

## EMIGRE, les « nouveaux Primitifs » du graphic design

In: Communication et langages. N°89, 3ème trimestre 1991. pp. 61-72.

### Résumé

EMIGRE est une publication trimestrielle qui s'adresse aux graphie designers du monde entier et qui en est bientôt à son 20e numéro. Je l'ai trouvée par hasard chez Tropismes à Bruxelles. Elle est au format 425 X 280 mm et compte plus ou moins 36 pages en couleurs. Mais des couleurs comme éteintes. Ou sourdes comme pouvait l'être une lanterne sourde. Je l'ai feuilletée et j'allais la remettre en rayon lorsque je me suis avisé de vérifier s'il y avait des publicités et lesquelles ? Il y en avait. Mais il fallait y regarder à deux fois pour les trouver. J'ai découvert celles de Esselte-Letraset, de Bitstream et de Apple-Macintosh ; ainsi qu'une interview de Matthew Carter et une autre de Erik Spiekermann. Du coup, j'ai acheté deux numéros séance tenante. Je les ai lus à grands renforts de besicles, de règles et de crayons. Je me suis efforcé de m'informer concernant les éditeurs. J'en ai parlé autour de moi pendant bientôt un an, à Mâcon, à Paris, à Bruxelles, à Lurs. Sans jamais éveiller aucun écho. À New York, à Boston, à San Francisco, à Londres et à Berlin, toute la communauté graphique connaît EMIGRE. En France, il a fallu que je rencontre François Richaudeau en personne et que je lui en montre quelques numéros, pour provoquer un sursaut d'intérêt non feint et pour qu'il me dise : « fais-moi un papier là-dessus pour le prochain numéro de Communication et langages ». Je lui ai confié les quelques exemplaires dont je disposais, lui laissant le soin de choisir lui-même les illustrations. Ce qu'il a fait avec Ulrich Meyer.

---

Citer ce document / Cite this document :

Baudin Fernand. EMIGRE, les « nouveaux Primitifs » du graphic design. In: Communication et langages. N°89, 3ème trimestre 1991. pp. 61-72.

doi : 10.3406/colan.1991.2317

[http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan\\_0336-1500\\_1991\\_num\\_89\\_1\\_2317](http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_1991_num_89_1_2317)

---

# EMIGRE, LES « NOUVEAUX PRIMITIFS » DU GRAPHIC DESIGN

par Fernand Baudin

EMIGRE est une publication trimestrielle qui s'adresse aux graphic designers du monde entier et qui en est bientôt à son 20<sup>e</sup> numéro. Je l'ai trouvée par hasard chez Tropismes à Bruxelles<sup>1</sup>. Elle est au format 425 X 280 mm et compte plus ou moins 36 pages en couleurs. Mais des couleurs comme éteintes. Ou sourdes comme pouvait l'être une lanterne sourde. Je l'ai feuilletée et j'allais la remettre en rayon lorsque je me suis avisé de vérifier s'il y avait des publicités et lesquelles ? Il y en avait. Mais il fallait y regarder à deux fois pour les trouver. J'ai découvert celles de Esselte-Letraset, de Bitstream et de Apple-Macintosh ; ainsi qu'une interview de Matthew Carter<sup>2</sup> et une autre de Erik Spiekermann<sup>3</sup>. Du coup, j'ai acheté deux numéros séance tenante. Je les ai lus à grands renforts de bécicules, de règles et de crayons. Je me suis efforcé de m'informer concernant les éditeurs. J'en ai parlé autour de moi pendant bientôt un an, à Mâcon, à Paris, à Bruxelles, à Lurs. Sans jamais éveiller aucun écho. À New York, à Boston, à San Francisco, à Londres et à Berlin, toute la communauté graphique connaît EMIGRE. En France, il a fallu que je rencontre François Richaudeau en personne et que je lui en montre quelques numéros, pour provoquer un sursaut d'intérêt non feint et pour qu'il me dise : « fais-moi un papier là-dessus pour le prochain numéro de Communication et langages ». Je lui ai confié les quelques exemplaires dont je disposais, lui laissant le soin de choisir lui-même les illustrations. Ce qu'il a fait avec Ulrich Meyer.

1. Elle a trouvé 10 points de vente à Bruxelles et en Flandre.

2. Harry Carter, le père, Matthew Carter, le fils, ont inventorié, avec l'aide de Mike Parker et M. Mélis, la plus belle collection de poinçons au monde : celle du Musée Plantin-Moretus à Anvers. Matthew Carter a gravé des poinçons pour Giovanni Mardersteig ; il a dessiné des caractères pour Linotype, Long Island, USA, lorsque Mike Parker y était art director ; il est à présent vice-président de Bitstream, Cambridge, Mass. USA, représenté en France par Nicole Croix, Paris Grenoble. Esselte-Letraset, c'est aussi U & LC et International Typeface Corporation. Ceux qui n'ont jamais vu ou entendu parler d'Apple-Macintosh ont besoin d'un check-up quel que soit leur âge.

3. Erik Spiekermann, c'est Metadesign, à Berlin c'est-à-dire un Mec du Mac s'il en est, dessinateur de caractères, graphic designer et auteur de *Studentenfutter*, que je traduirais par *Aliment pour étudiant* ou « Ce que j'ai toujours voulu savoir sur la lettre et la typographie sans jamais oser le demander. » (Context GMBH, Nürnberg).

### QU'EST-CE QUE LE GRAPHIC DESIGN ?

### QU'EST-CE QU'UN OU UNE GRAPHIC DESIGNER ?

On sait ce que c'est que le design et le designer. Ils sont dans le *Petit Robert* depuis 1978 au moins. Et dans l'usage courant depuis bien plus longtemps. Pour moi une ou un graphic designer, c'est en tout cas quelqu'un qui veut se démarquer du typographe et de la typographie. Quel que soit le sens de ces mots-là en 1991. Sinon, ce ne serait pas la peine de parler de graphic design.

Voici une définition américaine : « Le graphic design est omniprésent dans notre environnement quotidien où il contribue à notre divertissement et à notre information ; à moins qu'il ne contribue à augmenter la pollution culturelle. » Cette définition est de Caroline Hightower, directrice de L'*American Institute of Graphic Arts*, AIGA<sup>4</sup>, qui en parle comme d'une profession relativement récente. Une telle définition s'étend à tout ce que peuvent produire les calligraphes, les typographes, les photographes et les illustrateurs. Ensemble ou séparément. Mais puisqu'il s'agit d'une profession plutôt récente, il me semble qu'on pourrait dire, pour plus de précision, que le calligraphe fait du cousu main, que le typographe s'accommode du prêt-à-porter, que le dessinateur de caractères travaille en différé, et que le graphic designer ajoute les images, agite et mélange le tout au clavier et à l'écran de l'ordinateur. Le résultat est une immense marée noire et montante, doublée d'une pollution multicolore qui alarme tout le monde et où quelques apôtres de la qualité vont pêcher de quoi faire de temps en temps une exposition et un beau catalogue. .

### FAIRE DU NOUVEAU AVEC DU NOUVEAU

Une publication trimestrielle qui en est à son 20<sup>e</sup> numéro n'est pas tombée dans le vide. Elle répond manifestement à une forme de sensibilité latente qui n'attendait qu'une occasion pour marquer sa satisfaction. C'est pourquoi il ne convient peut-être pas de parler de provocation, en dépit des apparences. Car le fait est que, aux USA, *EMIGRE* fait un tabac, comme on dit familièrement. Comment peut-on le savoir ? Par le témoignage des Américains que l'on pouvait rencontrer à Oxford, à l'occasion de TYPE 90. Par la présentation qu'y faisaient applaudir Zuzana Licko et Rudy VanderLans (*Emigre*). En allant y voir à San Francisco. Par la lecture aussi.

4. *Graphic Design in America. A Visual language History*. Walker Art Center. Minneapolis. Harry Abrams Inc. New York 1989. Il s'agit d'un collectif où l'on retrouve des noms tels que : Saul Bass, Aaron Burns, Matthew Carter, Ivan Chermayeff, Milton Glaser, etc. (264 pages).

À Oxford, à l'occasion de TYPE 90, j'ai manqué leur présentation, parce que j'avais la mienne. À San Francisco, je n'ai pu parler à Rudy VanderLans que par téléphone. Et depuis nous n'avons pu échanger que quelques notes. J'en retiens qu'ils n'ont d'autre souci que de faire du nouveau avec du nouveau, et d'informer leurs lecteurs sur l'actualité telle qu'elle se fait sous nos yeux, en graphisme, en art, en musique, en photographie. C'est ce qu'ils font sous forme d'interviews. Ils n'ont pas de doctrine, ni de structure bien définies. Ils ne publient pas de manifestes. Voici quelques extraits de publications américaines.

Commençons par *New American Design*<sup>5</sup> : « D'après le dictionnaire, « un émigré, c'est quelqu'un qui est obligé de quitter son pays pour des raisons politiques. C'est loin d'être le cas pour Rudy VanderLans. C'est peut-être bizarre, mais le fait est qu'il a quitté son emploi et sa patrie, les Pays-Bas – où se font actuellement des travaux parmi les plus originaux dans le domaine graphique – parce qu'il en avait par-dessus les oreilles de faire des images d'entreprise. Selon lui, le graphic design se prête admirablement à l'expression personnelle. Or, je n'avais pas du tout le sentiment, dit-il, de m'exprimer en faisant des images d'entreprise. Après des études à Berkeley<sup>6</sup> et un bref séjour comme designer et illustrateur au *San Francisco Chronicle*, il ne trouva rien de mieux pour s'exprimer que de fonder son propre magazine et de le baptiser *EMIGRE*, bien sûr. »

Zuzana Licko, son épouse et partenaire, est d'origine tchèque. Après deux années d'architecture elle s'est lancée dans le graphic design. À présent, c'est elle qui dessine de nouveaux caractères pour chaque numéro d'*EMIGRE* en s'aidant du Mac, d'ATM et d'IBM. Caractères qui sont ensuite livrables en ce monde post-industriel, post-moderne, et en voie de déconstruction, partout où il y a des boîtes-à-lettres, au sens de Font-shops. C'est dans le même *Graphic Design in America* (p. 64) que Rudy VanderLans et Zuzana Licko se présentent eux-mêmes comme les nouveaux Primitifs. Mais c'est au même endroit que l'on trouve ceci qui contredit tout ce que nous reproduisons, traduisons et commentons : « Il n'y a pas de style d'ordinateur. L'informatique peut vous donner la composition typographique la plus courante aussi bien que les graphismes les plus sauvages. Prenez par exemple Zuzana Licko et Rudy VanderLans. Ils

5. *New American Design. Products & Graphics for a post-industrial age.* Par Hugh Aldersey-Williams. Rizzoli, New York, 1988, 192 pages.

6. Il faut ajouter qu'il est diplômé de l'Académie des Beaux Arts à La Haye où il fut l'élève de Gerrit Noordzij ; et que Z. Licko est licenciée en communication graphique de l'université de Berkeley, Cal. USA. Ils travaillent aussi en free lance.

« s'attachent aux contours les plus durs, ceux des premiers caractères, images et bitmaps obtenus par ordinateur. »

C'est exactement ce que Matthew Carter ne se lasse pas de répéter depuis plusieurs années. Mais ce qui devrait faire dresser les oreilles des lecteurs de *Communication et Langages*, comme cela a fait dresser les miennes, c'est que le même Matthew Carter, ainsi qu'Erik Spiekermann, l'International TypeFace Corporation U & LC sans oublier Roger Black font la publicité de ces jeunes gens (voir plus haut). Et de quelques autres. Car ils sont très loin d'être seuls, s'il est vrai qu'ils sont probablement les plus énergiques et les plus agressifs parmi tant d'autres publications de graphic design, qui sont apparus et qui ont disparu depuis 1982. Bien sûr, tous ne publient pas des périodiques, mais ils font partie des Mecs du Mac, la génération qui est en passe d'achever la déroute de toutes les technologies antérieures.

### PERFECTION = ENNUI ?

Dans un numéro spécial de U & LC consacré à TYPE 90, Erik Spiekermann classe les designers en jeunes, moins jeunes et vieux<sup>7</sup>. Pourquoi pas ? Tous les lecteurs du *Manuale tipografico* de Bodoni ont présent à l'esprit sa classification à lui : une typographie pour les presbytes, une pour les myopes, une pour les vues nettes. Depuis ce temps-là, c'est devenu tellement plus compliqué qu'il faudra bien un jour que quelqu'un classifie les classifications. En attendant, les jeunes ne veulent plus entendre parler d'une perfection synonyme, pour eux, d'ennui. C'est par exemple Petr van Blokland, Prix Charles Peignot, qui a programmé un alphabet aléatoire. Ce qui relève directement du chapitre « Form follows fun »<sup>8</sup> dans *New American Design* où j'apprends que cette attitude ludique est originaire de Milan et d'un groupe appelé *Memphis*, ce qui n'empêche personne, jeune, moins jeune ou vieux, de se conformer, quand il le faut, à l'ergonomie, à l'économie, à la fiabilité, au marketing, voire à la lisibilité, si le client n'est pas d'humeur à « rigoler » – passez-moi l'expression. Car il faut bien qu'un designer vive. Graphiquement et autrement.

Fernand Baudin

7. Sans oublier le numéro spécial de *Typographic* (n° 42, Spring 1991) qui porte le même message et les mêmes messagers – plus quelques autres.

8. Comme il s'agit d'un jeu de mots sur le slogan *Form follows function* qui fit des ravages dans l'architecture contemporaine, plutôt qu'un mot à mot, je traduirai par « l'esthétique ludique », qui est plus fidèle à l'esprit de la chose.

**this issue is about  
type. it is about our  
interest in the design  
of new typefaces,  
and our concern for  
their legibility and  
why we need new  
typefaces in the first  
place. ( all texts in  
this issue were  
meant to be both  
seen and read! )** Emigre

(n° 15, p. 3) *Traduction*: « Cette livraison est consacrée à la création des caractères, à leur lisibilité et au besoin que nous éprouvons toujours d'en faire de nouveaux. (Tous ceux qui figurent dans ce numéro sont destinés à la fois à être vus et lus.) *Emigres* »

*Commentaire* : 12 lignes de 4 mots qui ne s'alignent ni à gauche ni à droite, dans un format de 425 x 280 mm, ne risquent pas de passer inaperçues et il faudrait exercer un effort délibéré pour ne pas les lire. Tout est nouveau sauf le schéma de l'alphabet romain minuscule. Aucune coupure. L'absence de toute capitale n'est pas vraiment une nouveauté. Aucune marge identifiable comme telle.

(n° 15, p. 5) *Traduction* : « Le caractère que vous visez fut dessiné pour Max Kisman, un graphic designer et illustrateur amsterdamois. Il fait partie des *Ambassadors of Aesthetics* qui se signalèrent à *Emigre* en lui adressant un exemplaire de leur *TYP/Typografisch papier*. De publication spasmodique, ce journal se consacre à la typographie, au dessin des caractères et à la littérature. Il prétend être unique en son genre en Hollande. Il a achevé de nous convaincre qu'il convient de changer d'attitude en matière de caractères et que nous n'étions décidément pas des marginaux en la matière. Les membres du collectif *Ambassadors of Aesthetics* alternent dans l'édition et la production de chaque numéro. Aussi présentent-ils souvent des idées originales et des critiques mordantes, et toujours sous une forme inattendue et tout à fait originale. Max Kisman est un des fondateurs de ce groupe et se fit d'abord connaître comme *art director* de *Vinyl*, un périodique indépendant qui défendait la musique punk et new wave en rivalisant de provocation avec elles. Etc. (...) Il a occupé la même fonction chez *Language Technology*... Il était tellement séduit par l'informatique qu'il avait dessiné un timbre sur Amiga pour les PTT hollandais avant même l'apparition de la PAO. »

*Commentaire* : Le texte est composé dans un caractère que l'éditeur appelle orthogonal et dont le nom propre est , je crois, TT type 88 (?). Les 28 lignes de 14 mots alignent à gauche et à droite sans aucune marge à proprement parler. Comme elles ne sont décidément pas lisibles, n'en déplaise à Peter Mertens, l'auteur ou l'éditeur a translittéré l'orthogonal en caractères latins et dans un corps minuscule, presque microscopique, sur 30 lignes de 12 mots qui sont rendues parfaitement lisibles par un généreux interligne. On hésite à parler de Mallarmé qui aurait volontiers utilisé la PAO pour se dessiner des hiéroglyphes propres à écarter « les importuns, les intrus et autres philistins profanateurs » et pour n'être « déchiffré que des seuls adorateurs du beau inaccessible au vulgaire ; car il ne comprenait pas qu'un poète ne se contente pas des suffrages du sanhédrin de l'art » (in *L'art pour tous*, publié dans *Dix poèmes de Stéphane Mallarmé*. Exégèse de E. Noulet. Droz. Genève 1948. On hésite parce que l'inspiration et les aspirations de l'auteur du Coup de dés sont encore plus éloignées des motivations de nos designers que leurs graphismes les plus ludiques ne le sont de ces caractères « dont l'épanouissement fleurit à chaque aurore les plates-bandes d'une tirade utilitaire ».

### Texte de la couverture

(n° 18, p. 11) *Pratiquement chacune des lettres dans les 21 mots de ces 6 lignes centrées est une modification d'un même ou de plusieurs caractères. Le a minuscule orthogonal, par exemple, apparaît sous 5 formes ou dimensions différentes. Le e minuscule ou capitale n'en a pas moins de 13. Seules les signes de ponctuation ont une fonction grammaticale, les capitales n'en ont aucune, puisqu'elles interviennent au milieu, à la fin aussi bien qu'au début d'un mot ou d'une ligne. Si le tout a un sens, ce n'est pas la faute à Voltaire ni à Rousseau, mais peut-être à Shakespeare – à en juger par l'allure shakespearienne des notes interlinéaires en petit corps et alignées à gauche. Quoi qu'il en soit, je vois bien qu'on peut parler ici des paroxysmes de l'esthétique ludique. Banzai ! Je crois en outre que quiconque prêterait à Phil Baines l'intention de composer tout Shakespeare aussi ludiquement se tromperait sadiquement et masochistement.*



MAX KLEINER, F10, 1980, cover

The typography that you are now reading was designed by **Mat Kismán**, a graphic designer/journalist from Amsterdam. Emigre was introduced to Kismán's work when he and fellow members of the collective **WtH** (the Ambassadors of Aestheticism) sent us their magazine **TFP** (*Typografisch Papier* [*Typographic Paper*]). This irregularly published journal on typography, design and literature, which claims to be the only one of its kind in Holland, was instrumental in confirming our beliefs that there exist alternative opinions about type and that our own ideas concerning this topic were not entirely alien. The members of the collective take turns in editing and producing each issue, repeatedly succeeding in presenting fresh ideas and biting criticisms in an ever-unpredictable and highly original format.

Mat Kismán, as one of the founding members of this group, first gained notoriety as the art director for **Vinyl**, an independent magazine for alternative music. Punk and New Wave were still in their heyday and the creators of **Vinyl** felt the excitement should be matched in the design of the magazine. Headline typography were manually produced, setting faces were modified by optical slanting and scaling, and there was abundant experimentation with photocopying.

Soon after Kismán left **Vinyl**, in 1987, he designed and was art director for **Language Technology**, a magazine devoted to writing, translation, and getting machines to understand natural language. It was for this publication, which was entirely produced on the Macintosh, that Kismán designed one of his first typographic, a headline font called **L TYP**. As an early believer in the powers of the computer--before GTP was introduced in Holland, he had already designed a postage stamp for the Dutch Postal Service on an Amiga--he involved himself with the Macintosh from its introduction. Much of his early work, including the many typographic experiments he designed during this time, display the high level of experimentation that he does in order to understand and come to terms with the computer. With custom-designed typography, he says you can give a specific identity to a product. That is why and how I design.

The background typographic presented on this page was designed by this team, a graphic designer/journalist from Amsterdam. Emigre was introduced to Kismán's work when he and fellow members of the collective "The Ambassadors of Aestheticism" sent us their magazine TFP (Typografisch Papier) (Typographic Paper). This irregularly published journal on typography, design and literature, which claims to be the only one of its kind in Holland, was instrumental in confirming our beliefs that there exist alternative opinions about type and that our own ideas concerning this topic were not entirely alien. The members of the collective take turns in editing and producing each issue, repeatedly succeeding in presenting fresh ideas and biting criticisms in an ever-unpredictable and highly original format.

Mat Kismán, is one of the founding members of this group, first gained notoriety as the art director for Vinyl an independent magazine for alternative music. Punk and New Wave were still in their heyday and the creators of Vinyl felt the excitement should be matched in the design of the magazine. Headline typographic were manually produced, setting faces were modified by optical slanting and scaling, and there was abundant experimentation with photocopying.

Soon after, in 1987, he designed and was art director for Language Technology, a magazine devoted to writing, translation, and getting machines to understand natural language. It was for this publication, which was entirely produced on the Macintosh, that Kismán designed one of his first typographic, a headline font called L TYP. As an early believer in the powers of the computer--before GTP was introduced in Holland, he had already designed a postage stamp for the Dutch Postal Service on an Amiga--he involved himself with the Macintosh from its introduction. Much of his early work, including the many typographic experiments he designed during this time, display the high level of experimentation that he does in order to understand and come to terms with the computer. With custom-designed typography, he says you can give a specific identity to a product. That is why and how I design.



MAX KLEINER, Language Technology, 1988, cover



## **Legibility : Letters are legible. If some things are not legible, then they are not letters. Illegible letters do not exist. Illegibility does not exist.**

By Peter Mertens

Other methods, including other letter sign systems, exist beside our alphabet for changing sound into signs to render spoken language into symbols capable

Peter Mertens and Max Kisman (see next three pages) are members of "The Ambassadors of Aesthetics," a group of designers/artists from Amsterdam, Holland. As a collective, they publish TYP/Typografisch Papier (TYP/Typographic Paper). The text on this page was reproduced from "Mijn TYP," "IL, 1989, which was edited and designed by Peter Mertens.

of being read. It is also possible to create new systems, such as a system of random signs resembling written language in an associative way, which can be used to make stories. It is



equally possible to use signs as words or as entire stories. Every structure is language, everything is legible.

Legibility is an undefined notion, yet it is utilized. Researchers have tested the possibilities of creating optimal legibility in texts. They determined how wide a text column

should be, how high the ascenders are, what the optimal line spacing is, which typeface presents the most recognizable word shape. They have also found that text in capitals creates indistinguishable word shapes and that serifs create a more easily recognizable letter shape. This information is used

(n° 15, p. 4, 1/2 page supérieure) *Traduction* : « Lisibilité : les lettres sont lisibles. Si certaines choses ne sont pas lisibles, c'est que ce ne sont pas des lettres. Il n'y a pas de lettres illisibles. L'illisibilité n'existe pas.

« À part notre alphabet il y a bien d'autres méthodes qui ont recours à d'autres systèmes de signes pour transcrire le langage parlé en symboles susceptibles d'être lus. De même il est parfaitement possible d'inventer de nouveaux systèmes, par exemple des signes arbitraires ayant quelque analogie avec l'écriture et de s'en servir pour raconter une histoire. On peut aussi se servir de signes comme de mots, voire de récits. Toute structure est langage, tout est lisible.

« Bien qu'on s'en serve constamment, la lisibilité est une notion qui reste à définir. Des chercheurs se sont efforcés de cerner les conditions d'une lisibilité idéale pour les textes. Ils ont déterminé une longueur de ligne, la bonne hauteur des ascendantes, le meilleur espacement, etc. Mais pourquoi les gens n'aiment-ils pas cette uniformité ? Parce qu'il faut que la lettre vive. Et comme la marge de manœuvre est extrêmement limitée, il faut bien transgresser les limites de ce qui est considéré lisible... au nom de quoi ? »

*Commentaire* : Aucune marge à proprement parler. Dans la page entière il y a 32 lignes longues de 9 à 24 mots d'un même caractère grand œil en 6 corps différents. Sans parler des illustrations à la dimension des initiales ornées qu'elles ne sont pas et de deux groupes de 6 et de 3 lignes centrées et en tout petits corps. Le texte principal aligne à gauche et à droite et est largement interligné.

Les 3 premières lignes, en gros caractères gras, commencent par un mot (Legibility), en caractères normaux mais largement espacés et soulignés. Ce qui en fait une tête de rubrique bien plus qu'un titre. Elle est suivie de la signature de Peter Mertens en petit corps sortant dans la marge tout en empiétant sur l'interligne. Il n'est question que des caractères. Ni ici, ni ailleurs, nulle part, il n'est question des blancs qui constituent la moitié de toute lisibilité ou de toute esthétique de la lettre. Ceci n'est pas nouveau. Ce typo-tropisme caractérise l'essentiel de la typologie. Ce qui est nouveau, c'est l'omission tacite et apparemment systématique de tout ce qui pourrait rappeler la colonne de texte.

King  
O, my offence is rank, it smells to heaven;  
it harts the primal eldest curse upon't,-  
A brother's murder! - Pray can i not,  
Though inclination be as sharp as will :

King  
O, my offence is rank, it smells to heaven;  
it harts the primal eldest curse upon't,-  
A brother's murder! - Pray can i not,  
Though inclination be as sharp as will :

King O, my offence is rank, it smells to heaven, it  
harts the primal eldest curse upon't,- A brother's  
murder! - Pray can i not, Though inclination be as  
sharp as will : My stronger guilt defeats my strong  
intent, And, like a man to double business bound, I

King  
O, my offence is rank, it smells to heaven;  
it harts the primal eldest curse upon't,-  
A brother's murder! - Pray can i not,  
Though inclination be as sharp as will :

(n° 18, extraits des p. 16, 17, 21 et 22) Ces illustrations sont accompagnées dans l'original du commentaire suivant, sous le titre Across illegibility : « À travers l'illisible. Sur cette page et sur les neuf pages suivantes un extrait du Hamlet de Shakespeare, acte 3, scène 3, est transmis selon différents codes du code. Le code (l'alphabet) est modifié, selon le cas, par permutation ou par transmutation. » Ces genres d'exercices sont évidemment plus proches des travaux ludiques d'Oulipo que de l'exégèse cabalistique des rabbins.

# 1,2,3,4:

The title of this thesis could well be: 'The BA UHAUS mistake of legibility for communication, (it's a man's world).'

'...once more it was affirmed that at typography is not self-expression, but that it is founded in and conditioned by the message it must convey, and that it is a service art and not a fine art, however pure and elemental this discipline is.'

'Clarity must be particularly emphasised since this is the essence of our writing as compared with the pictorial communication of ages ago. Foremost therefore: ABSOLUTE CLARITY in all typographical works. LEGIBILITY - COMMUNICATION, that is, must never suffer from a priori assumed aesthetics. The letter-forms must never

The writers of our typography books bow down in admiration and awe: 'Typography must be clear communication in its most vivid form... clarity is the essence of modern printing.' '...the individual element - the artist's touch - is of absolutely no consequence.'

A new and richer vocabulary or a one directional (fast-forwards) world?, the white-gods or just boring bastards? The writers of the typo-books share the same world view as aforementioned 'b.b.s': starting from zero, the international spirit, logic, and mathematics, (more pipe-dreams than any (R) Catholic ethic!) they forget:-

- 1: What man is.
- 2: What words are.
- 3: WHAT WORDS CAN DO.
- 4: How words have been WRITTEN and PRINTED in HISTORY...

But how can you be a typographer without fully understanding these things? Let's ask the question, let's make a moral issue out of it... THIS IS A COLLAGE, many answers to these questions and others, a series of loose-ends, paradoxes, the political-historical-cultural BACKGROUND TO TYPOGRAPHY; (make-your-mind-up-time), putting The Bauhaus in its place - it really isn't that important.

ter he tried to use the visual, spatial, qualities of signs to express the same, his own t

Printed by Phil Baines at 'Typo-house', between 9.84 and 2.85.

'...language when truly comprehended aspires to the condition of music. By a gradual loosening of mirth and rage; the or transcendence of its own a, crashes, rumbles and c forms, the polyphony.

em strives to escape from the linear denotative, logically determined bonds of linguisticsyntax into what the poet takes to be the simultaneousities, immediacies and free-play of musical form.'

'Apollinaire was a singing-poet, and he didn't cease to be a singing-poet when later he tried to use the visual, spatial, qualities of signs to express the same, his own t

George Steiner: in 6 p.62

Jim Shelley: in 8

Stephan Thomers on: in 10 p.17

things in my creative bank, so to speak, which I could draw on later. I never thought of it as an approach I could use for commercial work and I never intended to be a printer either.

IN 1911: Has studying to become a priest had any influence on the work you did in art school? During your lecture in Oxford, for instance, you made many references to Gutenberg's 42 Line Bible and scribes' manuscripts and the way scribes used to break words randomly to fill out lines, etc. You had obviously studied old manuscripts.

PHIL: That is coincidental. The manuscripts came after the priestly bit. Most of my interest in the old scribes' manuscripts came from reading Marshall McLuhan's The Gutenberg Galaxy and at the same time I was reading McLuhan, there was the 'look' exhibition in London, the first of three major exhibitions about English culture covering the period from 900 to 1900. I don't think that studying to become a priest influenced any of my work, really, except maybe, because of the priesthood, I was slightly more in tune with what was going on in the manuscripts.

IN 1911: In the article for this issue of Emigre, you mention that Modernism has failed us. Do you mean that it has failed the world of graphic design as a whole, or that it has failed you as a graphic designer who works in a very specific area of design where Modernist ideas have never really quite worked, and maybe where it was never intended to be used?

PHIL: I think it failed in total. The trouble is that it has become a dogma. It has become a method by which one places little grey blocks onto the page. But when I say that Modernism failed us, I am well aware of the generalist idea. However, it is important for me to throw the mantle off, so to speak. Because there are so many liturgical notions that came down with Modernism, such as the idea that sans serif typefaces are more legible than serif typefaces, for instance. Or that clarity is always most important. These are myths, but they pretend to be scientific, objective, truth. I think Modernism never really found the sort of widespread home in England as, let's say, it did in Holland. I think Modernism in England has always been a kind of design for designers.

A kind of insider, elitist vocabulary, rather than the 'universal' visual language it was supposed to be. British design has been dominated primarily by the type of 'Ideas Graphics' as produced by Pentagram or, more recently, The Partners. The smart, clever idea type of design, very much like advertising, which is what we rebelled against at college.

IN 1911: You also mention that you think the best graphic design comes from people trained in painting and printmaking. Could you elaborate?

PHIL: What really irritated me about my graphic design education was that it was all about graphic design, and nothing else. You never saw any artists' books, you never saw any concrete poetry or all those great artists who were working with words. If you approach graphic design from a visual point of view, as I tend to do, there's much more to learn from painting and printmaking than there is from graphic design. That is why I quoted that again. I think that the references in graphic design education, as I experienced it, were not wide enough.

IN 1911: On page 6 of the YAK portfolio you state: 'I have no

left right  
forget remember

3

(n° 18, p. ab<sup>3</sup>) *Commentaire* : Il ne saurait être question, pour des raisons d'espace et de délai, de traduire toute cette page qui est, il faut le dire, d'une forte densité culturelle. Elle se divise en trois éléments distincts : un texte intitulé 1, 2, 3, 4 séparé par un filet orné vertical de l'interview par Emigre ; et, en pied, un groupe que je ne puis interpréter faute de disposer de l'ensemble. Le texte principal est disposé sur 3 colonnes de 42, 39 et 45 lignes alignées à gauche et à droite et comptant 2 à 4 mots coupés n'importe où, sans aucune indication de coupure en fin de ligne - il y a toutefois 3 coupures, mais en début de lignes. Il y a un corps de Garamont capitale et minuscule du romain et du gras ; et trois corps d'une linéale en capitales et minuscules du maigre et du gras. Une initiale

en capitale demi-gras et deux en gras sont mal proportionnées aux blancs qu'elles occupent.

Les 103 lignes de l'interview ne sont alignées ni à gauche ni à droite, mais elles sont centrées. Elles sont normalement espacées et interlignées et comptent 2 à 7 mots par ligne.

L'auteur du texte principal, Phil Baines, s'en prend à tous les dogmatismes : traditionnels ou modernistes, disant qu'ils n'ont oublié que 4 choses : 1. Ce que c'est que l'homme ; 2. Ce que c'est que les mots ; 3. Ce que les mots peuvent faire ; 4. Comment les mots ont été écrits et imprimés au cours des siècles. Il nie l'importance du Bauhaus. Il cite Moholy Nagy, El Lissitzky, George Steiner, Jim Shelley et Stephen Themers. Il vante l'enseignement du graphisme en Hollande. Il dénonce la pauvreté de l'enseignement correspondant en Angleterre. Comme il est passé par un séminaire, il a été initié, dit-il, aux manuscrits. (NB. En Angleterre et ailleurs, il y a peu de séminaires assez riches pour cela.) De là une présentation extrêmement complexe. Il n'y a aucun pastiche à proprement parler. Mais elle combine des allusions aux manuscrits glosés, à la poésie concrète et aux spécimens de caractères.



(n° 15, p. 9, partie supérieure) Traduction du texte d'accompagnement (non-reproduit ici) : « Ces dessins ont été faits à Iowa City il y a cinq ans. Ils devaient servir d'italique pour un autre caractère, Arcatext, qu'on pourrait décrire comme un linéale humaniste, car il est composé de formes géométriques pour la plupart. C'était en effet le but de l'exercice : combiner des éléments géométriques en termes typographiques, de manière à faire sortir des articulations et des conditions insolites. En cours de travail, il s'est trouvé un client pour Arcatext, mais qui voulut une autre italique. Ce qui fit abandonner la piste initiale. C'est Emigre qui nous a demandé de la reprendre, après avoir vu les dessins originaux et quelques collages expérimentaux. Zuzana Licko en a réalisé la digitalisation en trois graisses pour compléter la famille Triplex. C'est pour cette raison qu'elle a raccourci les longues du haut et du bas : pour aligner sur celles du Triplex. » (Signé en négatif dans un ovale allongé horizontalement ; John Downer, San Francisco, mars 1990.)

Commentaire : À l'examen on découvrirait assurément qu'aucun tracé régulateur, aucune grille, aucune section dorée, n'a jamais généré un caractère aussi délibérément géométrique ni des pages de texte qui le sont aussi peu.

Why do something that goes against the grain  
design low resolution typefaces. It has something  
it sits right. You don't feel like you're beating

*Which of your typefaces do you like best in this respect*

**OAKLAND SIX**; they really work well at  
resolution programs and you can use them in  
*they feel comfortable to you and me  
people supposed to understand the  
uncomfortable to people who event*

(n° 15, p. 13 – morceau) *Traduction du texte dont seulement un fragment est reproduit ici :*  
« Pourquoi faire des choses qui vont tellement contre le poil de la technique utilisée ? C'est pour cette raison que je préfère encore maintenant dessiner des caractères à grosse définition. C'est une question d'élégance. Quand on est naturel tout va bien. On n'a pas à lutter contre le courant. Faire ce que me convient, voilà ce qui me fait plaisir. *Emigre* : Dans ces conditions, quel est celui de vos caractères que vous préférez ? *Zuzana* : Des caractères à grosse définition comme *Emperor Eight* ou *Oakland Six*. On obtient d'excellents résultats sur ordinateur, à tous les niveaux. Que ce soit en haute définition ou en Mac Paint ils sont toujours aussi satisfaisants. *Emigre* : Bon, d'accord, ils nous conviennent à vous, à moi et à l'ordinateur. Mais les autres ? Comment pourront-ils s'en accommoder ? Y voir un imprimé ? Pour des gens qui ne pensent qu'à la lecture, c'est loin d'être satisfaisant. *Zuzana* : Et pourquoi ? D'après moi, c'est tout simplement qu'ils n'ont pas l'habitude ! » (Plus loin, elle ajoute : « C'est peut-être l'affaire d'un siècle ou deux » – ce qui évoque irrésistiblement La Fontaine, *Fables*, VI, 19 : *Avant l'affaire, le Roi, l'âne ou moi, nous mourrons.*)

*Commentaire : Il s'agit de la partie gauche de 9 lignes parmi les 37 lignes de 15 à 20 mots, en romain, en italique et en 9 corps différents. Il est essentiel de signaler que dans la partie du texte qui n'est pas reproduite, Emigre admet que leurs caractères ne conviennent pas pour une lecture soutenue.*