu'entend-on par typographie ?

C'est alors que le Bauhaus de Weimar quelques années plus tard, met au point un enseignement fondé sur les expérimentations modernistes des mouvements d'avant-gardes. On voit apparaître des nouveaux systèmes de mises en page et de compositions de la lettre où le concept de grille, la composition asymétrique et l'emploi des caractères romains sans empattement sont donnés en exemple. Un certain jeune typographe (où nous approfondirons ses principes ultérieurement) Jan Tschichold (1902-1974), à son tour, revendique une mise en page fonctionnelle et épurée, dont il systématise les principes dans son ouvrage *Die Neue Typographie* en 1928. Francis Thibaudeau, lui choisit de composer ses volumes en Auriol, un caractère typiquement Art nouveau. Et c'est avec Cassandre, célèbre affichiste que le Modernisme fait son apparition. Cassandre « ose » le Bifur, caractère de titrage imaginé pour composer des « mots affiches », des mots qui « claquent », et participent pleinement à cette engouement urbain.

C'est à cette période que la typographie, s'est vu naître un nouvel objectif. Elle n'est plus seulement un système de communication, mais un moyen de faire passer idée, et émotions, en oubliant les bases classiques de la composition typographique. Et c'est au lendemain de la seconde guerre mondiale que Bale et Zurick voit émerger autour de quelques personnages devenus aujourd'hui mythiques, les prémices d'une réelle révolution dans l'art de l'impression et la typographie, appelée aujourd'hui le graphisme Suisse. C'est à cette période que des grands noms, tels que Adrian Frutiger, Emil Ruder vont réussir à former un courant nouveau à une échelle internationale. Ils prônent des principes stricts de mise en page avec la création de nouveaux caractères (Helvetica, Univers, Frutiger, etc) qui recherchent une certaine « neutralité » absolue. Ils posent alors des bases solides sur une esthétique fonctionnaliste avec un état d'esprit de rigueur, tout droit hérité du Bauhaus.

Lors des années quatre-vingt, le numérique bouleverse la pratique de la typographie, entièrement préférée autour de l'industrie de la photocomposition, et génère un véritable renouveau. Celui-ci est en beaucoup de points comparable à l'agitation du début du siècle. Les nouvelles méthodes redéfinissent les idées : plutôt que de forcer les anciens standards à s'adapter, mieux vaut en inventer. La relative facilité de manipulation des logiciels permet aujourd'hui de tester beaucoup plus rapidement les idées et la réalisation d'un alphabet dans son ensemble n'est plus une tâche gigantesque. Il est indéniable que la typographie a subi de grands changements ces trente dernières années. Concrètement, cette (r)évolution est accompagnée de trois phénomènes distincts, que sont la démocratisation de la typographie, sa massification et sa diversification. C'est tout le système de création typographique qui s'est vu modifier, réinterpréter. En seulement une décennie, Internet a bouleversé notre approche de l'information et nos méthodes de travail.

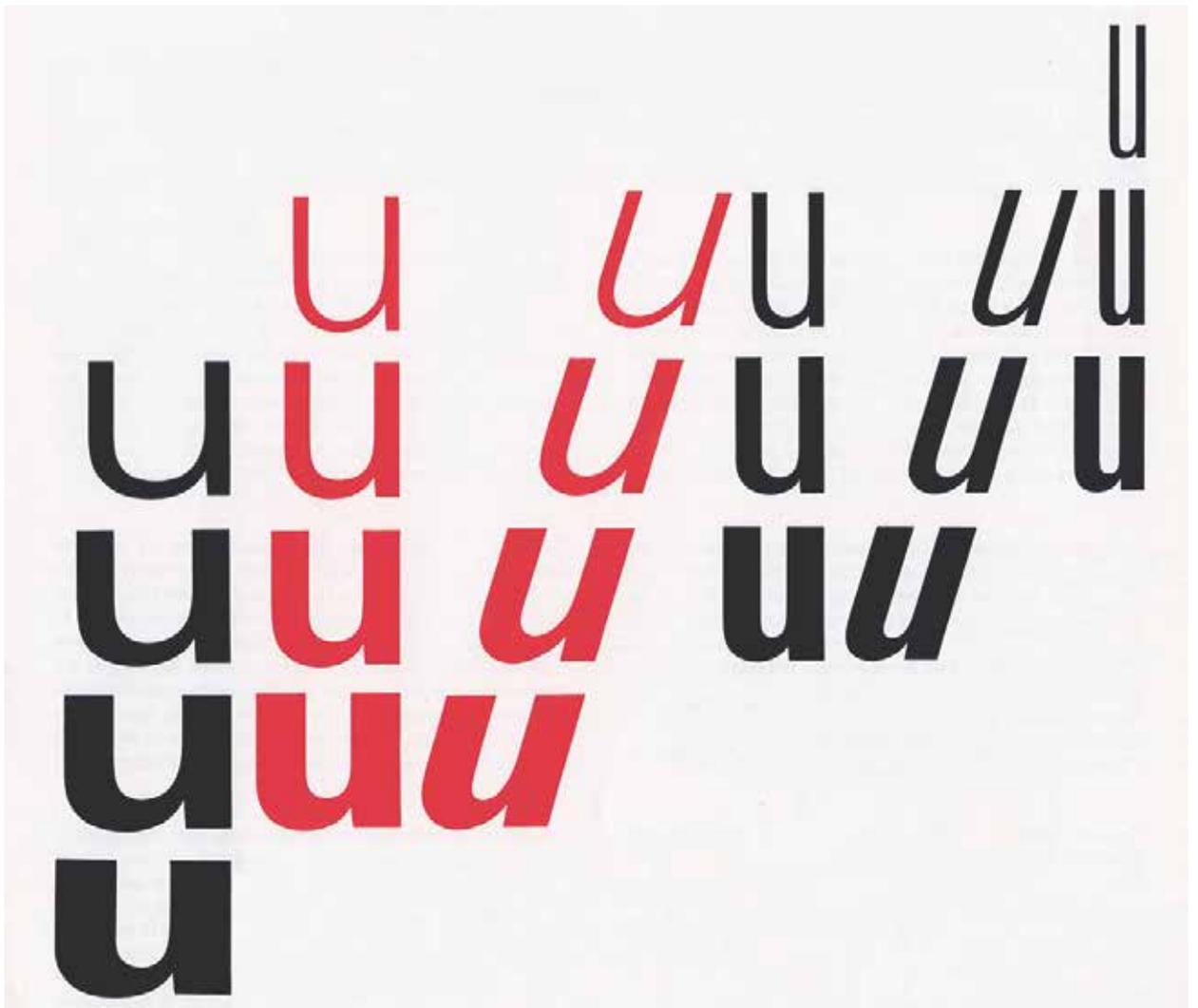
Passés du statut de produits physiques à des enchaînements de uns et de zéros, les caractères se prêtent idéalement à la diffusion par Internet, par courrier électronique ou sur support amovible. L'accès aux outils de conception numérique tels qu'aujourd'hui Indesign, FontLab etc, fait apparaître un nouveau modèle pour la diffusion des biens numériques, affranchissant en partie les créateurs de caractères de tout intermédiaire dans l'envoi de leur travail à l'utilisateur final. Les possibilités du graphisme, dont principalement celles du dessin de lettre, ont été considérablement augmenté par ces avancés, parmi lesquelles la vitesse d'exécution.

B  
A  
U  
H  
A  
U  
S





*Helvetica*, Max MIEDINGER, 1957, Fonderie Haas.



*Univers*, Adrian FRUTIGER, 1924 - 1927, Fonderie Deberny & Peignot.

Les formats numériques ont ainsi favorisé une ouverture à la création typographique, mais ils ont également permis aux graphistes de mieux l'appréhender si bien que de jeunes graphistes osent la lettre au point de la dessiner non plus seulement pour des titrages ou des identités, en réponse à une commande, mais dans une approche purement formaliste, pour leur plaisir personnel de créer une typographie qui leur ressemble.

Il y a une quinzaine d'années, des graphistes comme Philippe Apeloig, grand nom de la typographie contemporaine, (diplômé de l'École Supérieure des Arts Appliqués Duperré et l'École nationale supérieure des arts décoratifs dans les années 80) ou les M/M (Paris) ont contribué à redonner vie à une typographie de création. Depuis son séjour à la Villa Médicis, première résidence dont bénéficiait un graphiste, Philippe Apeloig a étroitement associé ses réalisations graphiques à ses créations de lettrages et a su populariser, à travers de nombreuses expositions, son art de la lettre. Ces dernières années, il a livré plusieurs alphabets de titrage, complétant les séries de la décennie précédente. Les M/M (Paris) n'ont cessé également de placer la lettre au cœur de leur dialogue entre le graphisme et l'art. Ils ont forgé un univers baroque au sein duquel d'étonnants titrages s'agencent selon une construction savante des degrés de lecture.

Evidemment, il existe quelques différences entre une typographie conçue pour une impression papier et une autre pour une diffusion numérique. « Ordinairement, on soigne davantage l'optimisation de l'affichage à l'écran (le hinting) pour une typo Web que pour une typo destinée au print », Et la distinction entre le labeur (caractères utilisés pour la composition de textes courants) et le fantaisie (caractères destinés à la composition des titres) est devenue moins claire, et les classifications ne fonctionnent plus aussi parfaitement. Cette évolution nous fait alors réfléchir sur deux points essentiels : la soif de connaissance de l'homme grandissante, et surtout par l'envie d'une très large diffusion de la typographie de labeur, c'est à dire la typographique pour la rédaction de textes longs à usages courants, qui a apportée une certaine simplification et uniformisation de la forme des caractères due à cette production massive des imprimés.

Comme exprimer précédemment la typographique, depuis sa naissance jusqu'à l'arrivée du web va de pair avec l'imprimerie, et l'art du poinçons, qu'effectuer le graveur au début de l'imprimerie occidentale vers 1450, est similaire encore maintenant au créateurs de caractères du XXIe. Eux deux doivent posséder parfaitement la maîtrise de la structure de la lettre, qu'elle soit latine, extrême-orientale, sa chasse, sa graisse, sont corps où s'ajoutent la présence d'empattements, et l'usage du bas de casse, et de la capitale, et ainsi gérer l'ensemble du texte, la justification et l'interlettrage. Ils sont ainsi appris à analyser le caractère, sa composition et à les identifier à l'aide d'un vocabulaire spécifique. Le langage, lui aussi perdure. Le vocabulaire atteste encore pleinement de cette longue histoire. Le terme « bas de casse » (car les plomb étaient rangés en bas de la casse de l'imprimerie) reste par exemple employé pour désigner la minuscule. On parle toujours de fonte alors même que le vocable n'aurait plus aucun sens aujourd'hui. La « chasse » qui désignait autrefois la largeur du plomb, et par extension aujourd'hui, l'espace occupé par le texte sur une ligne par rapport au caractère choisi. On dit alors d'un caractère qu'il « chasse ».

## I. Qu'entend-on par typographie ?

La création typographique appartient alors au monde du non remarquable. Derrière elle, cependant se cache une masse de travail insoupçonné. Dans son ouvrage <sup>5</sup>, Jost Hochuli, graphiste et typographe suisse reconnu pour son travail de qualité et d'inventivité dans le domaine du design de livre, répond aux questions essentielles concernant la lettre, le mot, la ligne, le paragraphe et l'espacement. Les lettres sont le fruit d'une lente maturation au grè des différentes techniques d'écritures et de fabrication, des différents outils, matériaux et styles dominants. Les transformations se produisent généralement de manière imperceptible, sur de longues périodes. Matière première de la communication elle accompagne le quotidien avec neutralité, modestie et noblesse, au services de l'homme et de ses échanges. Cela a donc évolué avec son temps, et les révolutions que le monde a vécu. Depuis la naissance de l'imprimerie en occident, une grande diversité de caractères ont été créées. Les typographes ont été pendant longtemps imprimeurs (voir quelques fois éditeurs) en même temps. C'était alors un travail réservé à l'élite.

Aujourd'hui, typographe se mêle au travail de graphiste. L'appellation de graphiste ou *graphic designer* - elle même difficile à délimiter - qui recouvre de plus en plus le métier de typographe, particulièrement depuis la révolution industrielle, où les affichistes contemporains, ont pris de nouvelles responsabilités. Devenus hommes orchestres, et libérés des contraintes de la chaîne graphique, ils se passionnent, en forçant sur les possibilités sans bornes qui leur sont offerts : le modelage infini du dessin, des lettres et de son traitement. Ils aiment faire et défaire. La typographie est alors le travail de la lettre, pour en créer de nombreuses compositions. Les lettres sont le fruit d'une lente maturation, elles évoluent au grè des différentes techniques d'écritures et de fabrication, au grès des différents outils, matériaux et styles dominants. Et ce sont ses transformations qui se sont produites de manière imperceptible, qui font de la typographie un outil sans limites pour l'homme, la création, et une certaine liberté d'expression.

<sup>5</sup> *Le détail en typographie*, Jost HOCHULI, 1987 - rée. Éditions B42, 2010.

**La libre communication  
des pensées et des opinions  
est un des droits les plus  
précieux de l'Homme :  
tout Citoyen peut donc parler,  
écrire, imprimer librement,  
sauf à répondre de l'abus  
de cette liberté dans les cas  
déterminés par la Loi.**

Déclaration des droits de l'Homme en société. Article XI.  
Extrait des Procès-Verbaux de l'Assemblée Nationale, 6

## Jan Tschichold : contribution à la question de l'économie de l'écriture

Si l'on veut prendre la mesure des transformations profondes qu'a connu la typographie tout au long du XXe siècle, les travaux et les écrits théoriques de Jan Tschichold sont indispensables.

Jan Tschichold (né Johannes Tzschichhold le 2 avril 1902 à Leipzig, Allemagne - le 11 août 1974 à Locarno, Suisse), est un typographe, dessinateur de caractères, maquettiste, enseignant et écrivain. Fils d'un artisan enseignant provincial, il pratique tôt la calligraphie et ses origines le place d'emblée à part des autres typographes célèbres de son temps, qui ont généralement étudié l'architecture et les beaux-arts. Contrairement à beaucoup d'entre eux, qui privilégient le fait-main, il travaille toujours avec des papiers normalisés et des polices de caractères produites en série. Impressionné par le Bauhaus, il se convertit au principe du design moderniste et en devient un promoteur actif. De là, en 1925, il synthétise une sorte de manifeste sur les pistes explorées par les constructivistes et le jeune Bauhaus, avec « *Elementare Typographie* », publié dans une édition spéciale de la revue *Typographische Mitteilungen*. Il consolide et développe ses idées dans un livre paru en 1928, *Die neue Typographie*<sup>6</sup>. Mis en pages par Tschichold lui-même, il dresse le bilan des expériences des avant-gardes, au travers desquelles se dessine le profil de l'artiste-ingénieur. Influencé par les peintures de El Lissitzky, peintre d'avant-garde russe, également designer, photographe et typographe, qui mettait en équilibre et en opposition des formes abstraites fortement contrastées, et impressionné par l'exposition du Bauhaus de Weimar, et animé par un écoeurement total de l'abominable typographie de son temps, Jan Tschichold rejette les effets décoratif, et prône l'asymétrie, l'usage des caractères sans empattement, décrivent une pratique élémentaire issue d'une réflexion sur les diverses connotations de la typographie. Il réaffirme ainsi la supériorité des caractères sans empattements et de la composition asymétrique et plaide en faveur de la standardisation des formats de papier. Il devient partisan de la « Nouvelle Typographie ». On désigne sous l'appellation de « Nouvelle Typographie » les efforts persévérants de quelques jeunes créateurs, surtout en Allemagne, en URSS, en Hollande, en Tchécoslovaquie de même qu'en Suisse et en Hongrie, qui défendent de nouveaux fondamentaux de la typographie et la suprématie des lettres « bâtons ». Il va alors mener des expérimentations alphabétiques, comme le *Futura* avec Paul Renner (graveur et graphiste allemand), un caractère de titrage, lisible et respectueux des conventions typographiques. Un renouveau pour la typographie ou la fantaisie avait pris le dessus sur la lisibilité (comme expliqué précédemment). Rappelons tout d'abord que la typographie traditionnelle ou centrée décrit une mise en page symétrique, dans laquelle le texte est centré ou justifié, et composé en caractères à empattements.

<sup>6</sup> *Die neue Typographie*, Jan TSCHICHOLD, Berlin, 1928.





Couverture et extrait de l'ouvrage  
 Die Neue Typographie, Jan TSCHICHOLD, Berlin, 1928



Futura, Paul RENNEN, 1924-1928, Fonderie Bauer

## I. Qu'entend-on par typographie ?

Elle vise l'uniformité du gris et la beauté formelle... et c'est précisément ce que lui reproche Tschichold : elle est, selon lui, inflexible, ornementale et non fonctionnelle, et fait passer la forme pure avant le sens. Or il faut aussi savoir qu'à l'époque, chaque pays a des caractères préférentiels et ses pratiques typographiques propres, si bien qu'on pouvait facilement savoir où avait été imprimé un livre rien qu'en observant le texte. Cette manifestation explique en partie la rapidité avec lequel on abandonne les caractères à empattements pour adopter les linéales, neutres par leur forme qui protège ainsi toute connotations. Pour satisfaire l'exigence de fonctionnalité, la « Nouvelle Typographie » veut hiérarchiser l'information présentée, à l'opposé du gris uniforme de la typographie classique. Les compositions asymétriques, plus souples et plus dynamiques, semblent mieux répondre aux besoins de l'époque. Pour Tschichold, la composition doit être libérée de l'ornement, chaque élément obtient une nouvelle importance propre à chacune, et leur interaction provoque un effet général bien plus important qu'avant. Désormais, c'est la structure de l'écriture, le sens, qui doit donner forme au texte et non le poids de la tradition. Le blanc devient actif, construit, décidé et non plus simple arrière-plan. Il y a un réel travail de composition unique à chaque page, ouvrage, etc. Préconiser l'emploi des bas-de-casse et la suppression des capitales correspond autant à un désir de rationalisation qu'à une remise en cause de leur signification respective. La distinction entre les deux alphabets impose une notion de hiérarchie, inscrite par l'habitude dans la mémoire du lecteur. De plus l'emploi la géométrie permet la conception de caractères simples adaptées à l'écriture « artificielle » de la machine, c'est-à-dire, à ses techniques d'impression industrielles modernes (presses Offset, débuts de la photocomposition).

Ils participent de la même « économie » d'un langage mécanique fondé sur des valeurs de standardisation et de rationalisation de la production. Séparant la matérialité du caractère d'imprimerie et l'unité du signe alphabétique, son objectif est de faire de la typographie, une combinaison d'éléments simples dépourvus de toute valeur linguistique.

Le but de la géométrisation de l'écriture n'est donc pas de s'immiscer au sein des règles du langage mais, au contraire, de s'en détacher, et ainsi, de simplifier la graphie de l'écriture ainsi que de s'adapter aux exigences de l'impression industrielle. Cette méthode rapproche le travail du typographe fonctionnel de celui de l'ingénieur - à l'opposé des fonctions qu'avaient les typographes des époques précédentes basée sur la calligraphie, un art formel, souvent esthétisant, qui repose sur l'étude des styles dominants des époques antérieures. Pour Tschichold et ses amis avant-gardistes, cette économie de l'écriture aboutit à une simplification extrême, primitive, de la forme de la lettre, qui s'abstrait du contexte historique et matériel dans lequel elle s'écrit, afin de n'être que pure relation visuelle avec les autres signes graphiques de la composition.

Jan Tschichold s'appuie sur les recherches de la peinture moderne en matière de rythme et de proportion. « Notre objectif doit toujours être de produire une composition lucide avec les moyens les plus directs. » Cette phrase de Tschichold résume les idéaux de la « Nouvelle Typographie » : intelligible et économique. Cette approche neuve se caractérise par un ancrage profond dans le réel, le tangible, la maîtrise des techniques, la connaissance des matériaux, mais pragmatisme ne suffit pas : c'est le contenu spirituel d'un travail qui en fait la valeur. D'autre part, il est important d'accepter et d'exploiter la mécanisation en dépit de son imperfection (on cherchera par contre à l'améliorer). Les procédés d'impression (typographie, gravure, offset) doivent également être étudiés de près. Selon lui, « Il n'y a pas, en typographie, de style ancien ou moderne, il y a seulement ce qui est bon. » Cette « Nouvelle Typographie » peut être alors définie en 6 grands axes. En premier : la libération des préjugés et des vieilles traditions, avec l'élimination des règles archaïques et académiques qui prônent uniquement des raisons optiques, et des visées uniquement décoratives. En second : le choix du caractère est lisible et simple dans sa construction géométrique. Il répond au maximum au caractère du texte, tout en mettant en contraste les styles typographiques afin d'accentuer le contenu et créer un sens de lecture.

En troisième : la création est conçue dans un but précis par un accomplissement parfait de la tâche donnée. En quatrième : il y a un équilibre harmonieux entre la surface donnée et la disposition du texte d'après des lois optiques objectives, structures claires et organisation géométrique, avec une union de l'image et de la composition par la typographie. Ensuite, toutes les possibilités techniques fournies par les découvertes sont mises à profit. Pour finir, en sixième : l'artiste graphique collabore avec les gens du métier de l'imprimerie pour que la division du travail permette un rendu optimal. Ces axes sont selon Jan Tschichold la clé de la réussite pour créer une typographie parfaite, et composer des mises en pages incomparables.

La typographie est donc abordée avec une réelle volonté de répondre à une fonction de lecture en tenant compte des méthodes de productions. La page imprimée est soumise à une simplification drastique. La ligne (ou filet typographique) est utilisée, non plus pour des propriétés décoratives mais pour sa capacité à séparer, mettre en valeur, indiquer une direction ou conduire à une zone de lecture. Il va jusqu'à une certaine « économie », par la création de cette méthode de travail. Une économie technique et aussi visuelle. Cette économie semble aussi rendue possible par le libre-arbitre du graphiste, qui a enfin malgré les règles établies, le choix de création en fonction de la demande. Or, peu avant le début de la Seconde Guerre mondiale, réfugié en Suisse, Tschichold fait volte-face, gêné par le côté restrictif et dogmatique que prend parfois la typographie moderne. L'objet de ce renversement des valeurs est un retour à la simplicité, à la clarté. La typographie commençait à être dépourvue l'une de l'autre. Il commence alors, graduellement, à se détacher de la « Nouvelle Typographie » et retourne à une typographie dite plus classique et symétrique qu'il avait critiqué avec tant de ferveur et de conviction durant la décennie précédente. Nommé le graphisme « Suisse » il abandonne la mise en page asymétrique et fait désormais tout composer selon un axe central.

Il a compris qu'une composition traditionnelle mais épurée était la solution la plus intelligente et la plus satisfaisante. Il a su démontrer en utilisant les nouveaux caractères sans empiéter toute leur subtilité, leur élégance dans la précision. C'est par ce revirement que Jan Tschichold est aussi célèbre, encore aujourd'hui. Et malgré ses changements d'opinion, ces premiers écrits sont les bases du graphisme et de la typographie d'aujourd'hui. Le manifeste a eu un retentissement inouï. Jan Tschichold est encore maintenant un nom familier pour chaque typographe. On conserve encore les qualités fondamentales : liberté et clarté découlant de l'emploi imaginaire du contraste de l'asymétrie. Il exerce encore aujourd'hui une influence considérable sur la typographie, par ses œuvres, articles, son enseignement et son talent d'animateur. On peut dire sans exagérer que son action directe ou indirecte a placé l'art du graphisme suisse un fondement solide de la véritable typographie. Il est devenu le moraliste de la typographie, et incarne la raison et le sens pratique.

## I. Qu'entend-on par typographie ?

Dans un second temps, au cours de sa carrière, Tschichold évoque régulièrement le terme de « typographie parfaite ». Selon lui, la connaissance approfondie de l'histoire des lettres d'imprimerie est indispensable comme conditions préalables pour créer une typographie *parfaite*. Cela signifie que le choix doit être effectué entre différentes possibilités lors de la création d'une typographie : les connaissances et l'expérience. C'est une affaire de tact. L'inspiration ne serait alors qu'un détail, où la typographie devient un art entièrement logique et se distingue de tous les arts. Le goût sur qui caractérise la perfection repose donc sur une claire connaissance des lois qui régissent une harmonie de mise en forme. Le bon goût de la typographie reste ainsi impersonnel.

En 1948, Jan Tschichold, retranscrit dans son livre : « Nous ne pouvons pas modifier essentiellement la forme d'une seule lettre de l'alphabet sans détruire l'aspect typographique de notre langue et la rendre ainsi inutilisable. <sup>7</sup> » Selon lui, puisque la typographie s'adresse à tous, elle ne doit pas se prêter à des bouleversements radicaux. Une lisibilité aisée est le principe directeur de toute typographie. Se laisser déchiffrer ou offrir une lisibilité idéale sont deux qualités opposées. Une bonne lisibilité dépend juste des choix de caractères et de l'adéquation de composition selon lui. Une typographie que tout chacun ne peut lire est ainsi inutilisable, même si on est constamment préoccupé par la clarté et la lisibilité, on ne juge pas aisément si un texte se lit sans peine. Mais, toutefois, Tschichold invoque le fait que seul celui qui s'est réellement exercé à la lecture peut juger de la lisibilité. Tout homme qui sait lire l'alphabet, ne peut s'ériger en juge. On s'aperçoit ainsi qu'un des nœuds problématiques de la typographie s'articule autour des notions de *lisibilité* et *visibilité*.

<sup>7</sup> *Livre et typographie, essai choisis*,  
Jan TSCHICHOLD, rééd. Edition Allias,  
Paris, traduit de l'allemand par  
Nicole Casanova, 1998 - p. 11

**Il n'y a pas, en typographie,  
de style ancien ou moderne,  
il y a seulement ce qui est bon.**

Jan TSCHICHOLD

## Typographie expérimentale et plastique des régimes d'altérations de la lettre : entre visible et lisible

<sup>8-9</sup> *L'effet Sherlock Holmes, variation du regard de Manet à Hitchcock*, Victor I. STOICHITA, Edition Hazan, 2015, chapitre 2 l'intrigue visuelle p.50

Dans *L'Effet Sherlock Holmes : variations du regard de Manet à Hitchcock*, de Victor I. Stoichita <sup>8</sup> l'auteur évoque une œuvre de Gustave Caillebotte (peintre impressionniste), *Intérieur, femme à la fenêtre*, une huile sur toile datant de 1880. Cette peinture au premier abord semble avoir un sujet totalement ordinaire pour une peinture de l'époque. Un homme sur sa chaise lisant le journal, et une femme de dos, debout, regarde par la fenêtre. Dans cette œuvre Caillebotte semble aborder un aspect particulier dans la nouvelle poétique picturale des impressionnistes : le regard.

Ce tableau représente une sorte d'arrêt sur image sur la vie de ce qui semble être un couple. Une coupure nette dans l'espace de vie, un fragment, qui suffit à lui seul de comprendre ce que veut évoquer la toile. C'est là que l'auteur fait part de deux termes qui m'intriguent : *visible* et *lisible* évoqué autour d'une trace typographique instauré dans la toile de Caillebotte. Victor I. Stoichita parle de « regarder/lire et du lire/regarder » <sup>9</sup> deux termes qui renvoient à une problématique de représentation, dans le champ lexical du « voir ».

Cette « trace » qu'aborde l'auteur renvoie à ces lettres qu'on aperçoit à travers la fenêtre. La fenêtre, selon lui, met en scène un jeu d'intrigue entre le *visible* et le *lisible*. Pour préciser, cela signifie que cette trace ou du moins ces caractères sont lisibles et visibles, lettres par lettres. C'est la femme qui joue le rôle de filtre pour amener notre regard à cette fenêtre, et qui entrecoupe les lettres, et brouille le sens de l'inscription laissant la voie libre à une espèce d'imagination personnelle. Le lisible est devenu visible. La lettre devient comme un objet central de l'œuvre, vénérée non plus pour sa valeur sémantique mais pour son éclat visuel au cœur de la toile. Une certaine transparence de la lecture, qui converge « entre un discours pictural et littéral ». Les termes visible et lisible employés dans l'œuvre de Gustave Caillebotte, renvoient à des frontières invisibles de notre perception. C'est justement dans un second temps, après cette lecture des caractères typographiques qu'on aperçoit, tardivement, une silhouette, à la fenêtre, sur le mur d'en face. On comprend alors que c'est tout la surface qui joue du *visible/lisible* et que c'était uniquement là, que Gustave Caillebotte voulait amener notre regard. On comprend alors que le regard de la femme de dos, n'est pas amené vers un espace ouvert mais brutalement vers le mur d'en face, vers cette femme, comme si elle était le miroir de celle-ci. L'auteur évoque alors un jeu que Caillebotte affectionne : la « transparence » et le « reflet ».

Un double jeu, entièrement en lien avec le *visible/lisible*.



*Intérieur, femme à la fenêtre*, Gustave CAILLEBOTTE, 1880, huile sur toile, 116x89cm, collection particulière.

Pour retranscrire ces termes dans le milieu de la typographie, revenons sur les bases de l'écriture, mais principalement du texte et de la lecture. Lire, c'est à priori parler de la compréhension des lettres, des mots, des phrases, des signes dont la reconnaissance donne accès à la langue. Cependant le verbe « lire » reçoit par analogie ou par association d'autres significations selon le contexte d'activité qui peuvent se comparer à la lecture dans un sens large. Pour être capable de lire, il faut pouvoir reconnaître les lettres. Mais comment pouvons nous lire sans voir vraiment les lettres ? On apprend à lire très jeune, cela devient machinale, instinctif. Quand on regarde une page, on ne voit pas les caractères ; on lit, ce qui veut dire que l'on distingue les entités de sens selon un rythme qui nous est propre. Mais, de nombreux lecteurs n'ont pourtant jamais entendu parler d'empattements, de bas de casse, etc. Prenons l'exemple des journaux, qu'on peut lire chaque matin. Tous les jours la même maquette de mise en page, la même typographie, et pourtant rare sont les personnes capables de livrer une description précise des caractères qu'ils vont lire chaque matin. C'est une sorte de relation inconsciente que chacun d'entre nous a avec la typographie. Les formes des lettres sont comme encrées en nous, elle ressemblent à des dessins, des modèles consignés dans notre cerveau. On peut ainsi s'y fier aveuglement. Dans son livre *Pendant la lecture*<sup>10</sup>, Gerard Unger insiste sur le fait que la plupart des individus lisent sans reconnaître les lettres de manière consciente. C'est en faisant une sorte de test à des passants dans la rue qu'il en fit la remarque. Il demanda à chacun s'ils se souvenaient du dernier texte imprimé qu'ils avaient lus et de dessiner les formes des lettres. La plupart ont dessiné des lettres manuscrites plutôt que des caractères d'imprimerie qu'ils avaient réellement lus. Nulle trace de détails des lettres, entre le gras et le maigre, entre le jambage et panse, etc. Les lettres font partie ce qu'on utilise le plus quotidiennement et le plus inconsciemment. Rare sont ceux qui ont un accès direct à ces connaissances précises. Mais c'est modèles sont-ils alors totalement figés ou facile à modifier ?

Selon certains typographes, la lisibilité offre peu de marge de manœuvre à la typographie. Elle doit se confronter à des lois. Cependant, pour moi, cela reste une notion élastique. À l'origine, la typographie, doit avoir comme objectif premier d'être lisible. Mais peu à peu le fait d'être lisible à évoluer avec le temps pour faire une place plus importante à la visibilité. C'est au travers de la visibilité qu'on interroge la lisibilité. Mais en quoi consiste la lisibilité ? C'est le fait que la typographie soit le plus rapidement intelligible par une personne. Le fait pour un caractère d'être facile à lire, sans aucun efforts particulier à fournir. Il faut donc une base. La forme des lettres est en règle générale inaltérable, primordiale à la lisibilité.

Selon Robert Bringhurst typographe, poète, éditeur et linguiste canadien et auteur de *The Elements of Typographic Style*<sup>11</sup>, la référence en matière de polices d'écriture, de glyphes et de mise en page « La lisibilité est l'un des principes de la typographie durable ». Selon lui, la typographie est l'art de doter le langage humain d'une forme visuelle. Le style typographique est donc intemporel et indépendant du médium utilisé par celui qui fait usage de la typographie. Bien qu'il décrit la typographie en tant qu'unité intemporelle, l'auteur souligne l'importance de l'évolution du domaine à travers le temps et ses racines. Il précise aussi, que la typographie est faite principalement pour être lu et seulement ensuite pour être vu. Cela peut sembler absurde, car le visible, comme exprimé ci-dessus prône une place de plus en plus importante, dans ce monde où l'esthétique est partie prenante de notre quotidien.

<sup>10-12</sup> *Pendant la lecture*, Gerard UNGER, Edition B42, 2015 chapitre 3, l'effacement des caractères - p.50

<sup>11</sup> *The Elements of Typographic Style*, Robert BRINGHURST, Edition Hartley & Marks, 1992

## I. Qu'entend-on par typographie ?

Cependant, pour Bringhurst, la typographie, comme le langage et le design, n'est jamais une fin en soi, mais un complément au contenu, intrinsèquement bon à chaque texte.

Dans son ouvrage <sup>12</sup>, Gerard Unger évoque à son tour les termes *lisible* et *visible* en abordant le silence. Aujourd'hui, le bruit est omniprésent. Or, en règle général c'est le silence qui conditionne une lecture. Lorsqu'un lecteur est plongé dans sa lecture son environnement se réduit bien vite à ce qu'il a dans les mains. La lecture crée son propre silence, et principalement quand un texte passionne le lecteur. Il s'abandonne à la lecture. Mais pourquoi évoquer le silence quand on parle de visibilité et de lisibilité ? La naissance de ce silence va s'accompagner d'un autre phénomène : l'objet que le lecteur va posséder entre ses mains. Les caractères font alors se fondre dans ses pensées. « Les caractères deviennent images, voix et sons ». Une fois les caractères « disparus », c'est l'ouvrage qui fini peu à peu par s'effacer, à un niveau totalement inconscient.

Selon une théorie, cette « disparition » ne peut se faire qu'au moyen d'une typographie invisible. Béatrice Warde (1900-1969), américaine et publicitaire qui a énormément collaboré avec la Stanley Morison, a ainsi comparé la typographie à une fenêtre ouverte. « Voulons-nous voir la fenêtre ou le paysage en arrière plan ? » Une métaphore plutôt non conformiste, mais qui à cet instant renvoie à l'œuvre de Gustave Caillebotte. Pour elle, la typographie est alors comme une fenêtre ouverte qui permet d'ouvrir la vue sur le contenu de ce texte. Mais si cette fenêtre est un « vitrail coloré » alors le lecteur ne regardera que la représentation de celui-ci et non plus à travers la fenêtre. Le typographe ne doit alors pas s'immiscer entre l'auteur et le lecteur par un design surprenant et perturbateur.

Selon cette conception des choses, les lettres ne deviennent qu'invisibles qu'à partir du moment où elles sont aussi ordinaires que possible. Bien entendu la typographie n'est pas invisible au sens littéral. Il arrive même qu'elle soit très lisible. Je ne suis pas toujours d'accord avec ce point de vue.

Celui-ci fonctionne pour des textes d'une certaine longueur, où le lecteur a besoin de se plonger dans le contenu et non dans l'apparence. Prenons, du journal, où seul l'information du jour va intéresser. *Le Monde*, grand quotidien français. La typographie semble banale, anodine, hormis peut-être le titre. Et bien, elle a été réalisée par l'un des plus grands typographes français de notre époque : Jean-François Porchez. Voulant se différencier lors des 50 ans du journal, ils ont souhaité avoir une typographie qui leur était propre. Se rendant compte du pouvoir de la typographie sur la lecture, ce changement ne pouvait qu'être bénéfique. L'objectif était de créer un caractère qui affirme l'horizontale, avec un axe incliné et qui soit plus lisible que son prédécesseur. Le point de départ de ce travail fut le *Times Roman* que *Le Monde* utilisait alors comme caractère de labeur. Jean-François Porchez était convaincu que le nouveau caractère devait refléter sa culture ; devait prendre en compte la technologie d'impression et de composition du journal ; et enfin économiser 10% d'espace sans avoir à couper les articles, « aérant » la mise en page. Pour cela il étudia les différents quotidiens, le *Times*, le *Midi Libre* et *Le Monde* de l'époque, et la manière dont ils utilisaient la typographie. *Le Monde* a des racines qui remontent à la tradition typographique de la Renaissance française. De ce fait chaque page du journal comprend une grande quantité de texte. Il fallait créer un caractère le plus lisible possible sans dénaturer l'esprit du journal. De macro-détails inaperçus pour le commun des mortels mais qui sur une lecture entière apporte un confort non négligeable. « J'ai essayé de rendre chaque lettre aussi lisible que possible dans des petits corps en introduisant plus de blancs et en éclairant l'intérieur des caractères. » cite Jean-François Porchez. Sur des surfaces dures, le nouveau caractère apparaît plus net et plus solide et un interlettrage optimisé permettait de ranger plus de lettres dans le même espace. La lisibilité du journal était nettement améliorée, le texte « coulant » d'avantage ce qui rend chaque ligne plus dynamique, comme le souhaitait Jean-François Porchez.

Mais n'avons pas aussi besoin de caractères qui nous « éclatent au visage » ? Celle qui accroche l'œil et se manifeste avec force est-elle toujours lisible ? Là est la contradiction. Et c'est sur cette tangibilité que j'aimerais approfondir les termes prédominants de *lisible* et *visible*. Dans ce cas de figure, la place du graphiste est encore plus omniprésente. Lorsque le graphiste va jouer à se détourner des conventions typographiques, il court néanmoins le risque de rendre la lecture du contenu texte plus difficile. Il est rare que le texte en vienne à perdre toute lisibilité, bien que le lecteur le prétende parfois.

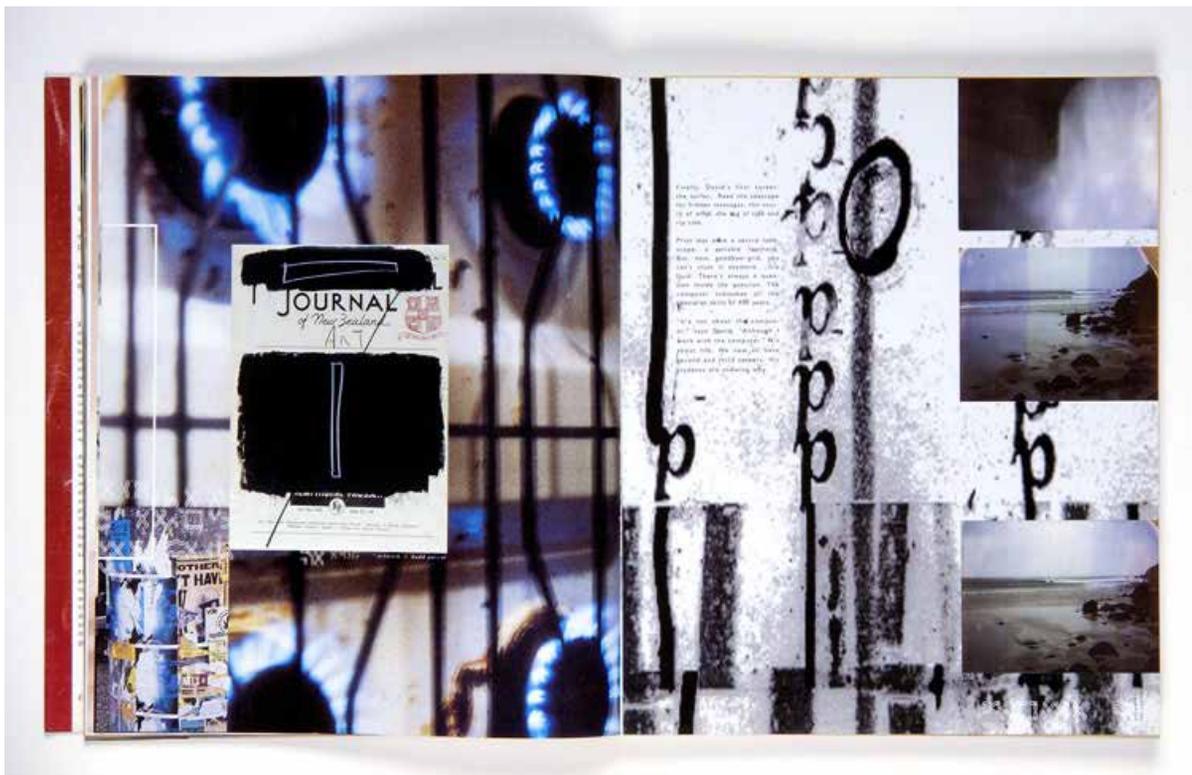
## I. Qu'entend-on par typographie ?

Là, est la tangible. Le graphiste, est là pour créer, évoluer, proposer de nouvelles choses, il a entièrement le droit d'acquiescer un style personnel, mais il se doit, je pense, de ne pas être trop ambitieux, au risque d'aller maltraiter le texte au service de son art, et de sa vanité. Il se doit alors d'être au service de l'œuvre sans pourtant que son travail soit incolore. Outre les caractères qui « disparaissent », des typographies plus ou moins artistiques et plastiques, et ainsi lisibles, il y a des règles, nulles apparentes à l'œil mais bel et bien appliquées. Rien n'est plus catastrophique qu'une typographie sans règles. En d'autres termes, la typographie, quel qu'en soit son style se doit de respecter quelques consignes pour justement être cataloguée au rang de typographie. Elle doit par exemple, avoir sur tous les caractères, la même hauteur d'œil (qui est la taille centrale de la lettre sans compter la barre descendante ou montante), que les encombrements (largeur de la lettre) soient homogènes, que les graissés entre les pleins et les déliés soient identiques, etc.

Pour simplifier, une typographie se doit d'être harmonieuse dans une logique, et un système pré-établi. Mais la visibilité est-elle toujours contre-productive ? Attirer l'œil a-t-il une fonction ? Si le texte est assez passionnant et que le lecteur accepte ce type de design pour acquis, le processus de « disparition » peut réussir - même ici ! Sûrement de manière plus longue et avec plus d'analyse et d'inconscient. Mais le lecteur aura sûrement choisi ce texte pour son contenu et ses caractères. Or, bousculer l'impartialité du lecteur sur son ignorance de la typographie, c'est déjà modifier sa lecture, l'inviter à constater la présence des signes et des lettres en tant que forme et à l'encourager à aller plus encore au fond du texte.

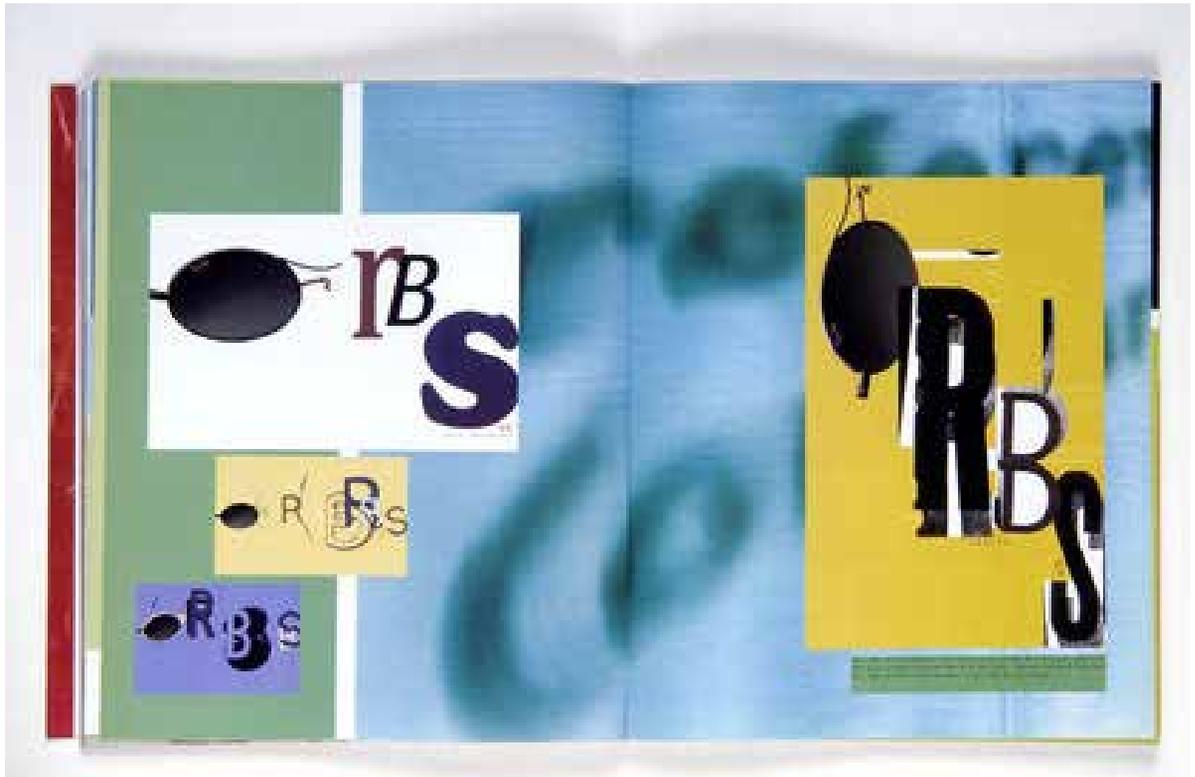
La notion de visibilité est une phase essentielle dans la conception d'une typographie. Être visible signifie que celle-ci va se démarquer, être moins « ordinaire ». On choisit la puissance de visibilité en fonction de la tâche qu'aura la typographie au sein d'un texte et d'une composition de mise en page. Cependant, une autre réflexion semble logique d'être abordée à ce moment-là du sujet : la mise en page, la composition graphique de textes, d'images et d'éléments graphiques. Elle aussi a été bouleversée par les technologies et va obligatoirement de pair avec la typographie. Cette réflexion est régulièrement abordée sur les relations complexes qu'ont entretenues le texte et l'image tout au long de l'histoire de l'humanité. Celle-ci prend tout son sens à une époque où chacun est abreuvé d'images, en même temps que l'écrit revêt de nouvelles formes (blog, sms) et où la typographie est utilisée entièrement démocratisée et où l'offre est de plus en plus abondante. Avec l'explosion d'Internet, images et textes n'ont jamais été autant mêlés. Mais cette interpénétration ne date pas d'hier. Ce lien naît quasiment avec l'apparition de l'écriture.

C'est dans les années 50, où l'émancipation de l'écran en faveur du pixel prend de l'ampleur, qu'apparaissent les travaux de David Carson. David Carson est un graphiste et designer américain né en 1954, connu pour avoir cassé certains codes de la typographie afin de jouer avec les polices de caractères et de faire dialoguer les textes et l'image, en particulier dans ses mises en pages pour des magazines. A priori, rien ne disposait David Carson à devenir typographe. Il commence par des études de sociologie tout en se passionnant pour le surf sur les vagues de la Californie. C'est plus tard qu'il découvre la mise en page et la typographie, qu'il va expérimenter de manière plutôt sauvage. Très vite il conçoit ses propres magazines, au mises en pages parfois un peu trop chaotiques. Toutefois David Carson marque un tournant dans la conception de mise en page de magazines. À la tête de la direction artistique de *Ray Gun*, un magazine de musique rock qui est tiré à 150 000 exemplaires, où il y restera 3 ans, il commence par déjouer les règles, et donne déjà une idée de sa façon de concevoir la typographie. Il est clairement à l'opposé de la conception classique.



The end of print, David CARSON et Lewis BLACKWELL, 1980, Chronicle Book, Edition Laurence King, LONDRES, 1995.

I. Qu'entend-on par typographic ?



Parce qu'au regard d'une lecture traditionnelle de la mise en page et du graphisme l'œuvre de David Carson pourrait sembler totalement illisible. Chacune des pages de ce livre relève d'une scénographie qui, à l'inverse des mises en pages traditionnelles, ne se donne pas au premier regard. La mise en page traditionnelle nous avait habitué au système de juxtaposition. Lettrines, textes en habillage, photos détournées ou pas... Là, il faut vouloir comprendre, il faut vouloir lire. Dans *The end of print*<sup>13</sup> la disposition des mots et des images est un premier indice sur cette rupture avec les normes. Au fil des pages, rien n'est ménagé que ce soit l'idéal typographique dans sa perfection et sa lisibilité. Des titres sont masqués par des collages, la date de publication est introuvable. Impossible d'y voir la numérotation des pages. La maquette ne dispose d'aucune régularité. Il semble ne pas avoir de gabarit avec une charte pré-établie. Certaines pages ont des marges plus importantes, le texte mange les images et vice-versa. Pas au premier abord. Là où la mise en page traditionnelle faisait entrer l'œil par la partie supérieure de la page de gauche pour le faire sortir en bas de la page de droite, Carson nous entraîne dans des espaces sans fond d'un univers parfois vaporeux, ou alors complètement sordide où l'illisible le dispute aux règles académiques. Carson est avant tout physique, et il a le sens de l'équilibre, bien au-dessus de la moyenne des gens. Il vit dangereusement et cela se sent dans son graphisme qui est toujours, mais toujours à la limite, border line.

Il faut être équilibriste pour oser mélanger les typos dans un même mot et en cela Carson excelle. Pour ne pas faire dans la demi mesure, Carson va noyer le texte par des taches ou bien même des collages, puis le redécoupe, l'imprime, barre des lignes, mets des blancs. Il « torture » jusqu'à en inverser les séquences de lectures. Les phrases sont parfois interrompues, et continuées quelques sauts de lignes plus bas, etc. Des blocs de caractères se voient même des fois avec tailles de polices exubérantes en 36 points, puis revenir à un corps de 8 points. La principale impression que provoque ces pages c'est que l'on se retrouve devant une « œuvre », une sorte de « série de tableaux colorés ou de marques erratiques plutôt que devant du texte » évoque Christian Vandendorpe<sup>14</sup>. Il veut dire par là, que la lecture se fait tardivement, ne s'enclenchent pas tardivement, tellement les automatismes de lectures sont perturbés. Mais si le lecteur se plonge dans la page, quelques mots, images, va lui donner envie de lire la suite. Néanmoins cette lecture va s'avérer longue mais en contre partie passionnante. Scruté, observer les détails, casser la routine, être surpris. N'est-il pas là un autre sens de la lecture ? Un moyen d'interprétation graphique unique. La confusion du lecteur et cette perte de repères amplement visible forme une introduction totalement concordante au sujet traité.

Dans son article, Christian Vandendorpe, il fait l'examen précis de la maquette du magazine et fait alors les liens entre les typographies, et le sujet des articles, ou de certaines phrases. De ce chaos, ce fédère « une quête ludique des rapports signifiant-signifié ». Je reviendrais sur termes plus tard. Rien n'est anodin dans cette composition qui fait au premier abord un peu « fouillis ». Carson est bien entendu conscient des problèmes de lisibilité que pose cette esthétique. Pourtant en aucun cas il recule devant cette obstacle et il l'attaque par une économie de la communication. Pour préciser, il reproche à la lisibilité de délaissier les émotions à son propre profit.

<sup>13</sup> *The end of print*, David CARSON et Lewis BLACKWELL, Chronicle Book, Edition Laurence King, 1995.

<sup>14</sup> *Typographie et rhétorique du visible*, Christian VANDENDORPE, Communication & langages, n°137, octobre 2013

## I. Qu'entend-on par typographie ?

Si aucunes émotions ne se dégagent pourquoi être lisible ? « Ne pas confondre lisibilité et communication » cite David Carson, « Vous pouvez être lisible, mais qu'elle émotion y a-t-il dans le message ? C'est cela qui est important pour moi [...] Quand je regarde une page dans un livre, un magazine, une œuvre graphique, je veux une réaction affective ». Cette « rhétorique du lisible » comme le nomme Christian Vandendorpe, met en pratique un jeu sur les effets de « parasitage » du texte par la typographie. Un premier outil utilisé sur le lecteur comme pour produire sur lui un choc publicitaire associé à une marque. Une telle opération sur la typographie a été très longtemps impensable, car elle a été conçue auparavant comme une technique libre au service du texte et de la lisibilité. Mais l'arrivée des technologies numériques ont peu à peu aidé à supplanter les règles typographiques, au profit de la rupture.

Encore plus expérimentale, lancée en 1991 par Neville Brody et Jon Wozencroft, FUSE est une publication révolutionnaire qui a ouvert au design et à la typographie des horizons surprenants, radicalement nouveaux. L'impact fondamental de cette approche expérimentale révolutionnaire du langage typographique se fait encore ressentir aujourd'hui, vingt ans après sa création, où les explorations entreprises par quelques-uns des plus grands noms de l'industrie se démarquent toujours par leur côté futuriste et précurseur.

En choisissant de s'appuyer sur l'alphabet et grâce à l'avènement du design numérique, FUSE est devenu un laboratoire d'idées et de risques inédits, terrain propice à l'élaboration d'une pensée novatrice. Neville Brody, londonien né en 1957 est un graphiste, créateur de caractères et directeur artistique britannique. Il est l'un des designers et directeurs artistiques les plus reconnus de sa génération. Figure emblématique de la culture graphique, inventeur de la typographie moderne, il a considérablement bousculé les conventions et développé de nouveaux systèmes de communication. Dans ce magazine, il y a une réelle recherche d'altération, c'est à dire, l'envie d'un changement qui amène à une modification de l'état ou de la qualité de la matière première qu'est la typographie. FUSE témoigne d'une réelle volonté de créer de nouvelles formes, d'amener une réflexion sur la typographie et ses limites, et d'expérimenter l'outil informatique.

L'exemple de la Neural, parut dans FUSE et créé par Neville Brody et fondateur du magazine, je remarque sur la Regular, qui est une typographie à première vue basique, quelques effets. Elle est lisible, claire. Cependant au fil des graisses la typographie évolue comme à son « maximum » à rendre au premier abord les caractères illisibles. Le cas apparaît aussi dans toutes les typographies du magazine, avec des approches plus ou moins marquantes visuellement. Il y a une réelle interprétation de la lettre, jusqu'à son « abolition », si le terme est exact. L'abolition se voit comme une illisibilité de la lettre de départ qui la transforme en un objet plastique et graphique totalement altéré, et qui la renvoie plus directement dans un régime plastique. La lettre devient une conduite créatrice à part entière, et ne sert pas uniquement à former un mot.



*Neural Sans,*  
Neville BRODY, Fuse

Une sorte de dialectique s'opère entre le modèle et modelé. Et ces notions de *visible* et *lisible* sont totalement remise en question. C'est un art de défaire et de refaire le modelé. Où commence le visible et où s'arrête le lisible ?

Il existe une autre expérience parut dans le premier numéro, tout autant intéressante. *Can You (and do you want to) Read Me ?* [Peux-tu (et veux-tu) me lire ?] de Phil Baines. Il a cherché à réduire les formes des lettres à ce qui est strictement nécessaire pour les identifier. Ces lettres qui sont alors fragmenté ne sont pour autant pas plus facile à lire que des lettres complètes. Certains éléments indiquent que pour certaines lettres une seule partie suffit à accéder à la lecture et donc à la reconnaissance des lettres, bien que les lecteurs en règle général n'apprécient pas voir leur page de texte uniquement avec des fragments de lettres. Cette expérience permet de démontrer que par notre inconscient, et par le fait que chacun est appris à lire très jeune, le lecteur n'enregistre que des parties des lettres, et arrive tant bien que mal à lire ce texte. Il se peut, que tous les lecteur n'enregistrent pas les même parties de lettres. Le fonctionnement de la reconnaissance des lettres n'a jamais vraiment été clarifié. C'est notre mémoire qui contient des modèles correspondant à chaque forme de lettres. Émettons l'hypothèse qu'il existe un modèle pour chaque forme de lettre dans notre mémoire, cela signifierait qu'à chaque lettre notre cerveau va devoir analyser chaque forme afin de faire concorder la bonne. Or, un caractère typographique, est conçu de multiples détails dont l'œil ne se rend pas compte - ou du moins c'est ce que l'on croit. Mais le cerveau lui mémorise les détails qui forme la lettre, et c'est comme cela que le lecteur réussi à lire simplement avec des fragments. Ces macro-détails semblent essentiels à un bon fonctionnement à la lecture d'un texte. Pour revenir sur l'exemple de la Neural, on distingue clairement où est la limite de cette modification de « macro-détails », c'est exactement là, où elle passe de lisible à visible, et de graphique à plastique. et le post-moderne. Fuse, possède alors une esthétique post-moderne souvent reproché d'être un catalogue de décoration «grunge », un produit commercial, prétendument intellectuel.

# I. Qu'entend-on par typographie ?

Pourtant ce n'était pas du tout l'idée des éditeurs. L'idée principale est réellement d'apporter du contenu en créant une typographie et non pas d'en faire quelque chose de décoratif. Le graphisme que Fuse prône dans son journal expérimental n'a rien de vraiment fonctionnel, mais c'est l'idée de faire passer un message en poussant toujours plus loin les formes de la typographie.

En effet, quel que soit le système d'écriture, la structure des lettres doit répondre à un certain nombre d'impératifs imposés par notre cerveau pour qu'il puisse les décoder. Un répertoire de base de formes limitées avec un ordre, et une orientation bien précise sont primordiales. Adrien Frutiger, est un typographe suisse, créateur de polices de caractères (tels que la célèbre *Avenir*) et de logotypes décédé en septembre dernier, à lui saisi une des conditions indispensables au décodage du tracé des lettres par le cerveau : la haute densité de leurs contrastes. Je cite « C'est de l'ombre que naît la lumière. Lorsqu'on écrit ou qu'on dessine, on n'ajoute pas du noir ; on élimine la lumière. » Rien de cela n'est alors anodin. Jeux d'ombres et de lumières, d'opacité et de transparences. « Ombre et opacité de la lumière vs lumière et transparence de structure <sup>15</sup> ». La lisibilité d'un imprimé ou simplement du caractère est bonne à partir du moment où le dessin de chaque lettre est pensée en fonction de l'effet qu'il produit lorsqu'il est intégré au mot. Les lettres doivent s'insérer au mieux dans l'ensemble du mot, tout en se distinguant nettement les uns des autres. Ces contraintes une fois respectées, et que les typographes ont d'ailleurs intégré avant même qu'elles ne soient homologuées par les recherches, les mécanismes de la lecture s'adapte alors aux variations auxquelles la culture soumet le dessin typographique. Une sorte de mémoire collective propre à chaque culture qu'elle se partage et fait évoluer avec son temps. L'écriture est donc une technique dont l'invention permet de développer les capacités de notre cerveau. Et, parmi ses fonctions, il en est une qui est aujourd'hui fondamentale : la nécessité de la transmission culturelle.

<sup>15</sup> *Langage et typographie*, Revue d'art contemporain, Livraison 13, Éditions Rhinocéros, 2010 - *Ruser avec l'indécible*, Annick LANTENOIS - p. 97



Can you (and do you want to) read me ?, Phil BAINES, Fuse



---

# **La parole graphique : un rapport intime entre typographie et langage**

## **Rencontre entre contenu linguistique et signe graphique**

La typographie possède une dimension particulière par rapport à toute autre forme : elle peut tout autant être appréhendée sous un point de vue formel (en temps que signe) que sous un point de vue uniquement linguistique ou sémantique. C'est un média idéal de diffusion et de transmission du sens. Cette ambiguïté en fait un objet graphique et conceptuel extrêmement ambivalent, très puissant et donc très intéressant à utiliser. Élément par essence indissociable du texte, qui est automatiquement et inconsciemment traité lors de la lecture. Son objectif premier reste le respect de la lisibilité, quel que soit le support utilisé, la distinguant de ce fait de l'art abstrait. Matière physique de l'écriture et de la pensée qu'elle matérialise, la typographie est un lieu de rencontre entre un contenu linguistique et un signe graphique, entre une idée et une mise en forme destinée à la fixer. La typographie est la forme visible du langage, une forme solide. C'est une sorte de langage « déplacé » du mode de la parole, qui n'est donc en lui-même pas une langue. Cependant la langue parlée est déjà une écriture dans la mesure où elle nécessite un ton, une ponctuation - ce qui conduit à soutenir que la parole dans son contenu comme dans son statut manque toujours de références multiples à l'écrit. La typographie ne peut alors pas se passer de la parole qui la traverse. Le caractère typographique, lui, de par sa forme, son origine et son style, engage dans cette rencontre sa propre histoire, se faisant ainsi le vecteur d'une signification concurrente impossible à négliger. La forme de la lettre fait référence à une culture, une époque, un contexte, à travers la superposition de langages typographiques d'époques différentes. Elle engage une signification. Typographier un mot, une phrase, un texte, c'est en détourner la signification, c'est lui faire dire une chose qui échappe à son énonciation.

## II. La parole graphique : un rapport intime entre typographie et langage

Robert Bringhurst rappelle à ce sujet que « La typographie est à la littérature ce que la performance musicale est à la composition : un acte essentiel d'interprétation [...] ». Chaque caractère d'imprimerie, au-delà de sa forme, possède alors son propre passé, véhicule un bagage culturel, historique et social, crée par sa seule présence sur une page, au-delà du sens des mots écrits, une véritable ambiance. De ce fait, il influe directement sur l'interprétation du texte et implique de la part du maquettiste ou du graphiste une bonne connaissance des caractères d'imprimerie et de ce que leur choix implique. Robert Bringhurst, dans *The Elements of Typographic Style*<sup>16</sup>, résume en une phrase impérative : « *Choisissez des caractères typographiques dont l'esprit individuel et la personnalité sont en rapport avec le texte* ». C'est donc une concordance sémantique, connotative, entre forme (typographique) et fond (textuel) qui est ainsi universellement promue au rang de souci majeur, au-delà même des préoccupations d'ordre esthétique (des caractères bien dessinés, mal dessinés, des caractères beaux ou laids) ou technique (un caractère typographique est aussi un outil, plus ou moins performant en fonction du contexte).

Ce phénomène est singulièrement évident dans le cas de la typographie « de lecture » (par opposition à la typographie « de titrage ») Dans Livraison 13<sup>17</sup>, Stéphane Darricau note « L'adéquation possible entre une thématique et une forme d'écriture mettent généralement l'accent sur l'origine des caractères, sur le contexte de leur apparition ou les idées particulières qui ont présidé à leur élaboration, c'est-à-dire sur des paramètres largement inconnus du récepteur. Celui-ci, au contraire ne possède pour toute grille de lecture qu'un répertoire plus ou moins limité d'usages récurrents des formes typographiques, dont la répétition dans le temps et dans l'espace est a priori susceptible de déclencher des efforts plus ou moins conscient de dénotations et de connotations. » Les processus de lecture continue sont, par ailleurs, suffisamment fragiles, incertains et mal connus pour que le choix d'un caractère de texte soit soumis à des exigences tout à fait spécifiques, dans lesquelles le « jeux sémantique » n'a qu'un rôle marginal - voire pas de rôle du tout. C'est, au contraire, la dimension fonctionnelle du caractère typographique en tant qu'outil qui est ici prépondérante : encombrement horizontal, confort de lecture, différenciation entre le romain et l'italique, présence d'éléments particuliers. Il existe quatre autres « modèles d'adéquations »<sup>18</sup> - c'est à dire 4 manières d'établir un lien entre un signe graphique, une typographie, et le sens des mots qu'il sert à composer. Le premier : Capitaliser sur lien direct préexistant entre le thème et une forme d'écriture, c'est une adéquation « intrinsèque ». En second : Le caractère typographique est le produit d'une époque, dont il véhicule, les valeurs, esthétiques, intellectuelles, morales, etc.. c'est une adéquation « chronologique ». Le troisième : Voir sa propre subjectivité, le caractère typographique et son dessin décrit qualitativement un aspect (sec, doux, généreux, etc) comme une forme picturale non figurative, c'est une adéquation « sensible ». Et pour finir : Opposition graphique au contenu linguistique offrir une vision neuve, singulière, inattendue, parfois même enrichissante : c'est une adéquation « associative ».

<sup>16</sup> *The Elements of Typographic Style*, Robert BRINGHURST, Edition Hartley & Marks, 1992

<sup>17-18</sup> *Langage et typographie*, Revue d'art contemporain, LIVRAISON 13, Éditions Rhinocéros, 2010, *L'illusion typographique*, Stéphane DARRICAU - p. 78

Le travail du typographe est donc de choisir et/ou de concevoir un caractère, et de prolonger cette expérience de lecture par des paramètres qu'il va établir (approche, crénage, interlignage, justification, etc) autour de la mise en page du texte. Cette mise en forme permet ainsi de rendre le langage et la pensée plus concrète, tout en étant le résultat d'une certaine abstraction visuelle.

Mais peut-on parler d'une spécificité de la pensée écrite ? Jack Goody, anthropologue qui travaille dans l'interdisciplinarité mentionne dans un ouvrage du même nom, *La Raison Graphique*<sup>19</sup>. L'ouvrage se centre sur les conditions de production et de reproduction du texte. Il s'applique à étudier les conséquences de l'écriture sur le plan des processus cognitifs. Il fait l'apologie de l'écriture. Selon lui, l'étude des systèmes d'écriture doit permettre de dégager une certaine spécificité de la pensée écrite, du savoir graphique. L'écriture n'est pas seulement la transcription d'énoncés oraux, elle a, entre autre, des qualités de stockage de l'information à travers le temps et l'espace, en passant donc du domaine auditif au domaine visuel. Et il ne va surtout dissocier écriture et signes graphiques. Le terme *raison graphique* évoqué par Jack Goody, renvoie à la rationalité graphique, c'est à dire à l'étude du raisonnement ou plus largement, de l'activité cognitive quand quelqu'un passe par la graphie. C'est pour lui un *visible langage*, le langage que l'on voit. Ce qui fait de l'œil le dominant de la communication écrite. Un langage matérialisé par l'œil, grâce à l'écrit, que l'oral n'est pas.

Mais, il y a alors un certain « problème » ou une sorte de dialectique pour entrer dans l'ordre graphique. Il faut, non seulement accepter de spatialiser sa pensée, mais aussi, de faire entrer dans un ordre géométrique son langage. Une inévitable dualité constante qui se formule sous cette forme : que gagne la pensée à être géométriser, et qu'est ce qu'elle y perd ? Pour ma part, il me semble logique de considérer les lettres comme véhicule de la pensée et mais surtout comme matière à création, en lien avec la pensée que je vais vouloir transmettre. La forme typographique permet de rendre le langage et la pensée concrète par une abstraction visuelle et charge sémantique. Le signe/contenu linguistique se propose ainsi sous la double apparence de signifiant graphique et/ou phonique. La distinction entre le parlé et l'écrit se situe au niveau de la réalisation. On remarque aussi un décalage entre le processus de lecture et la perception du signe graphique. La proposition linguistique se superpose au traitement graphique dont elle fait l'objet. L'écriture, en tant que véritable fixation de la pensée et de la parole, n'apparaît alors qu'au moment où les dessins ou les signes entrent en relation directe avec les syllabes, les mots ou les phrases.

<sup>19</sup> *La Raison Graphique, La domestication de la pensée sauvage*, Jack GOODY, Éditions de Minuit, 1977

## II. La parole graphique : un rapport intime entre typographie et langage

Un graphiste ou typographe, aujourd'hui appelé même *type designer* (qui regroupe ainsi les deux domaines) doit oser affirmer ses références pour le signe graphique soit en totale concordance avec le contenu linguistique, par une genèse importante de ses projets. La typographie va alors relever non seulement d'un procédé permettant de reproduire un texte mais aussi la « manière » dont ce texte va être mis en place : type des caractères bien entendu, et la mise en page, qui fait par conséquent la passerelle entre l'ordre graphique et la pensée. Un travail entre signifiant et signifié. On appelle ça « la parole graphique ». La typographie induit donc chez son lecteur deux processus simultanés mais totalement opposés : un avis de goût et un acte de lecture. Le goût va alors avoir rapport avec uniquement l'esthétique et l'acte de lecture avec le traitement de l'information. Une « opposition » qui ne va pas s'en rappeler le *visible* et *lisible*. C'est donc en dehors de son statut d'outil de communication, que la typographie peut également revêtir sa parure conceptuelle et peut jouer ses atouts les plus intrigants et intéressants. De nombreux graphistes pratiquent ce qui semble être un nouvel état du signe. Ce qui en tout cas lui apporte une nouvelle dimension, à la fois en tant que vecteur de sens et en tant que médium d'expressivité.

Lors de la Première guerre mondiale la capitale alémanique Suisse se transforme en berceau d'un mouvement artistique inédit : Le mouvement Dada. Dada ou dadaïsme, est un mouvement intellectuel, littéraire et artistique du début du XXe siècle, qui se caractérise par une remise en cause de toutes les conventions et contraintes idéologiques, esthétiques et politiques. Ils cherchent à atteindre la plus grande liberté d'expression, en utilisant tout matériau et support possible et également une liberté du langage, qu'ils aiment lyrique et hétéroclite. Au niveau du langage, de la mise en page et de la typographie le travail des dadaïstes a permis un large renouveau dans les années 1910-15. La poésie déstructurée des dadas se mesure dans la typographie comme dans le langage. Leur idée est de faire éclater le discours de la raison, le langage et sa représentation manuscrite ou typographique. Déjà pour eux, la typographie, est un outil de représentation du langage, s'appliquant aussi bien sur la parole écrite qu'à la parole orale. Ils renversent les mots et cherchent une autre manière de s'exprimer et de communiquer. Ils ont une réelle envie de détruire le langage et ses formes classiques au profit d'une parole graphique plus expressive.

La typographie n'est alors un ornement superficiel mais devient un élément qui accompagne le sens du texte.

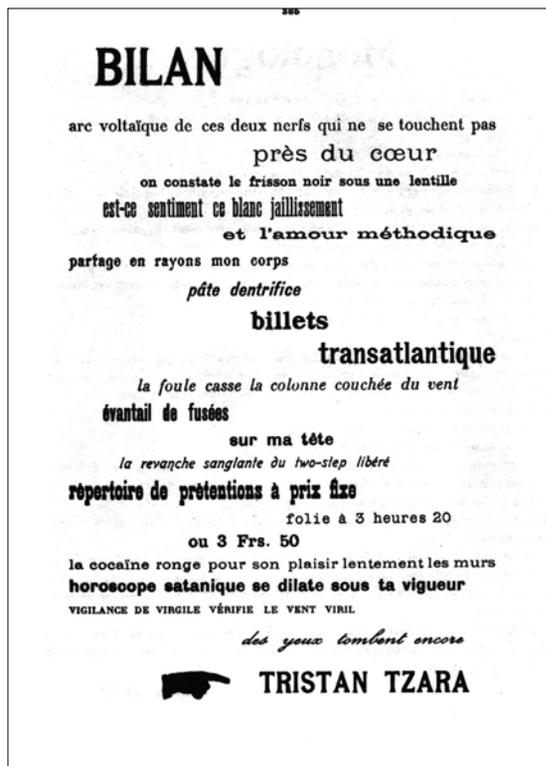
Le travail de Tzara, est un bon exemple. Il produit un grand nombre de textes, poèmes écrits, poèmes sonores, manifestes et autres types d'expression du langage écrit. Tristan Tzara, de son vrai nom Samuel Rosenstock, est un écrivain, poète et l'un des fondateurs du mouvement Dada dont il sera par la suite le chef de file. Certains de ses poèmes de son recueil intitulé *Vingt-cinq poèmes*<sup>20</sup> sont totalement dénués de sens et les rimes disparaissent pour donner forme à une suite de mots sans logique apparente. Une typographie rigoureuse met en relief l'élan des *Vingt-cinq poèmes*. Des voyelles et des mots s'y promènent en liberté, l'énonciation en est indéterminée, les phrases sont généralement pas de réelles syntaxe, les images énigmatiques, le sens décousu. Une impression de chaos en ressort. Les dadaïstes, ont compris rapidement les particularités et propriétés de la typographie et de la composition dans le domaine social du langage public, et à partir de ce système codifié et organisé, ils se sont mis à les manipuler selon leurs besoins. La typographie de Dada comprend la nécessité du renouveau de la mise en page, sans pouvoir pourtant fixer des règles où les textes ne subissent ainsi plus de formes prédéfinies.

La conversation, l'écriture et la typographie sont directement trois formes de transmission de la pensée. Elles ont alors la capacité de transférer ou de recevoir le contenu de la pensée qui sont presque, à eux deux, le fondement de la civilisation humaine. Une relation sensible, arbitraire du signe. L'expérience de la typographie est donc conditionnée par un rapport au texte et par un rapport au monde où les créations typographiques ne sont jamais gratuites. Phénomène social, on peut évoquer la notion de « culture visuelle collective » fondé sur un corpus de références de la culture graphique, devenu au fur à mesure culture commune. Elle fait référence aujourd'hui à un patrimoine culturel.

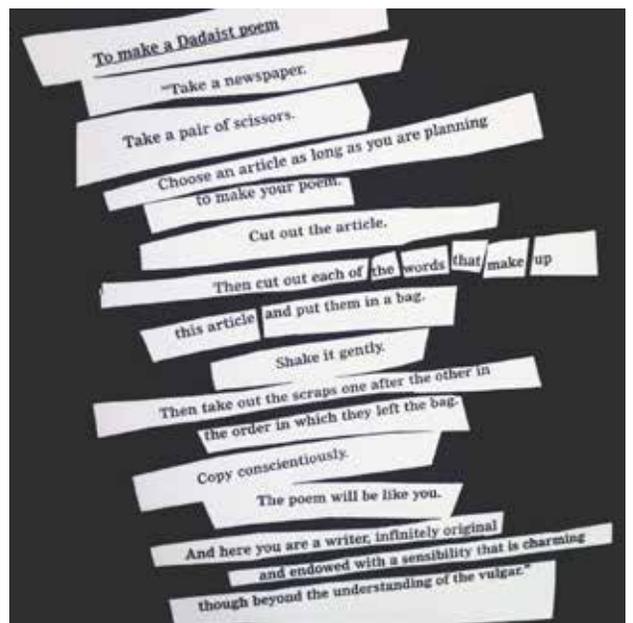
<sup>20</sup> *Vingt-cinq poèmes*, Tristan TZARA, 1918, rée. Éditions Dilecta, 2006.



Sans nom, Tristan TZARA.



Bilan, Tristan TZARA, Paris, 1919



To make au dadaist poem, Tristan TZARA, Paris, 1920

### **La valeur connotative : jusqu'à la domestication de la pensée**

Au moment de lire ces lignes, votre attention se concentre sur le sens de la phrase. Mais pas seulement. Observez donc la forme des lettres : les « e », les « a », ou encore la ponctuation. Anodin ? Pas pour vos yeux ni pour votre cerveau : les polices de caractère s'avèrent primordiales dans le processus de lecture, et les choix typographiques des maisons d'édition, cruciaux. Il y a deux mille ans, l'écriture et la lecture étaient le privilège d'un tout petit nombre d'individus. Aujourd'hui, l'accès à la formation est un droit que connaissent des populations entières. À l'aube de notre histoire, une main vigoureuse gravait dans la pierre environ trois ou quatre pictogrammes en une heure. Aujourd'hui, dans le même laps de temps, des machines électroniques composent des millions de caractères. Devenu « matériau utilitaire » nous baignons en permanence dans un univers de lettres, inscrites sur les panneaux indicateurs, la signalétique, les enseignes et les affiches publicitaires et nous sommes rarement conscients de l'effet que produit à notre insu la forme de ces lettres sur notre réception du message. Pourtant, nous avons tendance à accorder spontanément des valeurs morales et pas seulement esthétiques aux différentes polices de caractères qui campent dans notre environnement urbain, et nous veillons soigneusement à éviter par exemple le glacial Times New Roman pour une lettre d'amour ou le puéril Comic Sans MS pour un Curriculum Vitae, même si ces qualifications peuvent varier avec le temps et les individus. La typographie fait partie du domaine des signes visuels et non mimétiques, c'est à dire que ses codes de compréhension sont conventionnels ou arbitraires, induisant un mode de perception variable. L'expérience de la lecture présage le respect des différentes interprétations qui permettent d'aller au delà de la simple perception visuelle. La typographie a une fonction linguistique.

La perception, immédiate et inconsciente de chacun, renvoie au visible, qui pourtant aboutie à une sorte de codage analogique fondé sur la culture, le patrimoine, et sur la culture du voir. Mais il y a encore peu de temps, la typographie était loin d'être un facteur de transmission et de dynamisation, elle se contentait de fixer les contenus, pour les figer, les « momifier ». Il y a alors cette transition entre le *visible* et le *lisible* indispensable à la lecture qui entre en jeu, et qui permet de reconnaître et comprendre le sens proposé par le texte, mais aussi par l'espace typographique. Cette question de la connotation, par delà sa valeur morale, est de revenir sur la problématique du choix d'un caractère - parmi d'autres - et des conséquences de ce choix.

Un texte littéraire, une enseigne de magasins, un nom dans un générique d'un film, la forme typographique modifie notre perception de l'information. Il faut questionner de ce point de vue la valeur d'usage du caractère, en remettant dans un contexte de production proprement humain ce qui détermine pour une bonne part les pratiques, les goûts, les modes, les conventions, les codes et les règles, produits des rapports sociaux dans lesquels sont engagés lecteurs et producteurs. Car la typographie c'est avant tout une histoire, où chaque époque est marquée par différents types « d'écriture », une manière de l'utiliser, avec des techniques variables.

Petit à petit, on voit venir l'apparition d'un langage graphique et une multitude d'éléments graphiques et typographique envahissent le quotidien dans une volonté de transmettre l'information de manière rapide et évidente. L'apparition de nouveaux modes de transport, par exemple a grandement participé à la diffusion de nouveaux messages, à la mise en place d'une nouvelle culture typographique liée aux différents échanges alors devenus possibles. L'augmentation du niveau de vie moyen permet à une majorité de personnes de se procurer une automobile. Le paysage est largement modifié, de plus en plus de routes sont construites et le milieu urbain s'agrandit qui sous-entend l'apparition des panneaux de signalétique routière, qui doit être connue de tous les utilisateurs.

Les panneaux routiers me semblent être un bon exemple de langage graphique qui a dû être appris de tous. La conduite nécessitant des réflexes particulièrement rapides, il était important que les différents éléments visuels puissent être lus rapidement et que l'information soit claire. La signalétique Suisse (évidemment), depuis 2003 est un modèle en matière de choix typographique. Créer par Adrian Frutiger, la typographie, du même nom que son créateur, est un exploit pour son souci du détail, sa précision, son ingéniosité, sa neutralité même, toutes les caractéristiques liées à l'identité nationale. On appelle ça, du graphisme « d'utilité publique ». Cela signifie, d'avoir le besoin d'un graphisme au service des collectivités, d'améliorer la vie en société, avec rôle entièrement fonctionnel tout « domestiquant » en quelque sorte la pensée des usagers.

Le médium est le message. Il formule une idée selon la manière dont est présenté le message (publicitaire ou tout autre), c'est-à-dire que sa mise en forme, constitue déjà un discours en soi. Le rôle de la composition typographique devient alors essentielle et fondamentale puisqu'elle assure cette lisibilité matérielle du texte, tout en assurant une structure stable. La lecture va alors superposer deux actes, deux modes d'appréhensions : l'acte de lecture, c'est à dire le processus cérébral qui vise la succession de lettres que l'œil, et deuxièmement l'acte de contemplation, qui lui déclenche des associations avec ce qui est déjà mémorisé visuellement et qui éveille des sensations. Trouver un juste équilibre entre esthétique et fonctionnel, tel est l'enjeu. La typographie a le pouvoir d'insuffler une personnalité à un texte, de le combler d'attributs émotionnels. L'aspect « image » de la typographie est donc un élément important. Et oui, les caractères ont un caractère ! Penser l'aspect « image », c'est envisager et utiliser la typographie comme l'expression de valeurs, et donc l'expression d'un positionnement. C'est donner du caractère, un ton, engendrer une émotion. C'est aussi se demander ce que la typographie fait dire aux mots, car elle est belle et bien porteuse de sens, avant même de parler du sens des mots. Le créateur doit alors prendre en compte la charge sémantique, le signe, et l'espace d'inscription sur lequel les caractères prendront place, ainsi que le contexte économique, social et culturel utile à chaque création. S'il prend cause de tous ces critères il va pouvoir libérer le pouvoir réel de la typographie, pour l'amener à cette fameuse « image typographique ». Philippe Apeloig déclare même « la création typographique occupe probablement une place infime dans le monde de l'art. Mais la richesse de celle-ci déborde de mon imaginaire. <sup>21</sup> »

<sup>21</sup> [www.apeloig.com/index.php?cle=02\\_Test&r=Presse](http://www.apeloig.com/index.php?cle=02_Test&r=Presse) [seen 08.2009]

## II. La parole graphique : un rapport intime entre typographie et langage

ASTRA-Frutiger, Adrian FRUTIGER, Suisse, 2003.



Dans son ouvrage <sup>22</sup>, Jost Hochuli, précise alors que les caractères indépendamment de leur lisibilité optique peuvent ainsi donc éveiller certains sentiments chez le lecteur et agir de manière négative ou positive à travers leur langage formel. Les caractères au delà de leur fonction première est essentiel du vecteur visuel de la langue, et viennent teinter le texte d'une certaine atmosphère. Il précise aussi « ce n'est pas le caractère seul, mais la conception typographique dans son ensemble - c'est-à-dire le corps, l'agencement et l'emphase typographique - qui connote un texte ». Nul doute que le choix du caractère est déterminant pour l'interprétation du texte et du contenu. Ladislav Mandel, typographe Français, proclame dans *Du pouvoir de l'écriture* <sup>23</sup>, paru en 2004, « L'écriture de chaque langue, outre ses caractéristiques formelles traduisant une culture particulière, a ses exigences propres. Ainsi, à la limite, on ne pourrait composer impunément un texte français et allemand avec le même caractère. [...]

Une écriture reflétant l'identité culturelle du lecteur pour des textes liés à sa langue est un facteur souvent capital pour la bonne lisibilité. Il existe une dimension française de l'écriture, qui ne pourra disparaître tant que nous penserons et parlerons français. » Le caractère doit répondre aux exigences culturelles propre du lecteur, à sa psychologie et ses traditions. Prenons donc l'exemple de l'écriture gothique. Parfaitement lisible pour les Allemand d'avant-guerre, elle est pour les Français tout à fait illisible et totalement agressive. Roland Barthes, lui, parle du « phénomène de *décrochage* ou de *connotation* qui est d'une très grande importance, et bien au-delà du fait publicitaire lui-même <sup>24</sup> » et suggère que « nous sommes, nous, hommes du XX<sup>e</sup> siècle, dans une civilisation de connotations. »

<sup>24</sup> *Le message publicitaire, rêve et poésie*, Roland BARTHES, Les cahiers de la publicité, 1963, Volume 7 - n°1 - p.93

<sup>22</sup> *Le détail en typographie*, Jost HOCHULI, 1987, rée. Éditions B42, traduit de l'allemand par Victor Guégan avec Pierre Malherbet, 2010 - p. 60

<sup>23</sup> *Du pouvoir de l'écriture*, Ladislav MANDEL, Éditions Atelier Perrousseau, 2004.

Le conditionnement typographique du lecteur est une donnée essentielle et personne n'aurait idée de faire imprimer un faire-part de décès dans une police autre que celle qui inspire le recueillement, le deuil, les larmes retenues. Personne... Sauf peut-être un artiste qui a le privilège d'aller à l'encontre des schémas habituels de la société qui nous régit aujourd'hui. Dans un autre exemple, en 1961, l'artiste Ben, annoncé au journal *Le Patriote* son suicide futur, en concevant lui même son faire part de décès sur lequel on pouvait lire : « BEN à l'immense douleur de vous apprendre qu'il va bientôt mourir. Vous êtes priés d'assister au convoi, service et enterrement. Priez pour lui. BEN ». Un texte, cours et explicite, complété d'une petite croix renversé dessinée à la main. Ben à opéré dans le burlesque, faisant un rappel au télégramme que les familles recevaient lors du décès de leur enfant au front. De plus, la formulation classique d'une faire part ne s'accorde pas au futur, ni avec la signature du défunt, imitant le AMEN. Cet exemple, est un modèle type, de la connotation typographique, et du message que l'on souhaite faire passer. Cependant l'ironie est le décalage peut ainsi fonctionner dans une limite du raisonnable. Christian Boltanski, lui, semble avoir mieux réussi son coup, où en janvier 1970, il envoie une lettre manuscrite d'un artiste déprimé à une dizaine de personnes, dont certaines lui ont répondu avec compassion. Boltanski, lui s'est conformé à l'usage des lettres de suicide, de la détresse de l'humain. C'est par ces deux confrontations qu'on remarque, que la typographie n'est pas seulement valeur de connotations, mais un ensemble de chose, mise en page, lettre, texte, dessins, etc. La connotation typographique est fortement utilisée dans la publicité, et dans la communication de marque.

## II. La parole graphique : un rapport intime entre typographie et langage

Élément par nature indissociable du texte, elle est automatiquement et inconsciemment traité lors de la lecture, avec des qualités perceptuelles qui interfère avec la signification du mot. Dans un monde où le style définit l'individu, un caractère typographique doit fédérer, concentrer cette nature qu'il doit incarner. Dans son article *L'illusion typographique*<sup>25</sup>, Stéphane Darricau cite « L'adéquation possible entre une thématique et une forme d'écriture mettent généralement l'accent sur l'origine des caractères, sur le contexte de leur apparition ou les idées particulières qui ont présidé à leur élaboration, c'est-à-dire sur des paramètres largement inconnus du récepteur. [...] dont la répétition dans le temps et dans l'espace est a priori susceptible de déclencher des effets plus ou moins conscients de dénotation et de connotation. »

Selon lui, l'emploi de caractères typographiques spécifiques: « conçus spécialement (*ou rarement utilisé*) et réservés à l'usage exclusif d'une marque commerciale ou d'une institution » permet de créer une identité visuelle globale avec un ancrage fort dans l'œil du public.

La typographie participe ainsi la reconnaissance d'une marque et peut être envisagée autant comme une signature personnelle que comme une solution de communication. Le caractère typographique peut alors rassembler et concentrer la nature de ce qu'il doit incarner et finalement faire identité. Comme l'écriture manuscrite qui est le reflet de la personnalité du scripteur, à un autre niveau, l'écriture typographique se voit investi de la mission de restituer dans le langage graphique des lecteurs, le reflet d'une certaine identité sociale et culturelle commune à laquelle ils appartiennent et dont ils sont les produits. Dans la mesure où une société s'y reconnaît et la fait sienne, une écriture typographique peut devenir le reflet de la psychologie et l'expression de tout un peuple. Chose étrange, c'est que c'est évidemment les praticiens eux-mêmes qui ont élaboré cette culture typographique collective, faite de clichés prévisibles, d'archétypes bancals et de branding omniprésent, car ce sont bien les productions graphiques massivement diffusées par l'imprimé, l'audiovisuel ou le numérique, qui ont façonné ce corpus que la profession se fait un devoir de mépriser et dont elle déplore généralement le traditionalisme et le mauvais goût.

<sup>25</sup> *Langage et typographie*, Revue d'art contemporain, Livraison 13, Éditions Rhinocéros, 2010, *L'illusion typographique*, Stéphane DARRICAU - p. 84



---

# **Lire l'écran : du plomb au pixels**

## Le numérique et sa révolution : l'explosion de l'offre typographique

L'une des conséquences majeures de l'irruption, durant la seconde moitié des années 1980, des outils informatiques dans le champ du graphisme est l'explosion de l'offre typographique. Quand le nombre de caractères disponibles auprès d'un atelier de photocomposition - prestataire de services hautement spécialisé et interlocuteur presque incontournable pour les designers graphiques des deux décennies précédentes - dépassait rarement la soixantaine, n'importe quel graphiste contemporain a banalement accès à plusieurs milliers de « polices » numériques stockées (légalement ou pas) sur le disque dur de son ordinateur et instantanément accessibles et exploitables. Avec la généralisation des outils PAO - *Publication Assistée par Ordinateur* - il y a une trentaine d'années maintenant, la typographie arrivée en masse (comme exprimé précédemment) est rentrée dans une période de bouleversement profonde, évoluant d'un modèle hyperspécialisé et onéreux à un système décontracté relativement souple et bon marché. Les caractères ont complètement cessés d'apparaître comme des outils contraignants et rares, et deviennent des outils courants. Il n'a jamais été aussi facile de créer, de produire, de diffuser commercialement ou gratuitement des fontes destinées à des supports traditionnels de communication ou à des objets, des appareils de lecture, d'écriture contemporains tels qu'ordinateurs portables, smartphones, liseuses, tablettes...

D'évidence, cette recrudescence des possibles a rendu la question du choix (quels outils typographiques employer pour tel ou tel projet ?) nettement plus problématique aujourd'hui qu'elle ne l'était il y a encore une vingtaine d'années - au point d'engendrer chez de nombreux praticiens une vision clairement exagérée de l'importance de ce choix (qui ne représente pourtant qu'une phase, parmi beaucoup d'autres, du travail de conception graphique). Désormais, différents logiciels de dessin permettent aux designers aventureux, ayant une attention portée sur le signe, de s'essayer à la création typographique. De cette manière, ils conçoivent sur mesure leurs propres outils de travail. Il n'y a jamais eu autant de polices disponibles.

Parallèlement à ce foisonnement de fontes, de nombreuses fonderies indépendantes sont nées. Puisqu'internet permet aujourd'hui de s'affranchir des grands distributeurs, certains designers font cavaliers seuls en étant leurs propres distributeurs.

Internet leur permet de diffuser largement leurs dernières nouveautés à travers diverses plate-formes, virtuellement consultables par un public étendu et à moindre coût. Tant et si bien que le corps des dessinateurs, appelés bientôt créateurs de caractères en réaction au terme anglais de « type designer » est devenu le corps dominant de la scène typographique au point de pouvoir prétendre la résumer à lui seul. Il faut admettre que l'utilisation de plus en plus diffuse de la typographie rend la tâche de plus en plus difficile pour cerner un graphiste ou un typographe. Parmi ces derniers, cependant, certains se distinguent par un recours presque exclusif à la typographie tant pour la composition que pour l'illustration comme Ruedi Baur, Malte Martin, M/M ou Philippe Apeloig, Vincent Perrottet, entre autres. Cette génération est guidé par l'envie de malaxer les formes, bien consciente des lacunes qu'elle hérite, tout en ayant un grand respect pour l'histoire de la typographie. Le numérique permet alors d'utiliser cet héritage tout en jouant des technologies numériques. Les graphistes-typographes, peuvent alors travailler rapidement, sans complexe. Ils cherchent, expérimentent... typographies de titrage ou de labeur.

L'accélération de la création et de la diffusion des polices actuelles et l'engouement grandissant d'une audience sans cesse plus vaste pour la typographie révèle la vitalité de cette discipline maîtresse du graphisme. Cependant, que l'on soit typographe ou non, il est difficile de ne pas se sentir submergé par cette avalanche. Invisibles et omniprésentes, les polices, ces familles de caractères, sont devenues des outils du quotidien. Dans un monde dominé par les écrans et les claviers, la typographie se trouve au coeur d'enjeux esthétiques, économiques et politiques. Plongée dans le monde des signes. Cette croissance exponentielle répond à la boulimie d'écritures propre à la publicité, principale consommatrice.

### III. Lire l'écran : du plomb au pixels



*Using Type*, Philippe APELOIG, Exposition Stedelijk Museum, Amsterdam, September 2015.

Mais le lien entre offre et demande ainsi reconfiguré ouvre aussi la voie à des créations gratuites. Il existe aujourd'hui des milliers de caractères, et cette importante production va tout naturellement crescendo en fonction de facteurs aussi divers que l'augmentation naturelle de la population mondiale, ses besoins et envies de communiquer, l'accès à l'enseignement et aux outils de création, l'engouement pour les arts visuels appliqués, etc. Répondant à l'évolution naturelle des goûts, des styles, des modes mais aussi des techniques, l'écriture typographiée est à envisager de la même manière qu'une table ou qu'une voiture : des pieds et un plateau pour l'une ; des roues, un volant, un habitacle pour l'autre... Au cours de ces deux dernières décennies, la création, la publication et la diffusion des caractères ont fortement ainsi évoluées. Historiquement, les caractères en plomb ou en bois, les « lignes-blocs », puis la photocomposition nécessitaient des appareillages lourds et un savoir spécialisé à connaître.. L'ère du numérique a bouleversée en quelques années le domaine typographique. Une police ou fonte numérique est la déclinaison numérique d'un caractère typographique. Evidemment, il existe quelques différences entre une typographie conçue pour une impression papier et une autre pour une diffusion numérique. Un caractère typographique est une œuvre créée par un créateur de caractères typographiques. L'œuvre par définition n'est pas tangible, la fonte numérique est sa représentation contemporaine à l'ère du numérique. Une police numérique est un fichier renseignant les formes qu'un texte peut utiliser pour s'afficher sur un ordinateur.

Une police numérique permet généralement de composer diverses fontes : du gras, de l'italique, du romain dans une famille de caractères donnée. Les formats techniques ont aussi connu en trente ans, dans un contexte de concurrence acharnée, une évolution rapide sur laquelle il est inutile de s'attarder en détail mais qui ouvre des potentialités graphiques sans précédent, surtout grâce au format qui s'est imposé dans la première décennie de ce siècle, l'*Open Type*. Il offre des avantages essentiels à la reproduction des écritures manuscrites, anciennes ou modernes, et en particulier des cursives. Ces nouveautés ont permis de prolonger dans l'invention typographique le regain d'intérêt qui s'était manifesté dès les années 1970 pour la pratique calligraphique aussi bien historique que contemporaine. La calligraphie n'était alors plus obligé d'être une « simple » écriture manuscrite.

Mais avec l'arrivée des premiers ordinateurs grand public et la démocratisation de la lecture sur écran, nous avons perdu énormément de finesse dans la qualité typographique des choix typographiques, des césures, des ligatures, etc. Autant d'ingrédients disparus qui ont appauvri l'expérience lecture sur écran. Heureusement, petit à petit, l'exigence de nombreux designers ont réussi à réamorcer la qualité de la typographie, de la ligne du paragraphe, de la lecture sur écran en général. Ainsi, des nouvelles formes de lecture pour écran sont nées, comme l'interface de blog, les Wiki, l'interface de Twitter, de Facebook, etc. Des millions de personnes font, chaque jour, l'expérience de ces nouvelles formes de lecture parfois très éloignées du livre, du journal, de l'objet imprimé. Cependant, elles se retrouvent prises entre plusieurs contraintes - la technique, les contraintes d'affichage publicitaire, de ventes, etc. Si les designers (professionnels, étudiants, amateurs), toutes disciplines confondues, ont intégré l'importance de la typographie - notamment par le biais d'un enseignement supérieur toujours plus pointu et spécialisé - son évolution progressive vers la sphère publique est néanmoins plus lente ou mal orientée.

### III. Lire l'écran : du plomb au pixels

On connaît l'influence des sites comme Dafont qui propose des milliers de polices, si elles contribuent à leur manière à la diversité des polices disponibles semblent pour autant contribuer malheureusement à leur appauvrissement par leur degré d'exigence fortement réduit. Ce genre de sites, spécialisés dans la distribution de typographies dites « fantaisie », tergiverse d'une certaine manière la vision populaire de la création de caractères, tout en effaçant peu à peu du même coup sa richesse, son exigence technique et sa réalité économique. Au milieu, le lecteur devenu entre temps « utilisateur », essaye de trouver sa place et son plaisir de la lecture dans ce tumulte. Il n'y a jamais eu autant de polices disponibles. Le commun des mortel baigne donc aujourd'hui dans un monde rempli de caractères, de typographies lancé par la démocratisation du numérique, de la publicité et de la communication de marque, comme exprimé précédemment. Devenu « chose » banale, la typographie est un outil indispensable. Presque caractérisé comme un « objet » indissociable de toutes créations. Mais est-il possible de faire d'une police de caractères un objet culte et populaire ?

La chose aurait été impensable il y a vingt ans. Aujourd'hui, n'importe quel utilisateur d'ordinateur est capable de faire la différence entre un *Helvetica, gras, corps 14* et un *Courier, italique, corps 9*. Avant, la typographie était une affaire de spécialistes. Avec l'apparition du traitement de texte, tout le monde y est sensibilisé : professionnels et particuliers parlent le même langage. Ces derniers ont pris conscience que le caractère qu'ils choisissent a une influence réelle sur ce qu'ils écrivent et sur la perception qu'en aura le lecteur.

Prenons l'exemple de l'Helvetica. Elle est partout. Sur les murs des villes, sur les affiches publicitaires, sur les vitrines des magasins, sur les logos de multinationales, sur les pochettes de disques, les signalisations routières et ferroviaires,... Impossible, donc, d'échapper à Helvetica ! L'Helvetica est également devenue emblématique du réseau de transport de la ville de New York et sa présence dans les couloirs et sur les quais du métro est donnée en exemple partout dans le monde. Elle est considérée comme l'ingrédient principal de la réussite de la signalétique new-yorkaise, tant sur le plan esthétique que sur le plan fonctionnel. « Dans les rues de la planète, ces caractères sont comme de l'oxygène. Vous n'avez pas le choix, vous devez les respirer », relève Simon Garfield dans *Sales caractères*<sup>26</sup>. Dessinée en 1957 par le graphiste zurichois Max Miedinger, Helvetica célèbre son 50<sup>e</sup> anniversaire cette année. L'Helvetica plus célèbre que la Suisse ? Cette police de caractères n'a jamais été aussi populaire, chez les graphistes chevronnés comme chez les amateurs. Une omniprésence utilisée autant pour les logos de multinationales (Panasonic, Texaco, Samsung, Hoover, Lufthansa, Kawasaki, Evian, Agip, BMW, Caterpillar, etc.) que pour les signalisations urbaines, de Hong Kong jusqu'à Istanbul. Des artistes aussi divers que Grace Jones, les Beatles, U2, Michael Jackson ou Massive Attack l'ont utilisée pour leurs pochettes de disques tandis que des multitudes de boutiques de luxe, de restaurants miteux et de laveries automatiques l'ont adoptée pour leur enseigne.

Du plus prestigieux au plus fonctionnel. En 1980, Max Miedinger décède sans que sa contribution à l'art typographique soit pleinement reconnue. Mais la même année, ironiquement, l'Helvetica rate son entrée dans le monde de l'informatique : initialement choisie par la compagnie Adobe. Helvetica est finalement « remplacé » par l'Arial, une pâle imitation choisie par Microsoft, moins cher en droit d'auteur.

<sup>26</sup> *Sales Caractères, petite histoire de la typographie*, Simon GARFIELD, Éditions du Seuil, traduit de l'anglais par Laurent BURY, 2012.

C'est donc Arial qui se retrouve aujourd'hui en standard sur des millions d'ordinateurs. Mais ce revers n'a pas réussi à faire disparaître Helvetica, bien au contraire. Les bons graphistes savent toujours distinguer l'original de la copie (le « a » de Helvetica a une petite queue ; le haut de son « t » est coupé à l'horizontale). Ils ont d'ailleurs inventé une consigne, très populaire dans le métier, l'hommage suprême qu'on puisse rendre à une police: « Quand tu ne sais pas quel caractère choisir, opte pour Helvetica: tu es sûr de ne pas te tromper. » Une histoire toute récente, a encore fait parler de l'Helvetica (ou presque). Il y a un peu plus d'une semaine, le 12 Avril dernier, Hillary Clinton annonçait sa candidature à l'investiture démocrate pour les prochaines élections présidentielles américaines et dévoilé son logo conçu par l'équipe de Michael Bierut chez Pentagram. Comme souvent pour ce type de commanditaire, cette création a suscité de nombreuses réactions sur la toile. Les plus actifs sur Twitter n'ont pas attendu longtemps pour détourner et se moquer de ce « H » intégrant une flèche pointant sur la droite. Mais quelques jours après un designer freelance, Rick Wolff, a créé une police de caractère en lien avec ce « H » (en déclinant tous l'alphabet) qu'il a nommée « Hillary Bold » ou « Hillvetica » (jeu de mot entre Hillary et Helvetica). De quoi enjouer les internautes et donner un énième regain de succès à cette Helvetica. Or, le plus contradictoire c'est que le logo d'Hillary Clinton n'est en rien conçu avec celle-ci mais avec une version personnalisée de la typographie Sharp Sans de Lucas Sharp. Quand on sait qu'Obama avait lancé le « Gotham », on peut s'attendre à ce que le succès de ce caractère dépende du score final de la candidate !

Autre exemple. Tout le monde à déjà fait ses courses chez Monoprix et a déjà vu ses packaging enrobés de typographies. Le questionnement de Cléo Charuet, graphiste français s'est tout d'abord porté sur la concurrence avec un constat simple : les emballages sont principalement conçus sur la base de mises en scène photographiques souvent très classiques dont on pouvait se passer. Tout semble identique, et cela n'allait aider en rien à différencier Monoprix. C'est comme cela que l'idée d'exploiter le texte obligatoire des emballages comme un élément graphique à part entière est apparue à Cléo Charuet. Les textes obligatoires d'un emballage se composent du nom et de la nature du produit, de la manière dont il est cuisiné et de son poids.

L'idée est donc, selon Cléo Charuet de créer un jeu de « tétris », tout simplement, par un la superposition des textes, comme des cartouches, avec un travail autour des césures, que le graphiste nomme « fausses-coupes ». Ces petits interdits de la typographie ne posent pourtant pas problème de lecture ici. La dynamique se met en place par les différences de graisses, de tailles de texte et par la couleur, et surtout par des jeux de mots. « Les Anglais boivent la tasse au petit dej » sur le packaging du thé anglais ou encore « Et patati et patatartiner » sur le packaging de la pâte à tartiner aux noisettes. Aujourd'hui Monoprix, utilise ainsi la typographie comme partie prenante de leur identité visuelle, tant bien sur l'esthétique globale, que sur les phrases d'accroches. La typographie prend alors un double sens et donne des packagings très esthétiques qui tranchent avec l'existant et la concurrence. A tel point qu'aujourd'hui, toutes les classes sociales achètent des produits Monoprix. Ces emballages ne sont plus perçus comme ceux de produits discount, les repères graphiques liés aux problématiques de gammes sont ainsi abolis. Un tour de force menée par une designer de talent et le pouvoir de la typographie. Et quand Nespresso a fait appel à Jean-François Porchez pour dessiner sa nouvelle identité, la filiale de Nestlé a bien entendu comme référence Gotham. Au diable l'originalité, il faut plaire à tout le monde pour vendre au plus grand monde.

### III. Lire l'écran : du plomb au pixels

Depuis quelques années, où la technologie numérique ne cesse d'être encore plus pointue, nous nous dirigeons vers du papier numérique et des écrans encore plus fins. Cela signifie qu'il n'y a quasiment plus autant besoin de créer des typographies spécifiques pour les écrans. Ce qui permet d'avoir des typographies créées pour du papier, comme le Garamond, qui trouve un sens sur écran, grâce à une définition excellente. Tout le sens qu'a mis le typographe dans sa typographie, et donc la démarche artistique, on le retrouve sur les écrans. On peut alors s'interroger sur la mise à l'échelle d'une typographie, sur sa capacité à devenir homogène, voire multi-support. Si la transposition d'une même typographie pour différentes utilisations, du papier au numérique, est techniquement possible c'est alors adapter la pensée à l'écran ainsi qu'aux caractéristiques du net, penser la diffusion des idées à l'ère du numérique.

*Hillary*, Michael BIERUT,  
Pentagram, 2016.



*Hillary Bold*, Rick WOLFF, 2016.



## Dématérialisation des supports : vers une redéfinition de l'écriture

Selon le *Larousse*, dématérialiser signifie « Rendre immatériel quelqu'un ou quelque chose, le dépouiller de sa matière concrète ». La dématérialisation, tel qu'on l'entend aujourd'hui, est une méthode qui consiste à convertir l'information d'un support physique vers un support numérique.

Nos usages culturels antérieurs sont profondément bouleversés. À l'heure du numérique, nos pratiques changent et plus précisément notre relation à l'écriture et à la lecture. Aux débuts de l'utilisation du clavier d'ordinateur, écrire a le plus souvent consisté à recopier un texte manuscrit précédemment élaboré, comme avec une machine à écrire. Depuis, les usages se sont multipliés, étoffés, et les gestes d'écriture s'en sont renouvelés. Les outils ont progressivement influencé les gestes, on écrit directement sur des claviers de smartphone, de tablette, d'ordinateur ; on écrit pour communiquer rapidement, mais aussi pour penser, pour réfléchir ; on écrit pour soi, on efface, on recommence, on écrit pour entrer dans des flux d'échanges, dans des réseaux sociaux, on publie ; on écrit pour « être au monde », un monde devenu multimédiatique. Comme bien d'autres disciplines, le dessin de caractère typographique a souvent été poussé par la technologie, chaque vague de changement dans les techniques d'impression induit de nouvelles approches du dessin de lettre. Mais le numérique comparé à l'histoire de l'écriture est encore très jeune. Les changements qui s'opèrent dans la diffusion des textes est vue comme une évolution des supports. La typographie est l'un des premiers domaines à être « dématérialisée ». Le numérique apporte de nouvelles manières de concevoir les écrits. Le but premier du support est d'être le piédestal ou du moins l'objet devant fixer les contenus. En latin, le « support » provient du verbe *supportare*. Le préfixe *sup-* évoque l'action de bas en haut et *partare* désigne la notion de « porter ». De quoi bien traduire cette double action du support. Au cours de leur histoire, les supports d'inscription ont possédés plusieurs formes.

Ces changements permettent aussi d'analyser la manière dont la diffusion et les besoins de l'écrit ont évolués. Des tablettes d'argile de l'époque mésopotamienne au volumen (le rouleau) datant du III<sup>e</sup> millénaire, expliqué par le besoin de trouver un support se prêtant plus facilement à la manipulation pour inscrire des textes que l'on souhaite conserver. Et petit à petit c'est l'envie de transmettre qui a fait évolué les supports, passé du volumen au codex (ancêtre du livre d'aujourd'hui), jusqu'à arriver aux impressions de Gutenberg et au livres que l'on connaît aujourd'hui, ainsi que la démocratisation du numérique et de la PAO il y a une trentaine d'années.

La Publication Assistée par Ordinateur ouvre une nouvelle ère. Le travail de l'imprimeur est désormais dirigé par un graphiste qui, derrière son ordinateur, travail seul à peu près sur toutes les étapes de fabrication d'un imprimé, de la conception du caractère (avec les logiciels Fontographer ou FontLab) à sa composition (Xpress, Indesign) et son impression. Les anciens outils de traitement de textes très limités sont remplacés par l'ouverture de nouveaux champs. Les logiciels de PAO, ont à fonctionnement souvent intuitifs, et permettent de réaliser en quelques secondes ce qui aurait pris plusieurs heures quelques décennies avant. Les graphistes osent alors le jamais fait, ou le mis de côté. Ce qui en parallèle fait entrer la lettre dans le « temps réel », l'instantanéité, la vitesse de réalisation (due à des contraintes économiques, par exemple) est devenu chose banale, et permet encore, et toujours plus de réalisations.

### III. Lire l'écran : du plomb au pixels

Pour parler technique ; les polices de caractères, autrefois appelées « fontes » dans le jargon des typographes du fait de leur matière comme expliqué dans les parties précédentes, partie essentielle de l'identité d'une publication, ont un temps été révoquées de la typographie sur le Web. Deux géants se partagent actuellement les formats des fontes sur ordinateur : Adobe avec le format PostScript et Microsoft avec le format TrueType. Le premier définit les lettres en courbes de bézier cubiques, tandis que le second utilise les courbes de bézier quadratiques. Cependant, depuis 1996, les deux concurrents se sont accordés à un format commun : l'OpenType. Les avantages essentiels du format OpenType sont de garantir une compatibilité entre les plateformes ( Mac, Windows et même Linux).

La possibilité de choisir les polices utilisées sur un site vient seulement d'être réintroduite par la nouvelle version du CSS. Pour approfondir le CSS, (en anglais « Cascading Style Sheets », abrégé CSS) sont des feuilles de styles avec un langage qui permettent de gérer la présentation d'une page Web. À comparer, par exemple avec les gabarits (typographies, corps, marges, couleurs, etc) établis dans les logiciels de mise en pages.

Une nouvelle donnée vient compliquer le paysage de la publication sur la Toile : la taille des écrans. Jusque-là, deux possibilités s'offraient au concepteur d'un site : obliger ses visiteurs à agrandir la page s'ils venaient à partir d'un petit écran (le téléphone par exemple) et leur imposer une colonne fortement étroite s'ils venaient avec un grand écran, ou concevoir une version différente du site pour chaque taille d'appareils. La tâche était alors complexe, et longue, et ainsi coûteuse. C'est ces dernières années que le « responsive design » (mise en page « réactive »), permet désormais de concevoir un seul site et d'appliquer des règles différentes dans la *feuille de style* selon la taille et la nature du support. Votre Iphone, iPad, ou autres écran d'ordinateur aura alors des sites ergonomiques au format de l'écran. Cependant, les mises en page reste complexe et pour cela le concepteur de sites est tenté de rester sur des designs simples, quitte à laisser au placard les avancées en termes de confort de lecture apportées par la presse papier au cours de son histoire. De plus, l'imprimé est figé sur le papier au moment de sa publication, alors que l'écrit numérique est malléable et immatériel. Il permet facilement les modifications et se trouve toujours dans un état potentiellement provisoire. En un sens, il perd de sa stabilité. Mais en même temps, à chaque instant, il est capable de devenir définitif parce qu'il peut être facilement imprimé. Il présente un caractère interactif très fort tant avec l'auteur qu'avec le lecteur. Une autre opposition critique entre l'imprimé et le Web est alors bien présente. Du fait que ce sont l'éditeur et l'imprimeur qui fixent les dimensions de la page papier, alors que c'est l'utilisateur du Web (le lecteur) qui choisit les dimensions et l'apparence de sa « page », l'écran. Le lecteur peut faire varier la largeur de la ligne de texte affichée sur son écran, comme il peut aussi faire varier la dimension verticale de la surface affichée, par le « responsive ».

Aujourd'hui, tous les anciens caractères typographiques sont numérisés pour cette nouvelle technologie, incluant un redessin indispensable, afin d'être optimisée pour un meilleur rendu visuel, sans dénaturer sa structure et son aspect visuel. Pour ma part, inconsciemment ou non, cette numérisation des caractères (qu'ils soient remaniés ou pas) véhicule en quelque sorte l'imaginaire de « l'ancienne » typographie. C'est comme une sorte d'imitation des caractères en plomb qui était devenu entièrement fossile, qui aujourd'hui par cette explosion du numérique et cette abondance de choix typographique se fige dans état numérique. Ou bien, si nouvelle création il y a, chaque typographe, tient alors à la fois du funambule et du topographe, signifiant qu'il parcourt une ligne fragile entre l'époque qui sépare les formes passées de celles en devenir, portant son regard d'un côté, tout en initiant ce qui s'apprête à émerger de l'autre côté. Aujourd'hui est donc entièrement possible et (surtout) facile de revisiter ou de réinventer des classiques dont la connaissance s'est sensiblement approfondie ces dernières décennies (Garamond, Caslon, Didot, Bodoni...) et de ce fait faire redécouvrir et relancer des caractères au succès passager, voire nul, même en dépit de leur valeur esthétique ou fonctionnelle. C'est aussi un moyen redéfinir les écritures, de faire un lien entre le papier et le numérique tout en combinant des flux d'influences parfois dissonants, et de proposer régulièrement des hybridations innovantes et surprenantes.

Matthew Carter est l'un des rares typographe à connaître la transition entre la typographie en plomb (la photocomposition) et la typographie numérique. Il crée en 1981, la première fonderie digitale *Bitstream Inc.* actuellement l'une des plus importantes du monde. Selon lui, « le numérique est ce qu'il y a de meilleur pour la typographie. » Créateur du *Tahoma*, du *Verdana* conçus pour *Apple* et *Microsoft* afin d'améliorer la lisibilité de l'écran, il travaille en parallèle sur des typographies pour la presse, comme le *Time*, le *Washington Post*, ou encore le *New-York Time*. Une double casquette lui permettant de passer d'un support à l'autre en connaissant toutes les contraintes et les atouts. Matthew Carter démontre ainsi qu'une typographie créée pour l'impression n'est pas totalement utilisable sur numérique (je ne parle pas des typographies « taper » sur écran et ensuite imprimés), et inversement. Le pixel est un monde à part entière qui ne doit pas être négligé au vue d'une bonne lisibilité, d'un confort visuel et esthétique.

Cette substitution de l'écrit vers les supports électroniques semble être une révolution plus élémentaire que celle menée par Gutenberg. L'invention de Gutenberg a modifié le mode de reproduction de l'écrit en permettant une large diffusion des documents, mais il n'a pas altéré le livre dans sa matérialité. Avant, comme après, le livre est un objet composé de feuilles assemblées. La révolution actuelle ne modifie pas uniquement la technique de reproduction du texte, mais intervient donc sur les supports, les formes de l'écrit, ainsi la typographie et sur la place du lecteur face au texte. En s'immiscent progressivement dans notre société de communication, l'écrit numérique conduit à des modifications de comportements et d'habitudes pour l'écriture et la lecture des textes. De telles nouveautés semblent changer radicalement les règles de lecture, d'ergonomie et de composition instaurées depuis l'invention de l'imprimerie et du caractère mobile ; voilà pourquoi, malgré ma prédilection pour l'objet physique, je vais me questionner sur ces changements et analyser les nouveaux enjeux. Ce qui m'intéresse particulièrement c'est comment jouer sur les deux supports car typographie numérique suscite de nouvelles valeurs d'usage et de partage qui semble clairement opportun de manipuler tout en questionnant les critères de lisibilité et visibilité. Comment la transposition du texte imprimé au écrans change-t-elle son rapport à l'espace? Comment le numérique propose-t-il d'autres expériences de lectures ?

Verdana is a sans  
serif font **designed**  
**for the screen.**

*Verdana*, Matthew CARTER, Monotype & Microsoft, 1996.



---

**Publications  
numérique  
et imprimés :  
la complémentarité**

PLEASE

RELAX STEADILY

LIRT ~~SMOKE~~ W

USE ~~EAT~~ SING

~~TOUCH NEON~~ LO

EACH OTHER

SE

DANCE TOUCH

WONDER FEEL

LISTEN TALK

LOOK COMMUNIC

CAMERA FL

## Feuilleter/scroller : où est le tangible ?

Nos habitudes de lecture viennent à l'origine du papier, de la typographie, de la mise en page etc. Ces habitudes constituent l'élément clé de l'expérience de lecture et poussent les designers à réfléchir autrement sur les nouveaux supports (Kindle, iPad, tablettes et autres smartphones en tout genre). La plupart du temps, ce sont des objets qui diffusent de la lumière, utilisent le pixel comme unité de base, qui offrent parfois une autonomie limitée ou encore qui sont connectés à internet. Mais ces contraintes semblent disparaître avec de nouvelles idées et expérimentations, de nouveaux matériaux, de nouveaux projets.

Malgré le fort accroissement des publications sur le numérique, encore aujourd'hui énormément de livres imprimés sont encore édités en nombreux tirages. Or, avec cette augmentation du numérique, les tâches qu'employaient les imprimés (en règle générale) ont changés. C'est en parallèle que les imprimeries sont de plus en plus performante, avec de nouveaux systèmes d'impressions, comme le « computer to plate » - outils numérique permettant que créer les plaques d'impressions offset à partir d'un unique fichier d'ordinateur - qui ont permis des impressions plus rapide, avec une qualité élevé. Cela à donc permis un rendement fort avec des coups financiers plus bas que les décennies précédentes. Cependant, cela n'empêchera jamais de rivaliser avec le coup des publications numériques. De plus, le nombre d'exemplaire à tirer d'un imprimé est toujours limité, en contraction avec la publication numérique, qui, elle, est possible de publier à l'infini. On peut remarquer, depuis ces 5 dernières années, que notre société où nos fichiers se rapproche plus de l'immatérialité que du tactile, la valeur d'un objet-réel, avec une dimension dans l'espace - semblerai aujourd'hui avoir de plus en plus de valeur, par son authenticité tactile et la limite de tirage.

Et pour faire un parallèle avec la musique, cet effet du numérique sur les objets imprimés nous rappelles à tous, le destin du vinyles ainsi que du CD, quelques années plus tôt. Une sorte de dématérialisation des musiques (ou bien donc ici, de l'imprimé) qui aujourd'hui, se revoit vivre un regain d'énergie, au où moment le téléchargement musical est démocratisé. Le besoin est aujourd'hui, pour certains, de revenir à la matérialité, ou du moins, d'avoir un certains choix, et de pouvoir faire le parallèle.

L'écran fonctionne plutôt comme un rouleau, jusqu'à « l'infini ». Ce système est alors appelé *scroll* dans le jargon du numérique. De son origine, cela définit simplement l'action de dérouler un parchemin. Un anglicisme, devenu aujourd'hui mot courant, qui signifie simplement le fait de défiler verticalement le contenu d'un document sur un écran d'ordinateur à l'aide de la molette d'une souris, d'un pavé tactile (touchpad, trackpad), mais également sur un écran tactile de téléphone portable ou de tablette à l'aide d'un doigt. Le verbe *scroller* fait aujourd'hui parti de notre dictionnaire. Une preuve bien réelle pour l'engouement du numérique. La page web est alors un volumen, on la déroule. Avoir une « fin de page » n'existe finalement pas sur le web, à proprement parlé. La troisième dimension, celle de l'épaisseur du livre, l'ensemble des pages, reste virtuelle, le lecteur faisant dérouler le texte au fur et à mesure. Ce *scroll* apporte alors obligatoirement un nouveau sens de lecture du texte. La « règle » fait donc *scroller* une page de haut en bas, comme un parchemin. Pendant qu'en Occident nous lisons de gauche à droite, et en Orient de droite à gauche, et que chaque culture à ses règles, le numérique et les nouvelles technologies ont réussis à créer un système avec un usage de lecture universelle.

#### IV. Publication numérique et imprimées : la complémentarité

La page, elle, incarne encore aujourd'hui aussi bien un objet qu'une idée et son organisation influence ce qu'elle transporte. L'agencement du texte et des images permet de donner à voir des contenus qui sont transportés par la page et agit sur leur réception. Actuellement, la page est plus définie comme une feuille de papier, le plus souvent d'un format standardisé (A5, A4...). Le papier a des dimensions fixes et un contenu immuable. Sur l'ordinateur, lorsqu'on ouvre une fenêtre on peut tout aussi bien dire que l'on ouvre une page. Le champ sémantique servant à qualifier les objets digitaux destinés à la lecture prend entièrement racine dans le celui de l'imprimé. En parlant de « page », on imagine son état physique. Pourtant sa surface d'inscription est toute autre.

Cependant, les similitudes entre l'imprimé et le numérique sont nombreuses autant dans les termes que dans les propriétés, mais celle de la page, selon moi reste la plus significative. Dans l'imprimé, la mise en page est faite d'un assemblage de groupes de données différentes (textes, images, éléments graphiques...).

Leur agencement permet une circulation entre ces différents blocs mais surtout de leur donner un sens en tant qu'ensemble. Délimitée par ses bords, la page permet de visualiser l'ensemble des informations qu'elle contient. Elle est aussi une surface, depuis longtemps appréhendée, associée à la notion d'espace. Souvent associée au livre, elle est aussi un outil pédagogique. La mise en page imprimée à ses règles, ses repères, ses grilles. Ces normes régissent la manière de lire un texte. Elle répond à un canon d'utilisation. Des critères qui semblent tellement aller de soi que nous en avons oublié l'origine, car leur but premier est souvent de ne plus être perceptible. La fenêtre, quant à elle, est un cadre redimensionnable qui recouvre partiellement ou entièrement la surface de l'écran. Le contenu qui y est donné à voir ne représente pas forcément l'intégralité de ce qu'elle peut contenir. L'espace de l'écran, lui, répond aux mêmes règles mais présente pour le moment une visualisation imitée de l'imprimé et ne prend pas encore en considération toutes les possibilités de son support. On remarque alors deux termes bien distinct : la *page* et la *fenêtre*, pour plus ou moins exprimé la même chose sur deux supports différents.

La *page* est donc principalement un format prédéfini et réelle, matérialisée dans le champ de l'imprimé, quand à la *fenêtre*, le terme s'explique par le fait que sur l'écran la mise en page ne possède pas de limites fixes définies par ses bords. Sa mise en page évolue en fonction de la taille que l'on souhaite donner au cadre « page ». Il y a donc obligatoirement un hors champs qu'on ne retrouve pas sur un imprimé. Un livre correspond donc à un contenu tandis que la fenêtre s'adaptera en fonction de son contenu car elle peut en recevoir de différentes formes.

Le terme page utilisé dans le numérique est donc mal adapté si l'on prend sa définition première dans l'imprimé. Le vocabulaire numérique, ancré dans la culture de l'imprimé, doit encore trouver ses propres définitions pour décrire ce qu'il représente vraiment : un nouvel espace aux limites franchissables. C'est là, que le terme feuilleter/scroller prend alors tous son sens.... La mobilité a permis à la lecture numérique de retrouver une part nouvelle de son expérience. En effet, comme le livre papier, les terminaux mobiles qu'ils soient smartphones, tablettes ou autres supports de lecture transportables, offrent une nouvelle dimension dans cette expérience. Intime, le livre numérique tient au creux de la main, on peut le toucher avec le doigt, il est possible de le secouer, de le géolocaliser, de changer son aspect, etc. Il devient alors un objet vivant à part entière.

La lecture (et par complémentarité la typographie) sort des sentiers battus et se réapproprie sa nature première au travers du numérique. Elle redevient une expérience sensible et émotionnelle que chacun peut s'approprier au travers du texte, de sa mise en forme mais aussi grâce à la façon dont on découvre le texte, le note, interagit avec celui-ci. Il se cristallise alors des nouvelles expériences de lectures. La technologie devenant un problème de faible mesure, le lecteur, continu d'avoir le choix entre la lecture classique, habituelle et toutes ces nouvelles formes d'expériences littéraires et typographique (qui marche de pair). Je crois fermement que ce sera surtout notre façon de lire, d'assimiler un texte scolaire, de dévorer un roman policier, de parcourir une information, survoler un tweet de 140 caractères, d'user à trop lire une lettre d'amour ou encore de conserver précieusement une carte postale, qui évoluera dans un mélange entre papier & écran, jusqu'à se fondre et à en oublier même la distinction que l'on fait entre les deux.

Le terme *tangible* provient du latin *tangere*, qui signifie toucher. Aujourd'hui il évoque ce qui est perceptible par le toucher. Dans ce sujet, je vois le tangible autour de la typographie multisupport comme une notion autour de l'appréciable, du palpable et principalement dans une optique sensible et visible. Ces nouvelles méthodes, amène alors un passage du tactile (en provenance donc du numérique), souvent catalogué comme froid, impersonnel à un retour de l'affect. En effet, même si nous sommes dans l'air du « tout tactile » et de ses écrans de verre tout autour de nous, la prochaine étape est, selon moi, le retour au tangible, à l'objet, connecté mais matériel. La typographie est encore, avec le numérique un outil essentiel à toutes compositions, à toutes connotations. Maintenant, s'il est toujours possible d'ébaucher et de dessiner un caractère avec des outils traditionnels, sa création n'est plus une simple affaire d'encre et de papier mais aussi d'électricité, de lumière, de bits. À un support de travail horizontal - la table - est venu s'adjoindre un autre, vertical - l'écran. Ce double support permet principalement aujourd'hui plus de possibilités graphiques et techniques.

#### IV. Publication numérique et imprimées : la complémentarité

La typographie doit faire front sur les deux supports et faire passerelle, tant bien sur le plan technique que esthétique. J'évoque par là, l'idée d'aller alors à double sens en matière d'esthétique. Aujourd'hui, le numérique, à permis d'entretenir les anciennes typographies destinées à l'impression et de leur redonner vie, quelques soit le traitement subis, et d'être utilisable sur des support numérique, et papier par l'outil informatique. Elle est comme détournée de son utilisation première. Elle est devenu un outil de création, de déformation. Object vectoriel, elle est sur numérique, totalement malléable. À l'inverse, la typographie conçue sur et pour le numérique, est rarement détournée de son utilisation sur les supports imprimés, tantôt sur un aspect totalement esthétique, reprenant les codes graphiques du numérique et du web, que sur les systèmes de mise en page et de lecture du texte.

Il me semble logique de voir aussi le numérique aussi comme un outil qui permet d'avoir une inscription intemporelle propre, c'est-à-dire que le numérique permet dans un second temps de figer « le papier », et inversement. Il y a une réelle complémentarité, tant bien sur la technique que sur le graphisme. Il vaut voir ce rapprochement entre papier et écran comme une phase intégralement naturel et un nouvel enjeux plastique, graphique et technique à explorer.

Aujourd'hui, certains typographes et graphistes, se jouent de cette passerelle. Avec cette omniprésence du numérique et des écrans, les supports proposent une approche typographique formaté pour ne pas dire « classique ». Les polices système que nous utilisons quotidiennement, telles que cette fameuse police *Arial* sont devenues tellement communes qu'il est presque unimaginable de les utiliser hors de la sphère digitale. L'expression esthétique qu'il a été possible de réaliser avec le Print est plus difficilement réalisable sur le web, mais c'est sur ce front que les tendances évoluent et que les typographies dites « fait main » ou « rétro », et autres émergent dans des contenus primaires comme des titres, des en-tête de texte ou encore des infographies. Une nouvelle liberté d'action qui entraîne des expérimentations typographiques d'envergure. En 2016, la typographie mondiale constitue alors un fort écosystème numérique où foisonne une « typodiversité » d'une variété et d'une qualité plus extraordinaires que jamais.

Reprenons l'exemple de l'artiste Ben. Célèbre à travers notamment ses « écritures » déclinées sous diverses formes, ses performances et ses installations ; il appartient au groupe Fluxus (mouvement d'art contemporain des années 1960 qui touche aussi bien les arts visuels que la musique et la littérature) et aussi très proche du Lettrisme. Le Lettrisme est un mouvement, apparu en 1945, qui se définit comme un mouvement culturel fondé sur la novation dans toutes les disciplines du savoir et de la vie. C'est un art basé sur les lettres ou les phonèmes (élément sonore du langage). Pour citer l'exemple précédent et ses autres œuvres, Ben utilise la typographie pour produire un art de l'idée. Même si aujourd'hui, pour la plupart des personnes Ben, est un « simple » artiste qui écrit des phrases, au feutres blanc sur fond noir, imprimées sur papeterie bon marché pour le tous public, il est en premier lieu un artiste engagé, où ses accroches sont là pour faire réagir et donner du sens.

plus ça  
change  
plus c'est  
la même  
chose

Ben

#### IV. Publication numérique et imprimées : la complémentarité

Les phrases que Ben écrit peuvent être des vérités, des commentaires (sur le monde, l'actualité), des scénarios, des invectives (au public, au monde de l'art), des constatations. Ses écritures, messages humoristiques ou bien sarcastique sont des proverbes auxquelles il croit, ou des pensées qui traversent son esprit à un moment précis, et dans lesquels chacun peut se reconnaître.

Son humour aide alors à poétiser la vie qui nous entoure et à poser un regard neuf sur elle. Ces phrases se caractérisent par un respect limité de la syntaxe et de l'utilisation systématique du texte manuscrit blanc sur fond noir. L'écriture de Ben a toujours été celle qu'on lui connaît, celle de l'enfant que l'on fait écrire au tableau et qui s'y prend assez mal. Son médium est froid et ne prend pas en compte une esthétique particulièrement touchante, il échappe à toute forme traditionnelle d'art. Son écriture attachée et enfantine, lisible par tous est généralement composée de peu de mots qui forment un appel au lecteur. Ces textes allient la plus grande impertinence et la plus grande justesse. En ce sens son message s'adresse surtout au regard et non à la pensée. Il apostrophe le spectateur dans la foule de visuels autour de lui, et l'exploite en multipliant l'imprimé de ses textes. Apparaissant donc brusquement dans le champ visuel du spectateur, elles arrachent un sourire, et donnent souvent matière à penser. On peut évoquer cette notion de tangible, autour de cette écriture manuscrite. Sans le vouloir, au fil des années Ben, à démocratisé l'écriture manuscrite. Devenue force de caractères, cette écriture qui lui est propre amène de l'affect, et du sens. Il a, je pense, apporté cette notion tangible et sensible à la typographie. Difficile de faire un lien direct avec le numérique, sur cet exemple, mais c'est un moyen de montrer comment le visuel typographique peut devenir matière, plastique, et ainsi tangible. S'intéresser à l'aspect sensible d'un texte typographié, c'est d'abord donc définir plus précisément ce que cette notion représente. C'est non seulement la perception au travers des différents sens (dans notre cas majoritairement la vue), mais surtout la capacité de percevoir des sentiments.

J'ai ainsi remarqué que nous entrons fortement dans une ère où la notion de plaisir par l'effacement de la technologie (tout en continuant d'utiliser les prouesses techniques) sont profit d'un côté « magique » des interfaces entre papier et numérique. La typographie doit rendre compte de cette nouvelle ère, et doit être un outil graphique, et plastique se devant de jouer avec les règles esthétiques et physiques. Le public ne se soucit plus vraiment du « comment ça marche » mais plutôt de l'expérience magique que cela offre. Un réenchâtement du quotidien en quelque sorte.

## Réenchanter la lecture : une inscription temporelle de l'imprimé au numérique

Aujourd'hui, la corrélation entre le développement industriel et l'érosion de l'imaginaire, au détriment du sensible, de la poésie, et de la pensée symbolique se fait de plus en plus sentir et le terme réenchantement du monde devient une réflexion récurrente. L'esprit imaginaire s'en retrouve alors confronté, il est donc dans le besoin de faire un rappel à l'imaginaire et au renouveau du sens. Un éloge du sensible, du sensuel en contre-partie de la rigueur.

Le terme *réenchantement du monde* est employé pour la première fois dans l'ouvrage<sup>27</sup> de Bernard Stiegler. Il fait référence à la phrase d'accroche du Medef, pour son université d'été « Le réenchement du monde ». Bernard Stiegler est un philosophe français qui axe sa réflexion sur les enjeux des mutations actuelles (sociales, politiques, économiques, psychologiques) portées par le développement technologique et notamment les technologies numériques. Prenant au mot cette accroche, il cherche à comprendre comment notre époque et les précédentes nous ont amenés à ce qu'on pourrait appeler un *désenchantement*. Paul Valéry pressentant la catastrophe où aller mener le nazisme constatait déjà dès 1939 une « baisse de la valeur esprit ». Obsédés par la capacité des nouvelles technologies à véhiculer des images et des sons, nous en avons presque oublié que nous sommes des individus polysensoriels, portés tout autant par le toucher et l'odorat, de façon plus subtile, mais aussi profonde et complexe. À chacun de pouvoir redonner sens au monde, en réenchantant le monde. À vrai dire nul ne réenchante le monde, il s'agit seulement d'une question de regard. L'œil pragmatique rend la vision poétique, la rend belle et lumineuse. Aujourd'hui, il ne suffit plus d'améliorer notre savoir technique, il nous faut aussi découvrir un ordre sensé du monde et notre place dans celui-ci. Cela passe alors, par chaque domaine qui nous entoure.

<sup>27</sup> *Réenchanter le monde, la valeur esprit contre le populisme industriel*, Bernard STIEGLER, Éditions Flammarion, 2006.

Je suis très surpris de la faible part donnée à l'analyse du réel plaisir de lire dans la majorité des nombreux articles et conférences concernant la lecture sur support numérique. Car c'est principalement avec l'arrivée du numérique que la typographie c'est souvent retrouvée au rang zéro de la densité, et de l'expérience personnelle. Tous les supports numériques ont enlevé peu à peu toutes les sensations du toucher, du sentir. Le rendu est souvent plat, insensible, sous contrôle, et voir sans affecter. Mon discours est sûrement trop brutal, trop exagéré, mais c'est un moyen d'exprimer mon point de vue sur la typographie d'aujourd'hui. Je n'enlève en rien, que l'existant me fascine, que j'ai bel et bien ma liste de typographies préférées. Mais, il y a, semble-t-il un fossé, entre le support papier et numérique. Le terme réenchanter, peut ainsi prendre sa place, autour d'un axe du plastique. Quand les fins connaisseurs parlent de typographies, ils vont principalement évoquer les termes techniques : crénages, fut, interlettrage, traverses, bas de casse, etc. Ils ne vont pas négliger l'esthétique loin de là. Mais celle-ci va passer essentiellement par la technique. Très rare, sont ceux qui vont oser parler de typographie liquide, vaporeuse, brumeuse, encrée, pixelisée, etc.. Basé sur des simples critères visuels. Bien entendu, après tout ce qu'ai pu exprimer dans ce mémoire, il n'y a nul doute que ré-enchanter une typographie utiliser pour du

#### IV. Publication numérique et imprimées : la complémentarité

texte de labour semble à l'opposé de mes propos. En toute logique, celle-ci, serait à la limite du *lisible*. Mais, en contrepartie, une typographie de titrage, peut, être au premier rapport *visible*. Elle, est dans un sens, là pour attirer le lecteur à lire la suite, et donner le ton. Tout est encore jeux de connotations. La typographie est du ressort exclusif de la perception visuelle, mais elle ne doit pourtant pas ce mettre de barrières. La typographie est une technique d'écriture, mais c'est avant tout une pratique graphique et plastique, appliquée à l'écriture dans fonctionnement complémentaire autour d'une construction de signification et d'une syntaxe du signe.

Dans sa globalité réenchanter le monde doit se faire de manière personnelle par la pensée et l'imagination mais, c'est la société qui se voit engagé cette optique, par les produits qu'elle en dégage comme la typographie et le monde de l'éditions. La société devrait donner de nouvelles expériences au monde, en parallèle de ce développement industriel. Redonner, relancer le plaisir. L'imagination est une grande puissance d'invention sans limites qu'il ne faut pas mettre de côté, une pensée sans bornes à ne jamais essoufflé. Le moins imaginaire de tous, le sera tout de même. C'est au monde de rendre à chacun l'expérience de l'imagination, de la création, en dehors des codes de standardisation, de rigueur, de lassitude et d'insensibilité. Le souhait est de pouvoir laisser le libre arbitre au lecteur, laisser l'imaginaire faire la lecture, qu'il soit actif et non plus passif.

Il n'y a plus de différence entre perception et perceptif. C'est alors un régime de sensation sensorielle par l'olfactif et all factice qui se met en place, cela le rend alors plus intime, en se libérant des normes, car l'homme pourtant vis par ses récepteur olfactifs, mais pour autant, cette capacité est largement sous-exploitée. Après avoir sur-sollicité la vue et l'ouïe, on se doit de redécouvrir les vertus oubliés des effluves sur une population de lecteur saturée, exposée à des millions de caractères au cours de son existence. La difficulté est alors de faire simple tout en réconciliant technologie et imaginaire.

Réenchanter le domaine le domaine typographique peut être abordé sous différentes manières. Ce qui me semble le plus opportun en vue de tout ce que j'ai exprimé précédemment c'est de pouvoir expérimenter autour d'une tension négative ou positive entre le support numérique et le support papier, en prenant en compte les notions de *visible* et de *lisible*, autour d'un système de l'altération de la lettre.

Certains l'ont déjà bien compris. Herbert Spencer (1924-2002), designer britannique, éditeur, écrivain, photographe et professeur cite dans une revue<sup>28</sup> « La pratique et les techniques de la typographie ont considérablement changé, en cela que les évolutions techniques ont libéré la typographie des restrictions et de la discipline qu'imposaient les caractères en plomb, et lui ont permis de devenir de plus en plus visuelle et de moins en moins linéaire et linguistique. La frontière entre le graphisme, la photographie, et la typographie se sont dissoutes ; le mariage du mot et de l'image est consommé. »

<sup>28</sup> *Typographica*, Herbert SPENCER, *Typographica*, n° 16, Décembre 1967.

Si le créateur prend alors en compte ces données, il va pouvoir libérer le pouvoir réel de la typographie, jusqu'à peut-être créer cette « image » typographique.

Dans le magazine *Livraison*<sup>29</sup>, l'article de Benoit Buquet, maître de conférences enseignant l'histoire et la théorie de l'art contemporain mentionne le terme de « typographie liquide ». Cette expression est un moyen d'invoquer la typographie par une métaphore. *Liquide*, signifie selon lui qu'une typographie doit « saisir, à travers les productions historiques ou contemporaines, en quoi elle réarticule une fois de plus les rapports complexes entre langage, image, lisibilité et visibilité. » C'est une manière de refuser la casse du caractère, et d'évoquer une nouvelle matière modifiable, déformable, et d'interroger la typographie sur cette continuelle fièvre des unités numérique menant à « l'atomisation de la lettre et du mot ». Il est des exemples où la lettre se dilate et s'anamorphose. Typographie et dessin de lettre, pourtant liés, se retrouve en tension. Edward Ruscha, en 1966 pourtant très attaché à la typographie traditionnelle, consacre une série de peinture ; la série des *liquid words*. Ruscha voit dans cette production une alternative à la peinture rigide, des mots qui avaient à respecter un certain design typographique. Edward Ruscha cherche à engagé à l'écrit en tant que partie intégrante de l'expérience artistique et initie alors défis conceptuels. Cette création va obligatoirement imposer des choix, faire appel à des cultures communes, et surtout stimuler l'imagination, et toucher la sensibilité de celui qui regarde. Edward Ruscha, crée à sa manière, une typographie tangible, entre « liquide » et rigide. En règle général, lorsque les artistes s'approprient l'écriture, ils se heurtent aux codes typographiques et aux habitudes de lecture. Mais une œuvre d'art ne devrait pas si conformer si elle souhaite susciter une réaction de la part du spectateur. De ce fait, le conditionnement typographique du lecteur entre en conflit avec le message émis ou alors l'écriture paraît « décalée » par rapport aux autres éléments. Le décalage, la métaphore, font partie d'un discours artistique qui permet de construire une subtile et sensible rhétorique de la typographie par l'image, et ainsi son réenchantement.

<sup>29</sup> *Langage et typographie*, Revue d'art contemporain, Livraison 13, Éditions Rhinocéros, 2010, *Typographie Liquide*, Benoit BUQUET - p. 42.



*Eye*, Edward RUSCHA,  
Lithographie, 43,2x61cm,  
collection de l'artiste, 1969.

**Les bons caractères  
d'imprimerie sont solides.**

Jan TSCHICHOLD, *De la typographie*, Livre et typographie.



---

# **Les expérimentations plastiques et graphiques**

Après cette étude théorique autour de mes champs de recherche sur le langage typographique, autour des notions de lisibilité et de visibilité, sur les supports numérique et papier, il me semble opportun de réaliser des expérimentations plastiques pour dégager de manière visuelle mon point de vue, et ce que je pourrais apporter de sensible à la typographie.

Une première expérimentation s'opère autour d'une dialectique totale entre les deux supports. Je souhaite voir l'altération comme une phase positive qui ouvre un espace plastique, et qui défait le modèle classique. Je cherche alors à interroger la question de la poétique d'altération, (du processus de création) qui renvoie à l'expression plastique, que peut devenir la création d'une typographie. Il me paraît, de plus, logique de contrôler la résolution numérique au sein du procédé de création par d'autres formes de résolutions. Je souhaite mettre en tensions deux techniques, qui permettrait par la suite d'altérer aussi sur la disjonction plan/surface.

Suite à mes paramètres prédéfinis, et à partir de mon analyse, j'ai décidé d'orienter mon travail expérimental sur une technique qui m'est propre, et qui semble répondre à mon questionnement. L'optique est de créer une typographie à l'encre de chine noir et à l'eau sur un support peu absorbant, qui laisse l'encre agir lentement. Le travail de l'encre s'opère au pinceau réservoir de manière à former des « taches typographiques ». Une création manuelle et rapide. Cette première étape m'amène à concevoir cette disjonction et cette relation plan/surface, cette rupture entre plan et surface. Le support, dans un premier temps, où l'encre se pose sur le papier, agit lentement, et agit en fonction de ce support, choisi précisément. C'est à dire, que des paramètres physique doivent être déterminés en fonction de la demande (avec aussi la matière et la manière) pour opérer un système plastique précis.

## V. Les expérimentations plastiques et graphiques

Sur un support lisse et bien déterminé, dès lors la tache formée, et avant que l'encre s'imprègne entièrement du support, une photographie est prise dans l'instant. Une typographie aléatoire, prise sur le fait. Une typographie éphémère, qui amène l'altération du modèle typographique. La typographie devient œuvre plastique positive par son altération et pas simple technique dans le but de former des mots. Et par cette notion d'éphémère et par la problématique du support, et avec une conduite créatrice, l'œuvre plastique est unique et ne peut être reproduite à l'identique. Il a surtout un réel contrôle de la résolution au sein du procédé de création, par d'autres formes de résolutions.

Deux systèmes de résolutions s'opèrent simultanément, et un contrôle du numérique se met en place dans la simple sauvegarde du travail plastique. Mettre en contraction, créer une dialectique, de ces deux résolutions peut alors amener à recomposer l'éphémère plastique par le numérique c'est à dire reformer des espaces plastiques modulables, et le numérique peut alors contenir ces espaces modulables.

Le processus interroge donc notre perception de la typographie en même temps que sa création, révélant de nouveaux concepts, avec des codes de reconnaissances de la typographie par la « forme » plus ou moins distincte. A trop pousser l'altération, je conclus aussi que la typographie peut être amené à disparaître et à laisser place à un ensemble d'éléments graphique, uniquement visuel. Il est donc important de trouver la tangibilité entre lisible et visible. Quand une typographie n'est plus « lisible », et semble devenir « visible ». Est-ce là, le réenchantement de la lecture ? Donner à voir ce que le lecteur ne s'attend pas à voir, et laisser le doute sur les limites ?

On remarque ci-dessus, que l'altération typographique par un travail plastique, fait fortement évoluer le genre, et casse les codes typographiques : interlettrage, interlignage, graisses, plein, délié, etc.) La lettre évolue par elle-même. L'altération se forme alors sur chacune, et séparément, tout en fonctionnement plus ou moins ensemble. Les codes typographiques eux-mêmes s'altèrent simultanément. Une deuxième dialectique ressort. Celle autour des formes de résolutions, qui sans cette tension, ne fonctionnerait pas.

La lettre remet ainsi en cause la poétique d'altération au sein même du domaine typographique par sa manipulation à l'infini. Si la typographie devient un outil malléable pour l'art, éphémère, la typographie peut alors s'adapter à de nouvelles conceptions, techniques de résolutions et altération. Peut-on alors dans le futur avoir une nouvelle interprétation de la typographie de ce qu'il se fait déjà aujourd'hui ? Aurait-elle une nouvelle altération, un nouvel usage quotidien, en dehors de ce qu'elle est aujourd'hui ? Pourrait-il signifier autrement ?









A

B

C

D

H

I

J

K

O

P

Q

R

V

W

D E F G  
H I J K L M N  
O P Q R S T U  
V W X Y Z



## V. Les expérimentations plastiques et graphiques

À partir de cette première expérience plastique, j'ai voulu traiter de manière plus graphique l'aspect esthétique du numérique au sein même de cette typographie et sur celle reprenant le titre de ce mémoire.

Le numérique a des codes visuels très personnels, comme l'imprimé. Cependant ce qui m'intéresse ici, ce ne sont pas les codes « classiques » que nous connaissons tous, mais plutôt les effets des « bugs », des pixels, de la basse définition que nous pouvons avoir chacun d'entre nous sur nos écrans. Le but de ces expérimentations et de confronter une typographie éphémère, sensible, à la dureté et la froideur du numérique. Dans la série d'images qui succède, la lettre subit le traitement du numérique : pixellisation, VHS, cryptage, etc. dans l'optique de voir où est la limite tangible entre les supports. Je cherche à reproduire des effets numériques sur une impression, à l'inverse de la précédente expérimentation. Pour cela, j'ai utilisé les effets des *glitch*. Techniquement, le *glitch* est le résultat imprévu d'un dysfonctionnement, une rupture dans le flux. Le terme désigne à l'origine un pic de voltage dans un courant électrique. Mais ces accidents fortuits peuvent aussi être créés délibérément. On suppose que le terme dérive de l'allemand *glitschig*, signifiant « glissant ». Le *glitch* est aujourd'hui totalement démocratisé dans le monde du design graphique et du web design : on appelle ça, le *glitchart*.

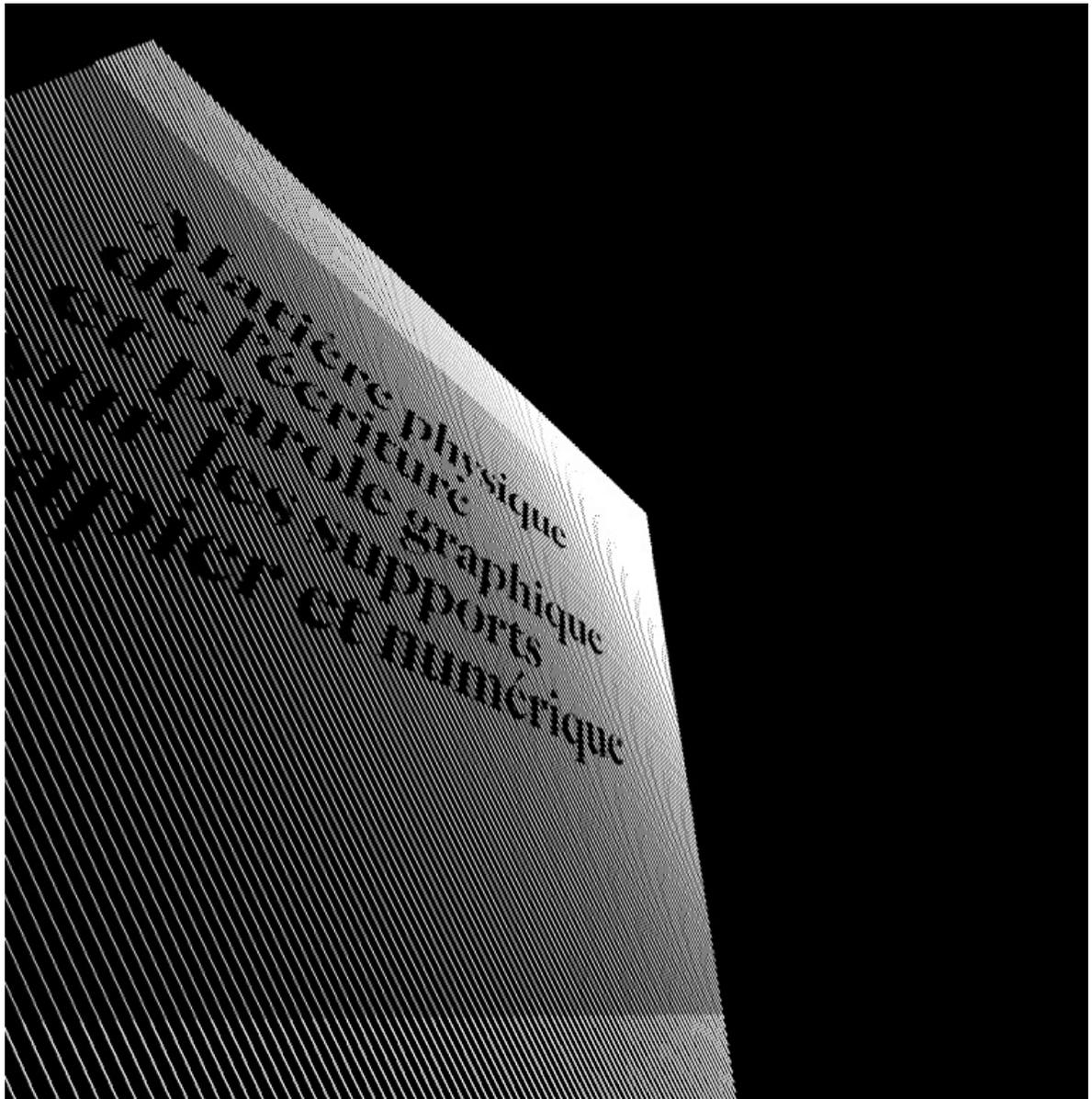
Pixels dégoulinants, images distordues, désintégrées en mosaïque de couleurs baveuses... Si les médias réduisent le *glitch* à un effet graphique sympa, le *glitch art* englobe une scène radicale, qui n'est pas tant intéressée par le résultat final que par le processus. Je vois le *glitch* comme l'expérience magnifique d'une interruption qui détourne un objet de sa forme et de son discours ordinaire. Plutôt que de créer l'illusion d'une interface transparente vers l'informatique, les effets se révèlent et se rappellent brutalement à l'existence de son utilisateur. C'est pour moi un moyen de rendre esthétique des aspects techniques et de jouer sur ça. De prendre le contre pied, et de voir comment la matière physique, renvoie une certaine parole graphique, entre deux supports, tout en cherchant la tangible visible/lisible.











Matière plurisécule  
de l'écriture  
et parole graphique  
sur les supports  
papier et numérique



Matière physique  
de l'écriture  
et parole graph  
sur les supports  
papier et numé

ue

*ique*

S  
*rique*

Matière phy  
de l'écritur  
et palette  
sur les sup  
papier et num

ique

phonique

métrie

# Matière physique et parole sur les supports papier et numérique

Sur ces expérimentations, je me suis principalement orienté vers un travail autour de la déformation, à l'aide de scanner et de photocopieuse. L'idée première est de rendre compte de la lisibilité du texte, et de voir qu'un caractère, malgré une déformation, si il est rattaché à l'ensemble d'une phrase il m'empêche en rien la compréhension du texte.

Matière physique  
l'écriture  
à parole  
sur les graphiques  
papier apparts  
et amén

Matière physique  
de l'écriture

et typographie  
sur les supports  
papier et numérique

Matière physique  
de l'écriture

et typographie

lie

ione



---

# Conclusion

Je suis loin d'être typographe, mais ce domaine me passionne, celle des lettres et de leurs formes. C'est un domaine infini de recherche, un jeu mental, une histoire, une construction, un espace, un lieu, un manifeste. Elle vit: elle se meut, se contracte, respire. La typographie est une envie, un désir, un amour, presque une obsession. Ce mémoire est le témoignage de mon amour pour les lettres.

Il est certain que notre métier connaît aujourd'hui un extraordinaire développement avec les technologies vectoriels du dessin d'alphabet. Il y a profusion et création, tous les jours. Mais il y a encore quelques décennies, le travail du graphiste et du typographe semble avoir été certainement plus gratifiant et reconnu du fait des contraintes de production de la pratique. Pourtant, la typographie, domine tellement le paysage urbain et familier que l'on ne peut y échapper. Sous toutes ses formes, de la plus ponctuelle et expérimentale à la plus classique et complète, elle reste un outil majeur du designer graphique et un objet de création à part entière, qui marque de son empreinte les pages de l'histoire du design et suit son évolution au jour le jour. La lettre est comme un organisme en perpétuelle mutation.

Les médias numériques, malgré leur création récente, ne cessent d'évoluer. Ils se sont démocratisés à travers le monde et leur usage est devenu commun. La plupart d'entre nous a accès soit à un smartphone, un ordinateur, ou une tablette. La visualisation à l'écran relève déjà de certaines normes, fortement ancrées dans l'imprimé. Aujourd'hui un support imprimé mène à différentes façons de visualiser les contenus tout en essayant de ne pas suivre les normes de mise en page. L'introduction d'une nouvelle technologie provoque donc une liberté d'action et entraîne des expérimentations typographiques d'envergure. Les typographes ont explorés les limites, et aujourd'hui toutes les tentatives sont permises. Ces découvertes donnent un nouveau souffle à la création de caractères typographiques de titrage. Les formes et les possibilités sont multiples et infinies. Il est certain que ce phénomène apporte son lot de bonnes et de mauvaises expérimentations, mais le procédé d'essai/erreur révèle souvent des trouvailles remarquables.

J'ai aussi clairement remarqué une division entre les designers « conservateurs » qui voient le papier comme un médium durable et une génération nouvelle qui utilise le numérique comme support artistique. L'émergence de nouveaux médiums de publication a contribué à ce débat, séparant de manière plus nette ces deux groupes distincts. Les publications imprimées sont en train de traverser un profond changement dû à l'omniprésence du numérique. En effet, la lecture ne se fait plus uniquement dans les livres, journaux ou magazines, elle se trouve sur une plus grande variété de supports. De telles nouveautés change radicalement les règles de lecture, d'ergonomie et de composition. En plus, le coût élevé de production des publications imprimées, doit faire choisir les éditeurs plus soigneusement les livres qu'ils publient face au contenu disponible sur l'internet.

## Conclusion

Le World Wide Web a, lui aussi, révolutionné le médium imprimé et plus particulièrement la manière dont nous consommons l'information. L'internet regroupe des flux d'informations presque infinis et principalement gratuits. D'autre part, le papier et l'écran sembleraient devenir complémentaires l'un pour l'autre, à mi-chemin entre le pixel et l'encre.

Voilà pourquoi, malgré ma prédilection pour l'objet physique, j'ai voulu questionner ces changements et analyser les nouveaux enjeux.

Comme on le cite Teal Triggs dans *La Typographie Expérimentale*<sup>30</sup>, il faut cependant faire attention à ne pas confondre « la création expérimentale de caractère, qui correspond à l'invention ou la production de polices de caractère et la typographie expérimentale, qui s'intéresse à l'utilisation de cette police dans la mise en page »

Il y a alors bien deux concepts à différencier dans le domaine de la typographie : la création de la lettre et son utilisation. On voit alors réellement naître une résurrection de la tangibilité. Des imprimeurs renouent avec le letterpress. Il se moquent bien des tendances de l'ère du tout numérique, en faisant le choix du plus ancien procédé d'impression : l'impression typographique, ou letterpress (donc) pour les initiés, dont le principe utilise une forme imprimante en relief. De quoi rendre un peu de sens à une typographie numérisée à souhait sur nos écrans. Il me semble qu'il faut revenir de préférence à l'artisanat - sans dénigrer le numérique que la technologie nous offre chaque jour - que par la productivité aveugle, le qualitatif plutôt que le quantitatif, l'expérimentation et l'originalité plutôt que la norme et la facilité, animés par le désir de remettre au centre de l'imprimé et du numérique la force et le sens de la composition, l'impact des couleurs, le toucher des papiers, résolus à partager l'enthousiasme que révèlent les sensations visuelles et tactiles des reliefs et l'authenticité, à s'épanouir dans la créativité au travers de l'exploitation des contraintes, décidés à faire redécouvrir le parfum d'un nouveau visuel.

<sup>30</sup> *La typographie Expérimentale*,  
Teal TRIGGS, Editions Thames &  
Hudson 2004 - p.7

La typographie a encore de beaux jours devant elle, malgré les modes et les tendances qui se succèdent à une allure incroyable. C'est à se demander comment la typographie pourrait-elle résister au pur phénomène de consommation et rester dans la recherche fondamentale de la tangible numérique / papier ?



## Bibliographic

**BARTHES Roland**

*Le message publicitaire, rêve et poésie,*  
Les Cahiers de la Publicité, n°1, volume 7, 1963.

**BRINGHURST Robert**

*The Element of Typographic Style,*  
Editions Hartley & Marks,  
quatrième mise à jour de la seconde édition, 2001.

**BRINGHURST Robert**

*La forme solide du langage,*  
Editions Ypsilon, 2010.

**CARSON David (et BLACKWELL Lewis)**

*The end of print,*  
Chronicle Book, Editions Laurence King, 1995.

**GARFIELD Simon**

*Sales Caractères, petite histoire de la typographie,*  
Editions du Seuil, traduit de l'anglais par Laurent Bury, 2012.

**GOODY Jack**

*La raison graphique,  
la domestication de la pensée sauvage,*  
Editions de minuit, 1997.

**MANDEL Ladislav**

*Du pouvoir de l'écriture,*  
Editions Atelier Perrousseau, 2004.

**HOCHULI Jost**

*Le détail en typographie,*  
Berlin, 1986 - rée. Éditions B42,  
traduit de l'allemand par Victor Guégan  
avec Pierre Malherbet, 2010.

**NOORDZIJ Gerrit**

*Le trait, une théorie de l'écriture,*  
Pays-Bas, 1985, rée. Editions Ypsilon,  
traduit du néerlandais par Fernand Baudin, 2010.

**SPENCER Herbert**

*Typographica,*  
Typographica, n°16, Décembre 1967.

**STIEGLER Bernard**

*Réenchâter le monde, la valeur esprit  
contre populisme industriel,*  
Editions Flammarion, 2006.

**STOICHITA Victor**

*L'effet Sherlock Holmes,  
variation du regard de Manet à Hitchcock,*  
Editions Hazan, 2015.

**TRIGGS Teal**

*La typographie Expérimentale,*  
Editions Thames & Hudson, 2004.

**TSCHICHOLD Jan**

*Die Neue Typographie,*  
Berlin, 1928.

**TSCHICHOLD Jan**

*Livre et Typographie, essai choisis,*  
PARIS rée. Editions Allia,  
traduit de l'allemand par Nicole Casanova, 1994.

**TZARA Tristan**

*Vingt-cinq poèmes, 1918,*  
rée. Editions Dilecta, 2006.

**UNGER Gerard**

*Pendant la lecture,*  
Éditions B42, 2015.

**VANDENDORPE Christian**

*Typographie et rhétorique du lisible,*  
Communication et langages, n°137, octobre 2013.

*Langage et Typographie,*

Revue d'art contemporain,  
Livraison 13, Editions Rhinocéros, 2010



**« Tant que je pourrai écrire une ligne , je serai présent parmi les vivants. »**

François Cavanna, *Lune de Miel*.

