

HISTOIRE DE L'IMAGE ET DE LA CONCEPTION GRAPHIQUE

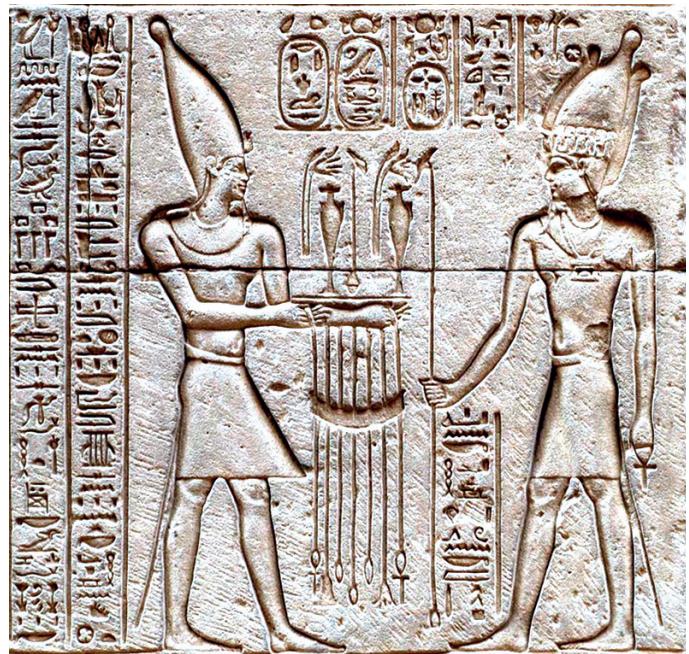
La design graphique a été façonnée par les circonstances sociales, culturelles, politiques et technologiques tout au long de son histoire.

Des hiéroglyphes égyptiens qui ont été réalisées pour enregistrer l'histoire, ciselés ainsi dans la pierre pour durer une éternité, à la xylographie (impression par matrice en bois) chinoise, qui a commencé au troisième siècle sur tissu, rendant la reproduction du texte et de l'image matériellement possible.

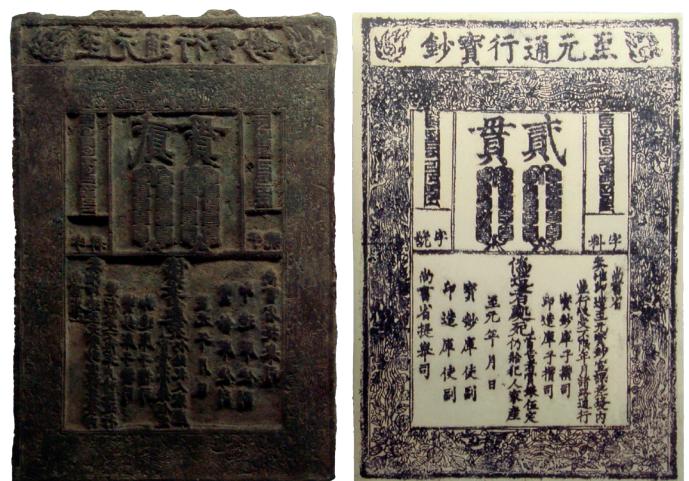
Puis sur papier, qui se substitua aussi, aux peaux de par-chemin en Occident au huitième siècle.

Les premiers livres reliés entièrement en papier ont rapidement suivi au Moyen-Orient, leurs pages étant protégées de l'humidité par un calage à plat les unes contre les autres. Bien que l'Asie aient inventait l'imprimerie, les Bibles européennes ont continué à être transcrives avec des plumes d'oie pendant des siècles. Ce procédé fastidieux et exigeant était un rite religieux pour les moines qui servaient de copistes, d'éditeurs et d'enseignants, jusqu'à ce que **Johannes Gutenberg** imprime une Bible à l'aide de caractères mobiles. Chaque innovation reflétait les besoins culturels et économiques de la société qui l'avait produite.

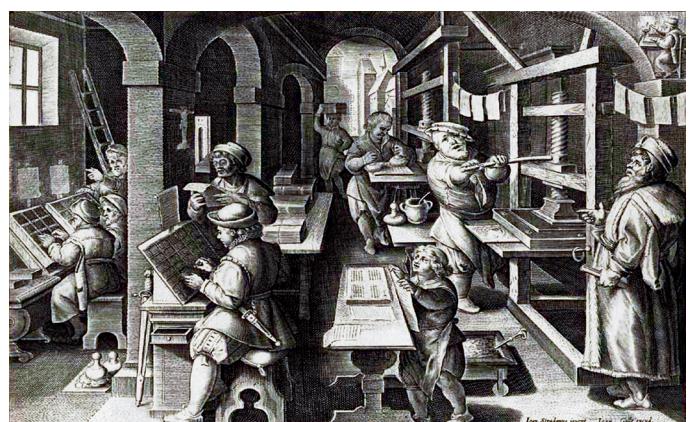
Aujourd'hui, il n'en va pas autrement. L'imagination des graphistes est guidée par les innovations et les besoins de la société contemporaine ; leurs créations sont le reflet du monde social, culturel et politique dans lequel ils vivent. En se penchant sur l'histoire de leur art, les graphistes peuvent mieux comprendre leur propre travail dans un contexte plus large. Comme dans tout domaine, la connaissance de l'histoire donne à chacun le bagage et la liberté nécessaires pour innover et se développer.



Hiéroglyphe présent sur le temple d'Aten, Thoutmôsis III (XVIIIe dynastie)



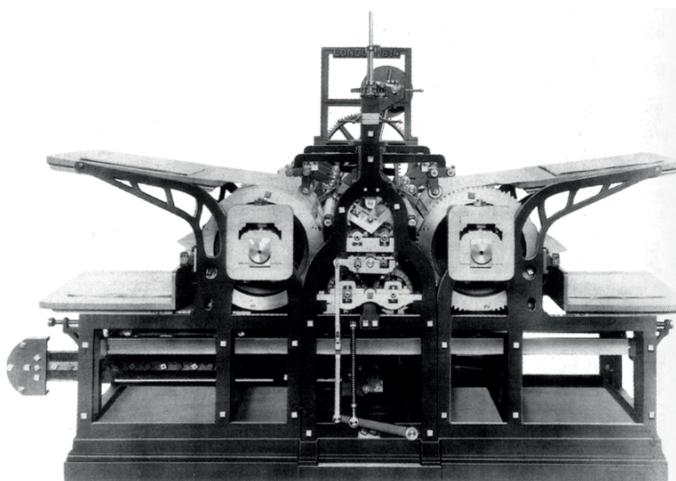
Plaque d'impression de la dynastie Yuan, 1274



L'atelier de l'imprimeur, gravure de Giovanni Stradano, 1570

Expansion industrielle

Une accélération de la technologie a commencé à s'imposer en Europe à la fin des années 1700, alors que les économies passaient du travail manuel à la fabrication mécanique. Des inventions telles que la machine à vapeur, mise au point par James Watt (1736-1819), ont contribué à cette révolution industrielle, en particulier en Angleterre. Dans les années 1850, l'économie nationale de l'Angleterre était dominée par la fabrication, et sa structure de pouvoir est passée des propriétaires terriens aux industriels. Au fur et à mesure que les gens ont commencé à remplir les villes pour travailler dans les usines, leur pouvoir d'achat a augmenté. Les produits qui leur étaient proposés ont suivi le rythme, tout comme la publicité. Les journaux, les magazines et les affiches ont prospéré. Pour les inventeurs européens, l'Angleterre était un débouché. Le Français Nicolas Robert (1761-1828) a conçu sa première machine à fabriquer du papier par rouleaux en 1799, ce qui a donné lieu à des brevets et à un développement ultérieur en Angleterre par les frères Fourdrinier. L'impression à la vapeur ne tarde pas à suivre, apportée au Times de Londres en 1814 par un Allemand, **Friedrich Koenig** (1774-1833). La fabrication du papier et la vitesse de la presse ont réduit le coût des imprimées, les rendant plus accessibles au public. En conséquence, la conception d'annonces et de dépliants devint une activité spécialisée, considérée comme une tâche distincte de l'impression et de la production. Les possibilités commerciales et artistiques se sont développées au fur et à mesure que la technologie disponible permettait aux concepteurs de progresser.



Presse à vapeur par Friedrich Koenig, 1814

Parallèlement la première photographie permanente a été réalisée en 1826 par l'inventeur français **Joseph Nicéphore Niépce** (1765-1833). Le partenaire de Niépce, **Louis -Jacques-Mandé Daguerre** (1787-1851), a encore affiné l'invention en accélérant le processus de développement de huit heures à trente minutes et en inventant un moyen de fixer l'image sur la plaque argentée exposée. En 1839, l'invention du daguerréotype, terme désignant ce type de photographie primitive, est officiellement annoncée. Les photographies semblaient d'abord irréelles pour un grand public plus à l'aise avec les illustrations faites à la main. Mais bientôt, les entreprises de presse et les annonceurs ont commencé à s'appuyer sur les photographies pour vendre leurs journaux et leurs produits. Les consommateurs pouvaient non seulement voir des images réelles des corsets, des chapeaux et des calèches qui étaient vendus, mais aussi les visualiser de manière indiscutable et immédiate.

Un autre des inventeurs des premiers procédés photographiques, le scientifique anglais **William Henry Fox Talbot** (1800-1877), a créé une image négative à partir de laquelle un nombre illimité de tirages papier (appelés calotypes) pouvait être réalisé. Brillant scientifique, écrivain et photographe, Talbot était également graphiste. Sa publication *The Pencil of Nature* a été le premier livre illustré photographiquement, et une de ses pages intitulée *The Open Door*, est un exemple de communication significative créée par ce nouveau média. Composés à la manière d'une peinture de genre hollandaise du XVII^e siècle (populaire en Angleterre à l'époque), les objets quotidiens sont chargés de



Le Point de vue du Gras, Nicéphore Niépce, 1827

symbolisme et de sens : un balai fait main, métaphore du vieux monde agraire (dessin et peinture), se penche à l'extérieur d'une vieille maison. Le balai s'aligne sur l'ombre de la porte ouverte - les deux pointent vers l'intérieur obscurci. À l'arrière de la maison, la lumière passe par une fenêtre. Talbot a essayé de représenter un monde au-delà du cadre et un avenir pour le nouveau médium de la photographie, basé sur la mécanique.



Le Point de vue du Gras, Nicéphore Niépce, 1827

La typographie a également changé. Jusqu'au XIX^e siècle, l'impression se limitait essentiellement aux livres. La révolution industrielle a entraîné une demande de brochures imprimées, d'annonces de produits et d'affiches publicitaires. Une variété de caractères d'affichage en bois a vu le jour, ainsi que des catalogues de spécimens de caractères. Jusqu'à cette époque, les prospectus ressemblaient aux pages de titre des livres, les caractères des livres étant simplement agrandis. Parmi les deux fondateurs anglais de caractères typographiques du XVIII^e siècle, citons **William Caslon** (1692-1766), dont le caractère de 1724 était si distinct et lisible qu'il a été utilisé pour établir la Déclaration d'indépendance états-unienne. Dans le domaine de la publicité, de nouveaux caractères d'affichage ont été introduits. Les caractères «Mécane» de Grande-Bretagne ont été conçus pour se démarquer et inscrire l'information de manière visible. Ces caractères étaient utilisés sur les brochures, les affiches et tout ce qui comportait des textes de courte longueur. Le créateur de caractères britannique Robert Thorne (mort en 1820) a inventé le terme «empattements égyptiens» pour décrire ces empattements épais, car les lettres ressem-

blaient au poids et à la rudesse des hiéroglyphes. En 1803, Thorne a développé ce qu'il a appelé les caractères Fat Face, qui avaient un aspect et un poids encore plus audacieux que les Égyptiens. Les Fat Faces séduisaient les annonceurs en raison de l'impact qu'elles créaient sur la page. De nombreuses variantes des Fat Faces ont rapidement suivi, y compris des italiques inclinées vers l'avant et vers l'arrière, des lettres en ligne, des ombres et des lettres en relief tridimensionnelles.

La composition de livres a également suivi la demande croissante à mesure que l'alphanumerisation s'est développée, et en 1886, l'inventeur allemand **Ottmar Mergenthaler** (1854-1899) a perfectionné ce qu'il a appelé sa «linotype machine». Le processus mécanique de composition des caractères a transformé l'industrie. La lente mise en place manuelle des caractères, lettre par lettre, a été remplacée par des caractères composés à partir d'un clavier et transmis à une série de matrices qui contenaient des formes de lettres en laiton, puis, coulaient des lignes-bloc de plomb et d'étain prêts à être encré.



Specimen de fat face (ici Sphinx) par Deberny & Peignot, 1925

Du Gothique au Mouvement Arts and Crafts (1880-1910)

Les écrits de Ruskin ont inspiré un renouveau gothique en Angleterre et de l'autre côté de l'Atlantique, en Amérique. Le style gothique a imprégné l'art et le design dans les domaines de la peinture, de la sculpture, de la musique et de l'architecture. L'architecture était la forme d'art la plus importante et la plus originale pendant la période gothique. Le pont de Brooklyn (1883), conçu par l'immigrant allemand **John Augustus Roebling** (1806-1869), est un grand exemple du style gothique, ses arcs pointus contrastant avec le système de suspension en fil d'acier, le premier du genre et la technologie de construction la plus avancée de son époque.



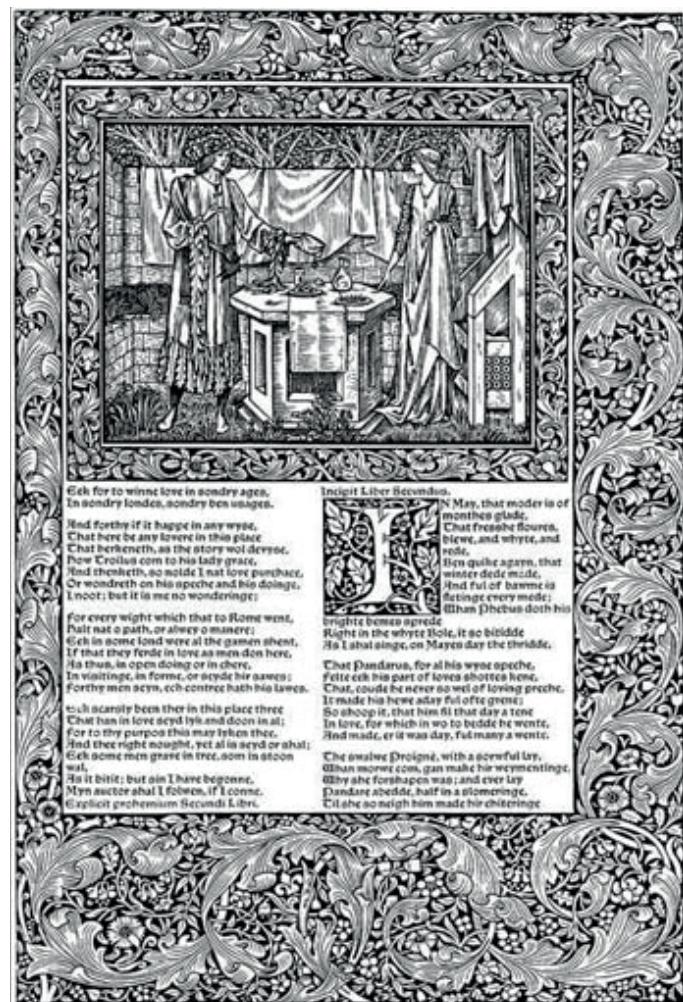
Pont de Brooklyn, John Augustus Roebling, 1883

Le premier mouvement artistique à grande échelle qui a émergé des théories de Ruskin a été le mouvement Arts and Crafts. **William Morris** (1834-1896) a ouvert la voie, se consacrant de manière prolifique à une philosophie de l'art qui préconisait de se tourner vers le Moyen Âge et, en particulier, vers les formes naturelles qui étaient adoptées à cette époque. On parlera de «Préraphaelisme», en référence à une période antérieure au œuvre de Raphaël. La marque de fabrique de Morris pour sa **Kelmscott Press** est un exemple magnifiquement conçu d'un engagement à retrouver les formes d'art artisanales du passé. Certains des plus grands exemples de l'art du livre imprimé sont sortis de Kelmscott Press. Pour la mise en page des Contes de Canterbury, Morris a également conçu les trois polices de caractères utilisées (Golden, Troy et Chaucer), chacune s'inspirant des styles typographiques du XVe siècle. La philosophie du mouvement Arts and Crafts était que les formes artisanales apportaient un plaisir physique et spirituel à son travail. Morris a donc

né l'exemple, en s'employant à la fabrication de meubles et d'armoires, de papiers peints, de céramiques, ainsi que la conception de textiles et de vitraux.



Colophon signature des presses de Kelmscott, William Morris, 1891



Specimen de papiers peints, William Morris, 1880 à 1910



Specimen de papiers peints, William Morris, 1880 à 1910

Esthétisme (1870-1914)

Le mouvement esthétique a porté la question de la finalité de l'art plus loin que le mouvement des Arts and Crafts, en prônant une séparation complète de l'art de la morale et de l'utilité. L'esthétisme a commencé dès 1818 lorsque le philosophe français Victor Cousin (1792-1867) a inventé l'expression «l'art pour l'art». Basée sur la recherche d'une beauté idéale, l'idéologie du mouvement esthétique voulait retirer complètement l'art du commerce et de l'industrie et établir une relation plus directe entre l'art et la vie. Deux de ses grands défenseurs sont l'écrivain Oscar Wilde (1854-1900) et l'illustrateur **Aubrey Beardsley** (1872-1898). En fait, Beardsley a acquis une grande notoriété en 1894 avec ses illustrations pour la pièce Salomé d'Oscar Wilde. En mêlant le style curviligne de l'Art nouveau aux formes contrastantes des estampes japonaises, il crée des dessins nouveaux, élégants et sensuels.



Salomé par Aubrey Beardsley, 1891

Art nouveau (1890-1910)

Les mouvements Arts and Crafts et de l'Esthétisme ont directement inspiré l'Art Nouveau, qui est rapidement devenu le plus englobant des mouvements artistiques du tournant du siècle. En outre, le Japon a commencé à commercer avec l'Occident après 1853, et les gravures sur bois et les ornements japonais ont influencé une génération d'artistes occidentaux. Le vocabulaire de l'Art nouveau des formes naturelles comprenait les oiseaux, les fleurs et les vignes, qui étaient traduits en formes et motifs très contrastés. L'impact et l'énergie de ces formes étaient attrayants mais reflétaient également la rupture de l'Occident avec la dépendance traditionnelle de l'histoire et des classiques pour ses sujets.



Ferronnerie, Victor Horta, 1901

Le style a débuté avec le travail de l'architecte belge **Victor Horta** (1861-1947). La pièce maîtresse de son travail pour son projet de maison à pampilles était un escalier. L'intégration du motif dans l'espace a éloigné l'architecture de la boîte rigide et a apporté un flux organique à l'extérieur comme à l'intérieur. Avec le développement de l'Art nouveau, presque tout ce qui était peint, fabriqué ou conçu était affecté, des théières aux entrées de métro. Les marques General Electric et Coca-Cola conçues à cette époque ont été utilisées en permanence depuis lors, avec de légères modifications seulement.

L'expression la plus exubérante de l'Art nouveau se trouve dans l'œuvre de l'artiste français **Henri de Toulouse-Lautrec** (1864-1901). L'impression commerciale était à un point où les graphiques et les couleurs pouvaient être reproduits sans grande perte de qualité, et cette évolution a inspiré des artistes comme

Lautrec à travailler dans ce médium. L'inspiration des planches de bois japonaises se retrouve dans La Goulue de Toulouse-Lautrec par son utilisation de la couleur et de la ligne plates. Ces éléments créent un impact visuel, tout comme le contraste entre le danseur de cancan et la foule noire en arrière-plan. Ses sous-vêtements deviennent complètement blancs, le papier lui-même devenant partie intégrante du dessin. En répétant les mots «Moulin Rouge» sur l'affiche, Toulouse-Lautrec a également fait des avancées typographiques en imitant le rythme rebondissant de la salle de danse.

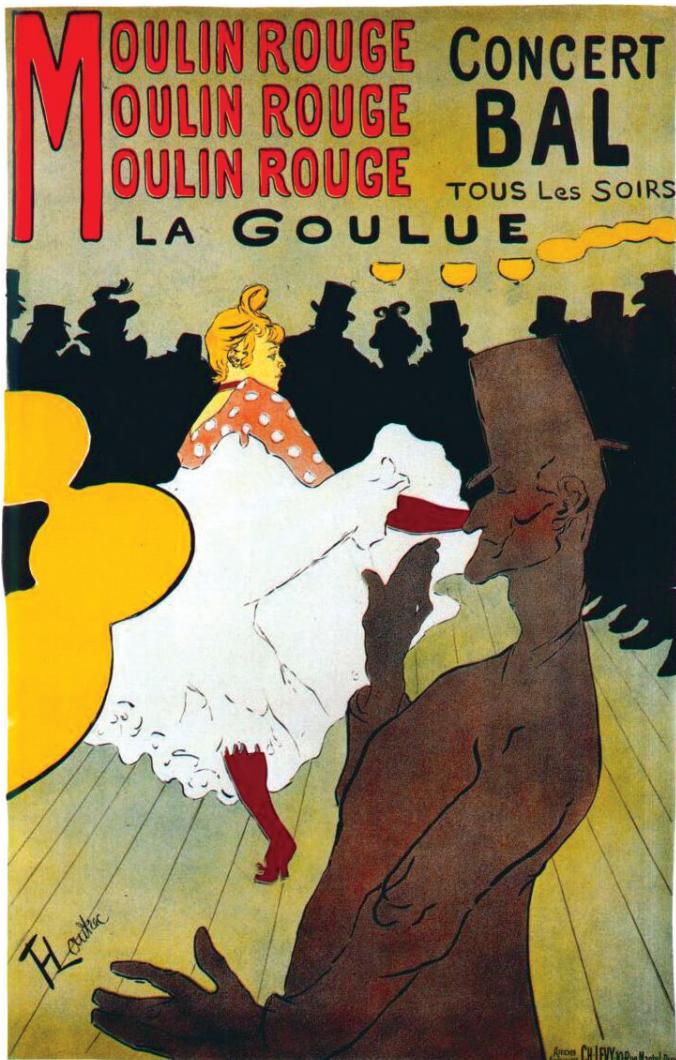
Plutôt que de s'asseoir comme un titre séparé, les mots s'intègrent dans l'espace de l'affiche. En regardant bien, vous verrez quelque chose d'inédit dans la conception de l'affiche - l'observation personnelle de Toulouse-Lautrec. Le visage de la danseuse est psychologiquement éloigné du décor, avec une expression presque triste. Cette tristesse, en contraste avec le cadre joyeux, était un

clin d'œil personnel au mouvement féministe naissant qui gagnait du terrain en Europe. Toulouse-Lautrec se consacrait à la représentation de la vie sociale dans les cafés, théâtres, salles de danse et bordels parisiens, et l'inclusion de cette subtile suggestion de malheur dans l'œuvre signalait des possibilités nouvelles et expressives pour le graphisme. Un média très public avait soudain de la place pour une voix personnelle.

Vers une sensibilité moderne

Au début du XXe siècle, la vie quotidienne des gens est devenue beaucoup plus complexe. Les innovations dans tous les domaines de l'étude humaine commençaient à être motivées par des concepts qui ne pouvaient être exprimés que de manière abstraite. La théorie spéciale de la relativité d'Albert Einstein (1879-1955) (publiée en 1905) a changé notre compréhension de l'espace et du temps, tout comme les écrits de Karl Marx (1818-1883) ont changé notre compréhension de la politique et du gouvernement. Dans les arts, la photographie a offert une représentation visuelle réaliste de notre monde, incitant les peintres à se tourner vers d'autres modes de geste et d'expression. Les artistes se sont de plus en plus concentrés sur les qualités intrinsèques de leur ligne médiatique, de leur forme et de leur couleur. Le processus de distillation de l'information en éléments ou qualités de base est devenu connu sous le nom d'abstraction. Sous sa bannière, les artistes et les designers étaient libres de se défaire des limites de la représentation littérale. Les architectes pouvaient abandonner les styles du passé en faveur d'une forme d'architecture basée sur des préoccupations fonctionnelles essentielles. Tous les arts visuels ont été considérablement transformés par ces changements révolutionnaires.

Henri van de Velde (1863-1957) a apporté une sensibilité moderne, une conscience et une réactivité accrues, au design graphique. Formé comme peintre en Belgique, van de Velde a fortement influencé la naissance de l'Art nouveau dans ce pays. Disciple de William Morris et du mouvement Arts and Crafts, il croyait au concept de design total - une union entre les beaux-arts et les arts appliqués. Contrairement à Morris, van de Velde a adopté une attitude contemporaine dans son travail en regardant



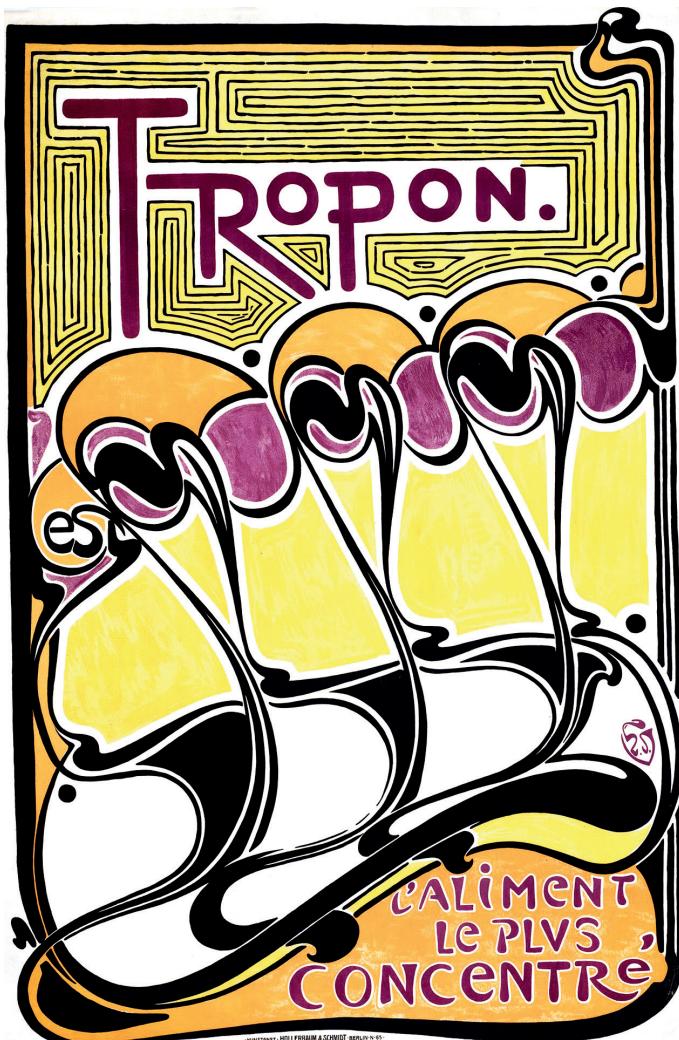
Salomé par Aubrey Beardsley, 1891

vers l'avenir plutôt que vers le passé. Une affiche pour le concentré de nourriture Tropon illustre l'idée moderne qu'il recherchait. Elle a l'allure de l'Art nouveau, mais la forme de l'affiche n'est pas simplement décorative. Le processus de fabrication de Tropon fait partie du contenu de l'affiche - les formes du centre fluide sont des interprétations abstraites de la séparation des œufs et des jaunes. Les motifs en spirale complexes sont directement déterminés par la forme des lettres du mot «Tropon». En ce sens, l'affiche était un précurseur du modernisme fonctionnel. En fait, van de Velde, dans ses dernières années, a réorganisé la Kunstgewerbeschule (école des arts et métiers) de Weimar, en Allemagne, posant ainsi les bases du Bauhaus qui allait suivre.

L'architecture et le design graphique commençaient à partager les sensibilités modernes de l'abstraction. L'une et l'autre se sont influencées. Les travaux des architectes **Charles Rennie Mackintosh** (1868-1928) et **Frank Lloyd Wright** (1867-1959) ont montré les signes

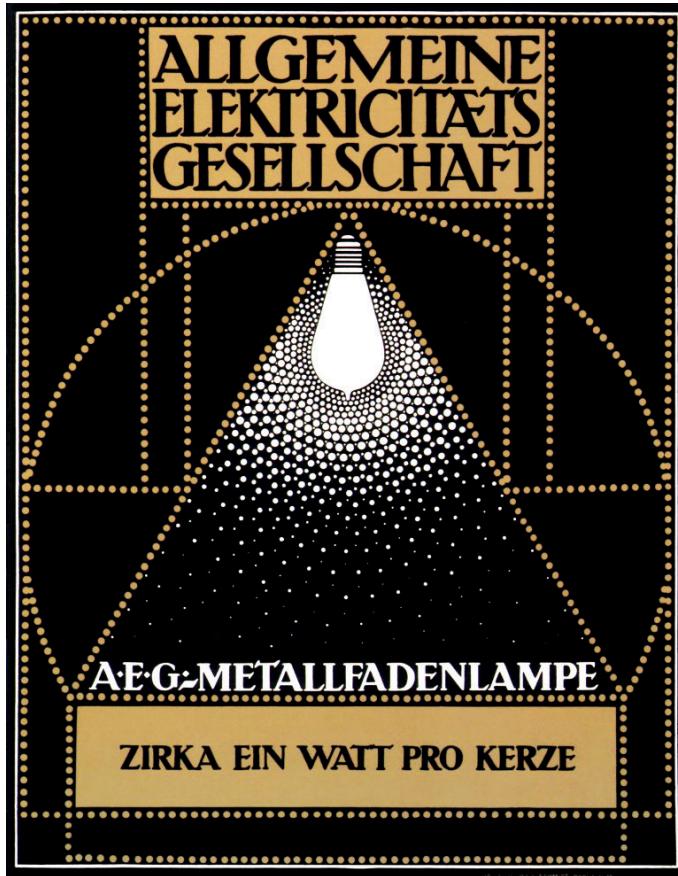
de cette nouvelle géométrie. Le quadrillage et les motifs linéaires du Salon de Luxe de Mackintosh sont un exemple raffiné et presque excentrique de géométrie et d'abstraction. Les motifs linéaires présentent encore des traces de l'Art nouveau, mais l'intérieur a tracé un nouveau territoire. Le salon de la petite maison Francis de Wright reflète également l'esprit et l'aspect organique de l'Art nouveau, mais la géométrie et l'intégration de l'espace, du mobilier et des fenêtres, des bords encore plus proches vers des lignes pures et des formes simples plus conformes au modernisme. L'architecte **Peter Behrens** (1868-1940) a introduit cette même pensée dans la conception graphique.

Comme beaucoup d'artistes de son époque, Behrens a été influencé par les idéaux de design du mouvement Arts and Crafts. En 1907, il a été engagé comme conseiller artistique de la plus grande entreprise de fabrication de matériel électrique au monde, Allgemeine Elektricitäts-Gesellschaft (AEG) à Berlin. Le travail de Behrens consistait à déterminer et à gérer l'image visuelle d'AEG, de l'architecture au design industriel et graphique. Son usine de turbines (1909-1910) à Berlin pour AEG a été sa manifestation la plus réussie en tant qu'architecte, mais en tant que graphiste, il a établi une norme complètement nouvelle et un ton moderne pour le domaine en unifiant l'art et l'industrie. Le logotype d'AEG reflète le pont qu'il créait, les lettres reliées entre elles par un nid d'abeille géométrique. Behrens a développé une police de caractères complète pour AEG, unifiant toute sa publicité. Dans une promotion par affiche, la disposition entière de la page a la structure du logotype AEG, avec de minuscules cercles non seulement placés linéairement pour créer les lignes de la grille mais aussi espacés les uns des autres pour créer une image abstraite de la lumière. M. Behrens a également conçu les produits industriels d'AEG, ce qui fait de lui le premier designer industriel. Il a supprimé toute ornementation de ses dessins, convaincu que l'utilité avait une beauté qui lui était propre. En fait, il a trouvé un nouveau mode pour les temps modernes qui incluait la proportion, la géométrie et l'abstraction. Son approche allait contribuer à faire entrer de plain-pied le monde de l'architecture et du design dans le XXe siècle, et ses collaborateurs, les architectes Walter Gropius



Affiche Tropon, Henri Van De Velde, 1888

(1883-1969), Ludwig Mies van der Rohe (1886-1969) et Le Corbusier (1887-1965), allaient continuer à affiner cette pensée logique et systématique pendant le siècle à venir.



Affiche pour Allgemeine Elektricitäts Gesellschaft (AEG), Peter Behrens, 1910

Le modernisme

Le travail et les écrits de l'artiste Paul Cézanne (1839-1906) ont contribué à déterminer la direction que prendrait l'abstraction visuelle. L'accent qu'il a mis sur les formes de base - cylindre, sphère et cône - a eu un impact énorme dans le monde de l'art. Les graphistes, influencés par Cézanne, ont absorbé les principes de l'abstraction et sont revenus aux formes de base, apportant cette nouvelle pensée du design aux jaquettes de livres, aux timbres-poste, aux affiches, aux emballages, aux marques et à la signalisation.

La pratique du jeune designer Lucian Bernhard a eu des effets de grande envergure sur l'approche réductionniste du graphisme. La proposition de Bernhard à un concours pour les allumettes Priester ne présente plus que le produit annoncé, les allumettes et le nom Priester. Le jury qui a examiné ce dessin a d'abord rejeté le projet, mais l'un des jurés, un imprimeur du nom d'Ernst Crowald, a vu

le génie du dessin. Il a convaincu ses collègues jurés qu'il devait remporter le premier prix, et c'est ainsi qu'est née l'affiche moderne. Une attitude d'«économie de moyens» a été établie, et une telle approche continuera à fleurir, sous l'influence des influences politiques et culturelles, tout au long du reste du siècle.



Affiche pour Priester, Lucian Bernhard 1903

Le cubisme (1907-1921)

L'artiste Pablo Picasso (1882-1973) a été très influencé par l'œuvre et les paroles de Cézanne. Picasso a combiné l'approche de Cézanne avec son propre intérêt pour les qualités brutes et abstraites de l'art traditionnel africain. Les peintures et les sculptures de Picasso ont conduit au développement du cubisme, l'un des mouvements artistiques les plus influents du XXe siècle. Son tableau marquant *Les Demoiselles d'Avignon* mettait en scène des figures qui étaient décomposées en formes semi-abstraites. Picasso a montré ces formes figuratives sous plusieurs points de vue simultanément, remettant ainsi en question les notions établies de point de vue, de réalité, de temps et d'espace. Ce tableau a été achevé juste après la publication de la théorie spéciale de la relativité d'Einstein, qui explorait des théories de l'espace et du temps totalement nouvelles. Gertrude Stein (1874-1946), une amie proche de Picasso, a utilisé les mêmes théories de l'espace et du temps simultanés dans ses écrits. Le compositeur Erik Satie (1866-1925) a également adopté des concepts similaires dans sa musique, en revisitant les mêmes thèmes musicaux sous différents angles. Il a collaboré avec Picasso pour le ballet *Parade*. Les arts visuels, la littérature, la musique et la science évoluaient et s'influençaient tous les uns les autres.

Un autre artiste et ami, Georges Braque (1882-1963), a particulièrement apprécié la façon dont le cubisme a

écarté toutes les techniques du passé (perspective, raccourcissement, modélisation et clair-obscur, ou représentation par contrastes clair-obscur) et a aidé Picasso à envisager un mouvement artistique entièrement nouveau. Ensemble, Braque et Picasso ont peint une nouvelle réalité qui a laissé de côté les anciennes théories de l'art. Le cubisme n'imitait pas la nature. Sa nouvelle approche pouvait être appliquée à tous les arts, qu'ils soient beaux ou appliqués, leur donnant la liberté d'interpréter la forme et l'espace d'une nouvelle manière. C'était une rupture totale avec le passé et offrait la possibilité d'explorer la créativité d'une manière que les artistes n'avaient jamais expérimentée auparavant.

Futurisme (1910-1918)

Les artistes, les graphistes et les typographes ont également trouvé une nouvelle liberté dans un mouvement artistique connu sous le nom de Futurisme. Le poète et écrivain Filippo Marinetti (1876-1944) a créé ce mouvement en 1909 avec un manifeste qui affirmait que «le mouvement et la lumière détruisent la matérialité des corps». Le langage visuel de Marinetti était basé sur la science plutôt que sur les formes classiques. Dans son poème de 1919 «Les mots en liberté», Marinetti (les mots de la liberté), le chaos de la guerre, le bruit et la vitesse ont été intégrés dans la poésie visuelle de la page. Les alignements horizontaux et verticaux de la typographie avaient disparu. Les lettres étaient utilisées comme des objets expressifs, la page imprimée comme une œuvre d'art.

Les travaux de deux graphistes, E. **McKnight Kauffer** (1890-1954) et A.M. **Cassandre** (1901-1968), illustrent l'influence du futurisme sur les arts appliqués. Kauffer, un expatrié américain qui était l'un des plus influents concepteurs d'affiches en Europe dans les années 1920 et 1930, a utilisé la dynamique du mouvement pour créer une affiche pour le journal progressiste anglais Daily Herald. Des oiseaux fragmentés, clairement influencés par le cubisme, s'envolent du haut de la page, remplis d'énergie, surtout en contraste avec la grande étendue d'espace vide au centre de l'affiche. Cassandre, célèbre affichiste français, a intégré la typographie et l'image dans une composition énergique pour L'Intransigeant, où les fils

télégraphiques mènent directement à l'oreille d'un visage abstrait. Là encore, les attributs futuristes du mouvement et de la vitesse sont fusionnés avec l'abstraction cubiste. Le résultat est un hybride de styles au service de l'art appliqué de la promotion.



Affiche pour le Daily Herald, Flight, McKnight Kauffer, 1919



Affiche Nord Express, Adolphe Jean-Marie Mouron dit Cassandre 1935

Le suprématisme (1915-1934)

En Russie, l'artiste **Kazimir Malevich** (1878-1935) a appelé «cubo-futurisme» le mélange du cubisme et du futurisme. À la fois fracturé et énergisé, sa distillation a donné naissance à la peinture suprématiste de Malevich (*Huit rectangles rouges*). Le suprématisme, un mouvement artistique conçu par Malevitch, était l'abréviation de «la suprématie du sentiment pur dans l'art créatif». Son mouvement a lancé une forme d'art qui a complètement éliminé les objets et la représentation. La composition devient une abstraction géométrique pure et laisse entrevoir une sorte de spiritualité métaphysique, une quête d'une plus grande vérité. Réduire tout à l'essentiel était une façon de tout recommencer dans les arts visuels, tout comme la révolution bolchevique de 1917 a cherché à tout recommencer en niveling la société en une organisation sociale sans classe et sans État. Le suprématisme, avec sa croyance en une forme pure et un concept pur, continue d'influencer les arts visuels aujourd'hui.

Dada (1916-1923)

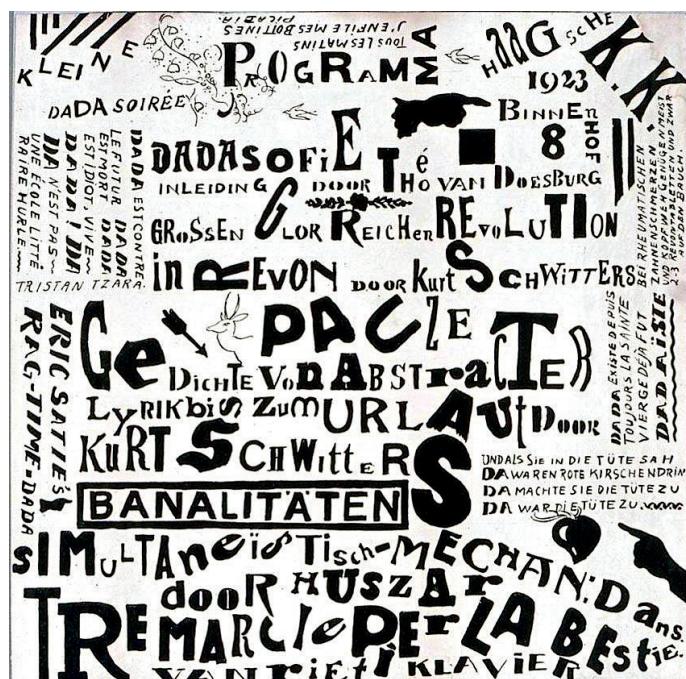
La Première Guerre mondiale (1914-1918) a été menée avec des mitrailleuses, des chars, des avions et du gaz toxique. Cette mécanisation a déclenché un niveau de tuerie que le monde n'avait jamais connu auparavant. Le mouvement Dada était une réaction des artistes à ce qu'ils percevaient comme un monde devenu fou. D'autres perspectives, dont l'ironie, l'irrationalité et même l'anarchie, semblaient de meilleurs choix que la logique et la raison qui ont conduit à ces horreurs indicibles. Les dadaïstes ont rejeté toutes les traditions et les normes en matière d'art ; ses publications et ses manifestes, tous rédigés par **Tristan Tzara** (1896-1963), affirmaient que, quel que soit le sens de l'art, Dada représentait le contraire. Cet esprit absurde a débuté dans un petit cabaret en Suisse, mais s'est répandu, s'implantant en Allemagne, en France et en Amérique.

En Allemagne, l'artiste dadaïste **Hannah Höch** (1889-1978) a apporté une perspective féministe à son œuvre. Elle a été l'une des pionnières du photomontage. Dans ses photomontages, Höch a représenté avec ironie la culture de la beauté dans la photographie de mode en opposant des images de perfection féminine à des photos

de femmes réelles. Dans son travail, elle a échangé des têtes et des corps et a fusionné des caractères de journal avec des images de journal pour critiquer la culture masculiniste de la République de Weimar et pour refléter le dégoût des dadaïstes pour le nationalisme allemand.



Der Vater (le père), Hannah Höch, 1920



Affiche pour soirée Dada, Theo van Doesburg, 1923

Le surréalisme (1924-1955)

Alors que le mouvement Dada touchait à sa fin, un autre mouvement artistique du XXe siècle a vu le jour. Le surréalisme a fondé ses recherches sur des images à base psychologique, en particulier celles qui provoquent choc et surprise. Le travail d'analyse du rêve de Sigmund Freud (1856-1939) a alimenté ce mouvement ; l'exploration de l'inconscient est devenue un nouveau territoire pour les artistes. L'œuvre de l'artiste américain **Man Ray** (1890-1976) a marqué le passage du dadaïsme au surréalisme. Emmanuel Radnitzky (1890-1976) a changé son nom en Man Ray en raison de l'antisémitisme qui prévalait alors aux États-Unis. Le groupe d'artistes qu'il a cofondé s'appelait «Others», ce qui reflète son affinité avec les artistes fuyant la Première Guerre mondiale en Europe. Man Ray a fait la connaissance de **Marcel Duchamp**, qui est venu à New York en 1915. Il a suivi Duchamp à Paris en 1921, croyant que son esprit créatif y prospérerait. Ce fut le cas, notamment grâce à un procédé photographique sans appareil photo qu'il appela «rayographies».

Dans « Champs Délicieux », Man Ray élargit les possibilités de la photographie en tant que moyen d'expression. Grâce à une pure inventivité, il crée des formes et des ombres qui brillent d'un aspect tridimensionnel, un effet qu'il obtient en déplaçant des faisceaux de lumière sur le papier photo.

L'impact du surréalisme sur la conception graphique a été profond, tant visuellement que conceptuellement. L'affiche de Man Ray pour le métro de Londres a montré comment la théorie surréaliste pouvait être appliquée à la conception graphique. Ici, l'analogie faite entre le logo et une planète crée une communication efficace et humoristique. Malheureusement, les médias ont exploité le surréalisme au point que la manipulation des rêves et l'utilisation de la psychologie sont reconnues davantage comme une campagne publicitaire que comme un mouvement artistique, mais pendant de nombreuses années, l'influence du surréalisme sur les arts graphiques a été très importante et a ouvert l'esprit des concepteurs à des possibilités créatives débridées.



-KEEPS LONDON GOING

Keeps London Going, Emmanuel Radnitzky dit Man Ray, 1935

Concevoir l'utopie

À la fin de la Première Guerre mondiale et de la Révolution russe, les artistes ont commencé à chercher un nouvel objectif pour leur travail. Un sentiment de renouveau était dans l'air. Alors que Dada cherchait à retourner l'art pour répondre à l'absurdité d'une guerre mondiale, d'autres mouvements voyaient la créativité en termes plus rationalistes. Des centres de création ont commencé à voir le jour, et des innovations majeures dans le domaine des arts ont changé la façon dont les graphistes se comprenaient eux-mêmes et comprenaient leur rôle dans la société. Certains s'alignent sur certaines perspectives politiques, ce qui conduit au constructivisme et à l'art de la propagande soviétique. D'autres s'opposaient totalement à ces approches, comme ce fut le cas avec les principes du Bauhaus en Allemagne. Dans tous les cas, il y a eu une pollinisation croisée, les mouvements s'in-

fluencant mutuellement par les conférences données par leurs partisans, les expositions et une empathie partagée entre les activistes sociaux partageant les mêmes idées. Les artistes ont commencé à se considérer comme ayant un rôle bien au-delà du visuel : ils sont devenus les porte-parole du changement politique et social.

Le constructivisme (1919-1934)

En Russie, Vladimir Tatlin (1885-1953) a fondé l'art constructiviste, qui a embrassé le communisme, rejeté l'art pour l'art et proclamé que l'art devait avoir un but social. Son Monument à la Troisième Internationale était une construction en spirale de verre et d'acier glorifiant le déterminisme technologique des bolcheviks. Destiné à exister en tant que centre de propagande, sa forme épurée suivait sa fonction de symbole non orné de l'industrie. Si elle avait été construite à l'échelle réelle, elle aurait éclipsé la tour Eiffel. Pourtant, en tant que simple modèle, elle exprimait une sorte de manifeste en faveur de l'esthétique constructiviste. Le constructivisme s'intéressait surtout à l'espace, aux matériaux et au mouvement. Son intention était de faire passer tous les arts de l'expression d'un style personnel à un style collectif basé sur la machine. Les écrivains, les photographes et les designers pouvaient tous suivre cette voie.



Maquette du Monument de la 3e Internationale, Vladimir Tatlin, 1920

À la fin de la Première Guerre mondiale et de la Révolution russe, les artistes ont commencé à chercher un nouvel objectif pour leur travail. Un sentiment de renouveau était dans l'air. Alors que Dada cherchait à retourner l'art pour répondre à l'absurdité d'une guerre mondiale, d'autres mouvements voyaient la créativité en termes plus rationalistes. Des centres de création ont commencé à voir le jour, et des innovations majeures dans le domaine des arts ont changé la façon dont les graphistes se comprenaient eux-mêmes et comprenaient leur rôle dans la société. Certains s'alignent sur certaines perspectives politiques, ce qui conduit au constructivisme et à l'art de la propagande soviétique. D'autres s'opposaient totalement à ces approches, comme ce fut le cas avec les principes du Bauhaus en Allemagne. Dans tous les cas, il y a eu une pollinisation croisée, les mouvements s'influencant mutuellement par les conférences données par leurs partisans, les expositions et une empathie partagée entre les activistes sociaux partageant les mêmes idées. Les artistes ont commencé à se considérer comme ayant un rôle bien au-delà du visuel : ils sont devenus les porte-parole du changement politique et social.

Alexander Rodchenko (1891-1956), Eli Lissitzky (1890-1941), et les frères Stenberg (1899-1982) et Georgii Stenberg (1900-1933) ont contribué à la création de graphismes audacieux parlant le langage constructiviste. Sur l'affiche d'alphabétisation de Rodchenko pour un éditeur d'État de Leningrad, une femme crie les mots «Livres dans toutes les branches du savoir» dans un espace en forme de mégaphone. Le message socialiste et sa mise en page sont extrêmement utilitaires.



Portrait de Lily Bric, Alexander Rodchenko, 1925



Mise en page du catalogue *The Isms of Art 1914-1924*, El Lissitzky 1925

Les mises en page de Lissitzky pour *The Isms of Art* exprimaient comment le langage fonctionnel et usiné du constructivisme pouvait être utilisé de manière typographique. Parce que Lissitzky parlait plusieurs langues et collaborait avec de nombreux artistes et designers, il a pu diffuser ce langage constructiviste visuel et sans empattement dans toute l'Europe. Inspirés par Lissitzky, les concepteurs ont affiné et construit un système complet de typographie. Lissitzky a également réussi à fusionner son approche avec les aspects sociaux du communisme, comme le montre son affiche pour une exposition à Zurich. Dans l'affiche, Lissitzky a utilisé un double portrait pour représenter l'idée d'une stature égale de la jeunesse masculine et féminine en Union soviétique.

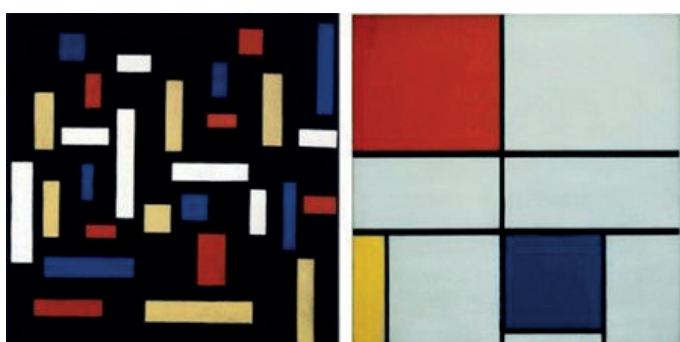
Pour le cinéma soviétique en plein essor, les artistes et designers Vladimir Stenberg et Georgii Stenberg ont conçu des œuvres extraordinaires sur le mode constructiviste. Travaillant en équipe, les frères Stenberg ont inventé le genre de l'affiche de film, combinant l'abstraction et la narration visuelle. L'affiche des frères Stenberg pour *L'homme à la caméra* a utilisé la typographie, la couleur et la perspective d'une manière jamais vue auparavant. Les bolcheviks ont vu l'utilité et la valeur du graphisme dans ces applications commerciales.

Ces films, et les affiches qui en faisaient la promotion, ont contribué à signaler aux masses qu'un nouvel ordre social était en place.

De Stijl (1917-1931)

Un mouvement d'art abstrait néerlandais appelé De Stijl («Le Style») était connu pour ses lignes droites, ses angles droits et ses couleurs primaires. En 1920, Piet Mondrian (1872-1944) a publié le manifeste de De Stijl intitulé Néo-Plasticisme, qui est devenu un autre nom pour le mouvement. Dans son manifeste, Mondrian rejette la symétrie et favorise la manipulation et l'arrangement des formes géométriques et des couleurs dans ce qu'il appelle «l'équilibre dynamique».

La composition simultanée de Theo van Doesburg (1883-1931) est un exemple de la façon dont cette pureté spirituelle et universelle a été appliquée à la peinture. Cette approche a également été appliquée à la conception graphique, comme en témoignent les nombreuses formes de promotion de van Doesburg pour De Stijl que l'artiste a traitées, notamment des affiches et des brochures. Une police de caractères conçue par van Doesburg en 1919 a montré jusqu'où la suppression des courbes et des diagonales pouvait aller. Le point central du mouvement était le magazine *De Stijl* de Van Doesburg, qui a contribué à la diffusion des théories du mouvement. La mise en page du magazine exprimait la même conviction dynamique que celle que l'on retrouve dans les peintures et l'architecture du mouvement. Les arrangements typographiques de Van Doesburg étaient structurellement poétiques, comme des meubles sur un plan. Le raffinement typographique et l'espace créé sur la page ont mûri pour devenir le Style typographique in-



Composition VII, Theo van Doesburg, 1917
Composition C (no.III), Piet Mondrian, 1935.

ternational du design graphique.

Bauhaus (1919-1933)

Aucun autre mouvement n'a influencé plus directement la conception graphique que le Bauhaus (qui signifie «Maison de la construction»). Cette école d'art, fondée à Weimar, en Allemagne, en 1919 par l'architecte **Walter Gropius**, s'est fixé pour objectif d'éliminer la distinction entre les beaux-arts et les arts appliqués. Elle serait remplacée par une union des arts, de l'artisanat et de l'industrie, travaillant ensemble pour le plus grand bien. Gropius et les autres membres du Bauhaus ont formulé une approche du design qui est devenue la base d'une grande partie



batiment de l'école Bauhaus de Dessau

de la réflexion sur l'art, l'architecture et le design au XX^e siècle.

Le Bauhaus a été intensément influencé par les théories expressionnistes des artistes **Johannes Itten** (1888-1967), Josef Albers (1888-1976), Lyonel Feininger (1871-1956), **Paul Klee** (1879-1940) et **Wassily Kandinsky** (1866-1944), qui étaient tous associés à l'école du Bauhaus. Ils ont établi une base de spiritualité, d'intuition et d'universalité, qui s'est concentrée sur la nature physique des matériaux. Depuis ses débuts en 1919 jusqu'en 1922, Itten a enseigné au Bauhaus et a développé un cours préliminaire innovant qui a introduit les étudiants aux bases de la composition, de la théorie des couleurs et des caractéristiques des matériaux.

Au fur et à mesure que le programme du Bauhaus se développait, d'autres mouvements ont également eu

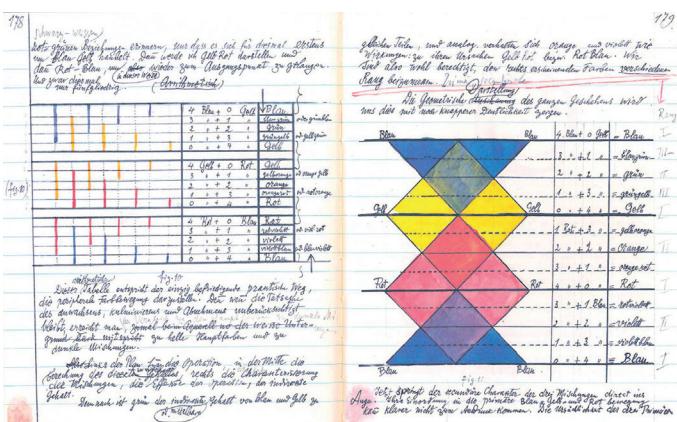
leur influence. Theo van Doesburg a fait la promotion de la géométrie élégante et de l'économie de moyens de De Stijl lors de ses visites à l'école ; et El Lissitzky a fait la promotion de l'objectif socialiste du constructivisme. Lorsque **Laszlo Moholy-Nagy** (1895-1946) a remplacé Itten comme instructeur du cours préliminaire en 1923, un véritable changement s'est produit. Moholy-Nagy est arrivé avec la vision d'embrasser pleinement l'esthétique de la machine comme moyen de relier l'art et le design aux masses. Sa conception de 14 Bauhausbücher (quatorze livres du Bauhaus) illustre cette approche. Une photo du type de métal du combiné dans son bâton de composition a été utilisée pour l'image de couverture du catalogue. Le type de métal aurait été utilisé pour créer le titre de la couverture avec toutes les lettres appropriées en place, mais il a plutôt été utilisé pour révéler la méthode de production. La couverture reflète également l'accent mis par l'école sur les arts appliqués plutôt que sur les beaux-arts.

Herbert Bayer (1900-1985) a poussé l'influence des arts appliqués encore plus loin, en concevant un billet de banque et en utilisant des surimpressions de couleurs multiples, au lieu de gravures de lignes ornementales, pour empêcher la contrefaçon. La solution de Bayer a montré comment le programme du Bauhaus en matière d'art appliqué pouvait faire progresser le progrès social plutôt que de se contenter de créer des articles de luxe. En 1925, le Bauhaus a déménagé de Weimar à Dessau, puis s'est installé à Berlin en 1932 lorsque les nazis de Dessau ont coupé son financement. Les responsables nazis voulaient un art et une architecture qui expriment leur vision grandiose de l'Allemagne, et non le style international fonctionnel et cosmopolite du Bauhaus, et ils ont forcé l'école à fermer complètement en 1933. Son plus grand héritage est constitué par ses professeurs et ses élèves qui ont diffusé ses méthodes et ses idéaux dans le monde entier. L'influence du Bauhaus sur le design des meubles et des textiles, l'architecture et la théorie des couleurs a un effet durable même aujourd'hui. Aujourd'hui, de nombreuses écoles d'art basent leurs cours de base sur des éléments fondamentaux similaires que le Bauhaus a intégrés dans ses cours, notamment les théories sur l'interaction des couleurs développées par

Itten et Albers. Pour la conception graphique, le Bauhaus a prouvé que la synthèse d'un fonctionnalisme sans fioritures, de la technologie et de la communication pouvait apporter de la discipline, de l'ordre et de la structure au vocabulaire du design.



Chaise Wassily, Marcel Breuer, 1925



Cours sur la couleur, Paul Klee, 1921-31

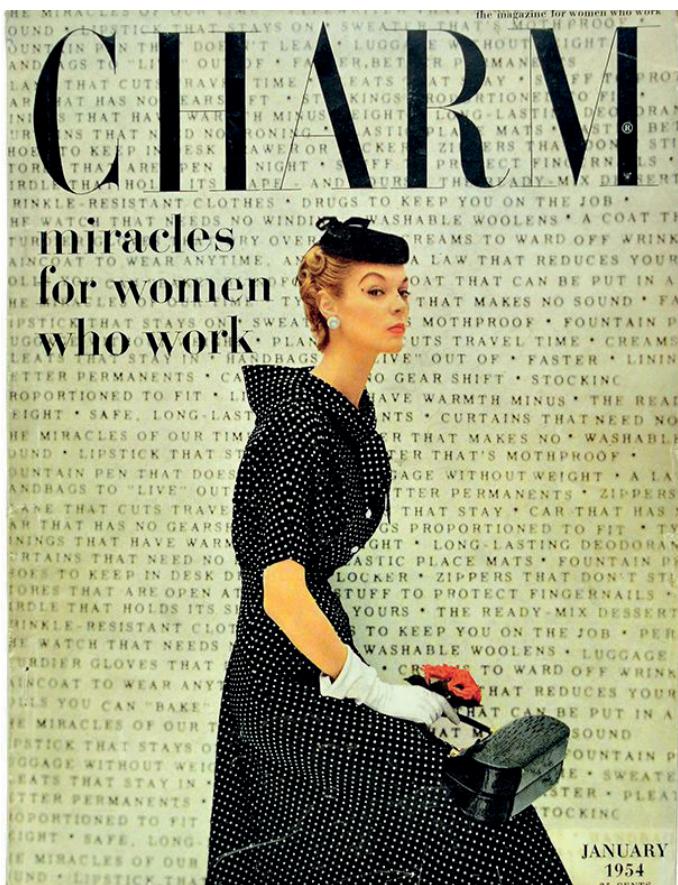


Affiche pour une exposition, Laszlo Moholy-Nagy, 1923

Le modernisme en Amérique

L'Exposition de Paris (1925) a sensibilisé les Américains à l'Art Déco et au Modernisme inspiré par les machines. Les lignes épurées et la géométrie de l'Art Déco remplacent de manière passionnante les motifs floraux de l'Art Nouveau. Cependant, l'Art déco était essentiellement un mouvement décoratif. Il n'avait pas de philosophie intérieure spécifique et était vulnérable à une interprétation superficielle. Il a rapidement été commercialisé et ses réalisations architecturales, comme le Chrysler Building, sont devenues plus représentatives de l'opulence et de la sophistication plutôt qu'une voie pour le design et le bien commun.

La montée du nazisme a provoqué la fuite vers les États-Unis de nombreux créateurs européens. Ces concepteurs et architectes ont été revigorés par le Bauhaus et son approche philosophique ; les communautés, les entreprises et les publications du secteur du design et de l'éducation les ont adoptés. Pionnier dans la conception de magazines, le Dr **Mehemed Fehmy Agha** (1896-1978) a ouvert la voie à l'approche fonctionnaliste. Fils de parents turcs, Agha a été élevé en Ukraine, a fait ses études à Paris et a travaillé à Paris et à Berlin. L'éditeur Condé Nast l'a fait venir aux États-Unis en 1929 pour être le directeur artistique de ses publications, et là, Agha a appliqué sa typographie sans empattement et son imagerie à fond perdu, montrant comment le design peut s'intégrer à l'aspect éditorial des magazines. Agha avait une vision unique pour voir les possibilités de mise en page dans la conception des magazines, mais il a également reconnu les talents créatifs des gens. Au milieu de la Grande Dépression, Agha a engagé **Cipe Pineles** (1908-1991) pour être son assistant de design à plein temps chez Condé Nast. Pineles a travaillé avec Agha sur le design de Vogue et Vanity Fair avant de devenir la première femme directrice artistique d'une publication américaine grand public, le magazine Glamour, en 1942. En 1947, Pineles est passée au magazine Seventeen, où elle a été la première à engager des artistes pour créer des illustrations pour un magazine, puis elle est passée à Charm and Mademoiselle. Pineles a également fait œuvre de pionnière en devenant la première femme membre du club des directeurs artistiques.



Couverture de *Charm*, Cipe Pineles, 1954

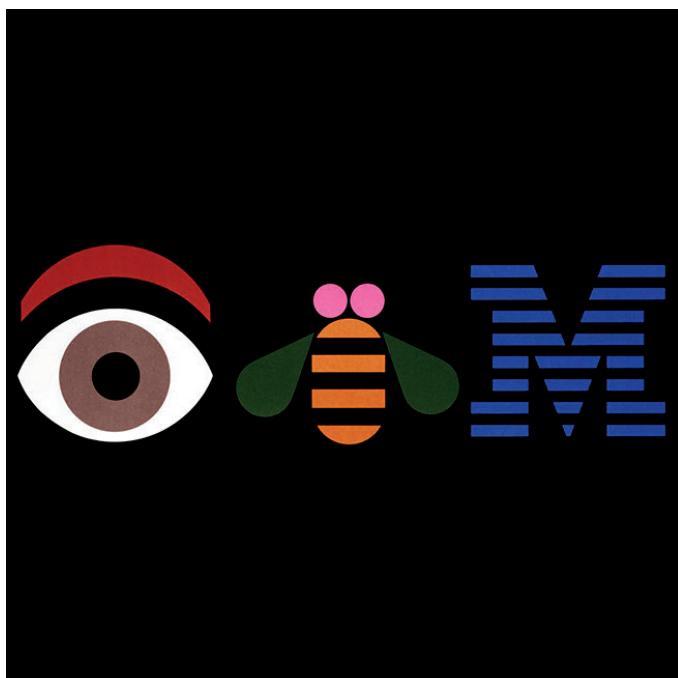
En 1937, Walter Paepcke, président de la Container Corporation, invite Laszlo Moholy-Nagy, professeur au Bauhaus, à créer une école similaire à Chicago. Baptisée «The New Bauhaus», elle enseignait les mêmes principes de fonctionnalisme et d'expérimentation aux étudiants américains que le Bauhaus original en Europe. Malheureusement, l'école a perdu son soutien au bout d'un an seulement et a fermé ses portes. En 1939, Laszlo Moholy-Nagy a ouvert l'École de design, qui s'est transformée plus tard en Institut de design. Le livre de Moholy-Nagy, *Vision in Motion*, a documenté le programme de l'école, qui a influencé des générations d'éducateurs et de programmes de design.

L'un des graphistes américains les plus influents a probablement été **Paul Rand** (1914-1996). Ses écrits, son enseignement et son travail ont inspiré des générations de graphistes. Rand, qui vivait à Brooklyn, a étudié l'illustration au Pratt Institute au début des années 1930 et a ensuite poursuivi ses études de design à la Parsons School of Design et à l'Art Students' League. Sa formation s'est appuyée sur des bases solides en matière d'esthétique, mais ses recherches sur le Bauhaus et la nouvelle typographie l'ont convaincu que l'illustration pouvait être

intégrée dans la conception globale de la page. Rand est passé de l'illustration à la conception graphique. À 23 ans, il était directeur artistique des magazines Apparel Arts et Esquire.

En 1946, à 33 ans, Rand a écrit son premier de quatre livres, «Thoughts on Design». Ses travaux publiés ont contribué à expliquer le design comme un processus qui fait appel à la raison, à l'intuition et à l'intelligence, et comme un service qui peut enrichir la vie. Rand a cherché à élèver la plupart des productions banals dans une catégorie qui pourrait être à la fois belle et utile. Une jaquette de livre pour Vintage Press caractérise le travail de Rand, le design étant simplifié au point de devenir iconographique. Rand a utilisé une forme de découpe de l'auteur du livre, H. L. Mencken. Un bras est levé vers le haut, le geste reflétant l'écriture de l'auteur qui fait autorité. La couverture était l'une des préférées de Rand, incarnant ses deux plus grandes influences : les bords découpés et le collage ludique sont directement inspirés du jeu enfantin de **Paul Klee** et des collages cubistes de Picasso. En fait, Rand était considéré par beaucoup comme la version graphique de ces deux grands artistes.

Vous pouvez voir l'approche ludique et illustrative de Paul Rand également dans son travail sur l'identité d'entreprise. Il a conçu des marques pour des géants tels qu'IBM, ABC, UPS et Westinghouse. Dans chaque cas, la voix spirituelle et humaniste de Paul Rand se fait entendre. Pou-



IBM, Paul Rand, 1987

voir intégrer cette voix dans la culture d'entreprise a été un exploit en soi.

Né dans le Colorado, **Alvin Lustig** (1915-1950) a étudié à l'Art Center College of Design en Californie, puis brièvement avec Frank Lloyd Wright. Plus tard, en tant que professeur au Art Center et à Yale, il a fait la navette entre Los Angeles et New York. En outre, il a dirigé une entreprise de design indépendante qui a réalisé divers projets, notamment dans le domaine de la publicité, du mobilier, des tissus, des intérieurs, des expositions et même la conception d'un petit hélicoptère. Lustig est surtout connu pour ses vestes de livres pour l'éditeur New Directions. Sa couverture pour «Une Saison en Enfer» d'Arthur Rimbaud est un bel exemple de sa philosophie selon laquelle la peinture et le design doivent s'informer et s'influencer mutuellement. Ici, la forme et le contenu sont intégrés - les couleurs contrastées représentent le paradis et l'enfer mais partagent un langage biomorphique primordial directement issu des peintures surréalistes.

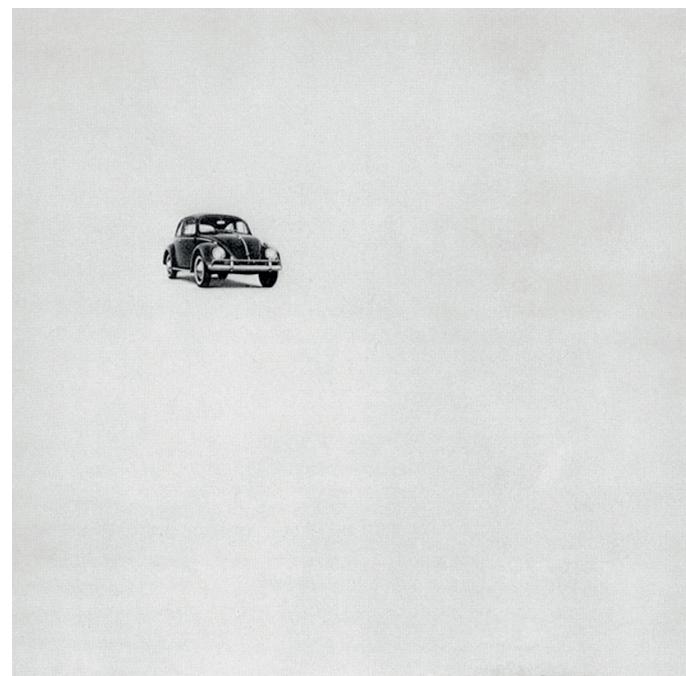
Un autre designer américain, **Bradbury Thompson** (1911-1995), originaire de Topeka, dans le Kansas, a travaillé pour une petite imprimerie avant de s'installer à New York à la fin des années 1930. Engagé par la société Westvaco paper company, Thompson a travaillé sur leur périodique Westvaco Inspirations for Printers de 1938 à 1962. Westvaco a apprécié la vision et le langage simple et moderniste de Thompson, qui a remplacé les dessins décoratifs et démodés par l'esthétique moderniste simple et rationnelle. L'amour de Thompson pour la typographie expérimentale et la manipulation de l'image a fait d'Inspirations l'une des principales publications d'avant-garde dans ce domaine.

Alors que l'Amérique entrait dans la Seconde Guerre mondiale, le modernisme commençait tout juste à s'imposer. À la fin de la guerre, une nouvelle vision du rêve américain était en place, main dans la main avec le rêve utopique du Modernisme. La simplicité, la clarté et l'intemporalité définissaient le langage utilisé par les entreprises pour atteindre un marché mondial.

Les programmes de design américains ont commencé à former leurs étudiants selon les principes du modernisme, et le pays a commencé à développer sa propre

personnalité moderne. Le regard des designers américains n'a pas changé à nouveau avant les années 1970, lorsque les idéaux modernistes ont commencé à céder la place à une attitude postmoderne d'ironie et de fragmentation.

Le design publicitaire et l'école de New York



Think small.

Our little car isn't so much of a novelty
any more.
A couple of dozen college kids don't
try to squeeze inside it.
The guy at the gas station doesn't ask
where the gas goes.
Nobody even stops at our shape.
In fact, some people who drive our little

car don't even think 32 miles to the gallon
is going any great guns.
Or going five pints of oil instead of five
quarts.
Or never needing anti-freeze.
Or rocking up 40,000 miles on a set of
tires.
That's because once you get used to

some of our economies, you don't even
think about them any more.
Except when you squeeze into a small
parking spot. Or renew your small insur-
ance. Or pay a small repair bill.
Or trade in your old VW for a
new one.
Think it over.



Think small, Helmut Krone DDB, 1959

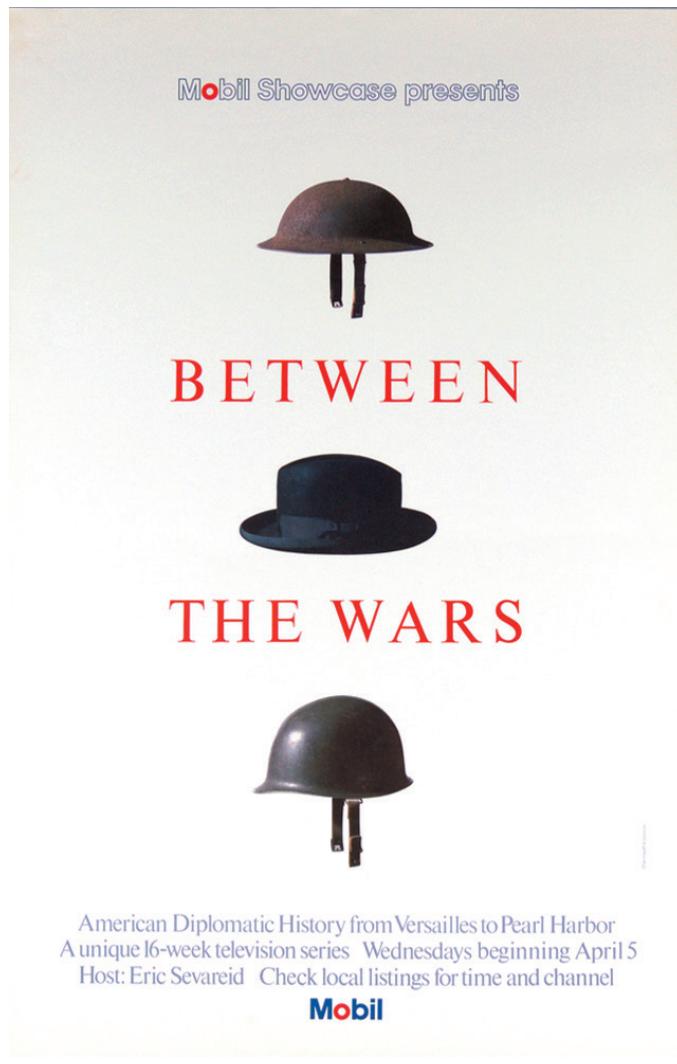
Une approche unique et humoristique de la conception publicitaire s'est développée dans les années 1960 autour de la Madison Avenue de New York, une approche dans laquelle le texte et l'image s'harmonisaient dans une union inédite. Cette union, connue sous le nom de «New York School», reposait sur une relation de travail entre le contenu et la forme, et Paul Rand, avec ses conceptions ludiques pour les entreprises locales, a servi de terrain d'essai pour cette approche. Le collègue rédacteur de Rand, **Bill Bernbach** (1911-1982), de l'agence de publicité Weintraub où ils avaient travaillé ensemble, a apporté cette intégration du mot et de l'image aux campagnes nationales.

La campagne «Think Small» de l'agence de publicité Doyle

Bill Bernbach pour Volkswagen est un exemple de cette nouvelle approche publicitaire. Cette publicité, conçue par le directeur artistique **Helmut Krone** (1925-1997), est d'une qualité adorable, quelque peu surréaliste et austère. La mise en page et le texte de soutien fonctionnent en union comme un concept, demandant au lecteur de «penser petit». Le public a été confronté à une petite voiture économique dans un pays habitué à voir grand. Cette publicité cool, avec un sens de l'humour plein d'esprit, mettait en relation un public prêt à changer.

D'autres graphistes ont également intégré cette approche conceptuelle dans leurs projets.

Ivan Chermayeff (né en 1932) a créé un lien fort entre le mot et l'image dans un dessin d'affiche pour l'émission de télévision sponsorisée par Mobil Oil Corporation sur les événements qui se sont produits entre les deux guerres mondiales. Chermayeff a mis entre parenthèses un chapeau de diplomate entre les casques militaires de la Première et de la Seconde Guerre mondiale ainsi que le titre



Affiche *Between the wars*, Ivan Chermayeff, 1974

de l'émission *Between the Wars*, donnant ainsi un sens à l'arrangement. Sa mise en page centrée oblige le lecteur à se concentrer sur l'interprétation de l'idée. En outre, le logo de Mobil lui-même, qui a également été conçu par le studio de design de Chermayeff, est une construction de mots et d'images - le nom et ses formes de lettres circulaires suggérant la mobilité.

Au cours des années 1960, alors que la façon de créer les caractères passait de la fonte de plomb solide à un procédé plus souple dans lequel les lettres étaient exposées sur du papier photographique, les concepteurs se sont rapidement adaptés. **Herb Lubalin** (1918-1981) a montré comment les lettres pouvaient être transformées en formes malléables pour communiquer des idées. Ses typogrammes, comme il les appelait, avaient une double fonction : lire et créer des images. Ces poèmes visuels en miniature s'étendaient à la mise en page, aux couvertures de livres et aux publicités. Par exemple, son annonce pour un concours d'affiches anti-guerre, qui figurait sur la couverture arrière du magazine *Avant Garde*, portait l'image de la typographie et du drapeau et communiquait le pouvoir de la conception et de la protestation. Lubalin, directeur artistique du magazine *Avant Garde* de 1968 à 1971, a également conçu le titre de son mât (voir le point d'exclamation de l'annonce). Il a développé la police qu'il a utilisée pour la tête de mât en une police de caractères complète du même nom, une police de caractères qui est venue définir la période du prototype.

Le postmodernisme et l'ère numérique

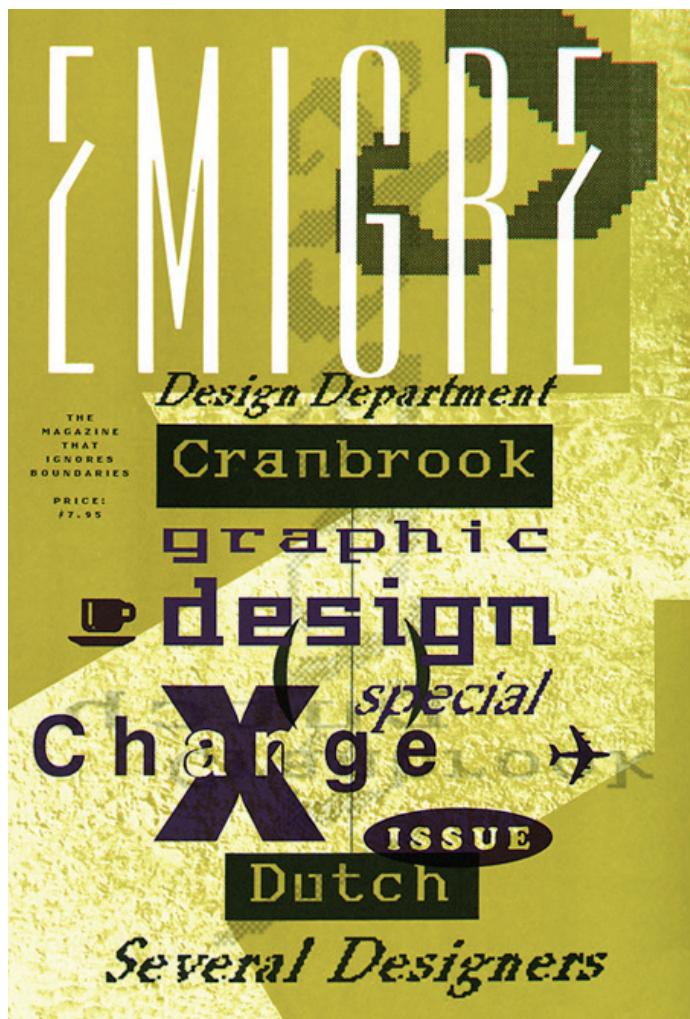
Le fascisme et le communisme ont prouvé que la lutte pour trouver la voie parfaite, le système ultime, pouvait mener à des extrêmes effrayants. En réponse, on s'est éloigné des idéaux utopiques ou des mouvements qui impliquaient la poursuite de l'intemporalité ou du perfectionnisme. Le postmodernisme est né après la Seconde Guerre mondiale et, comme son nom l'indique clairement, il se définit comme ce qui vient après le modernisme. Si les «ismes» modernistes tels que le cubisme, le futurisme et le surréalisme partageaient l'objectif de trouver une vérité ultime, le postmodernisme suggère alors la fin de cette croyance aux truismes et une préférence pour une

approche plus ouverte qui puise à diverses sources, une approche sans réponses faciles.

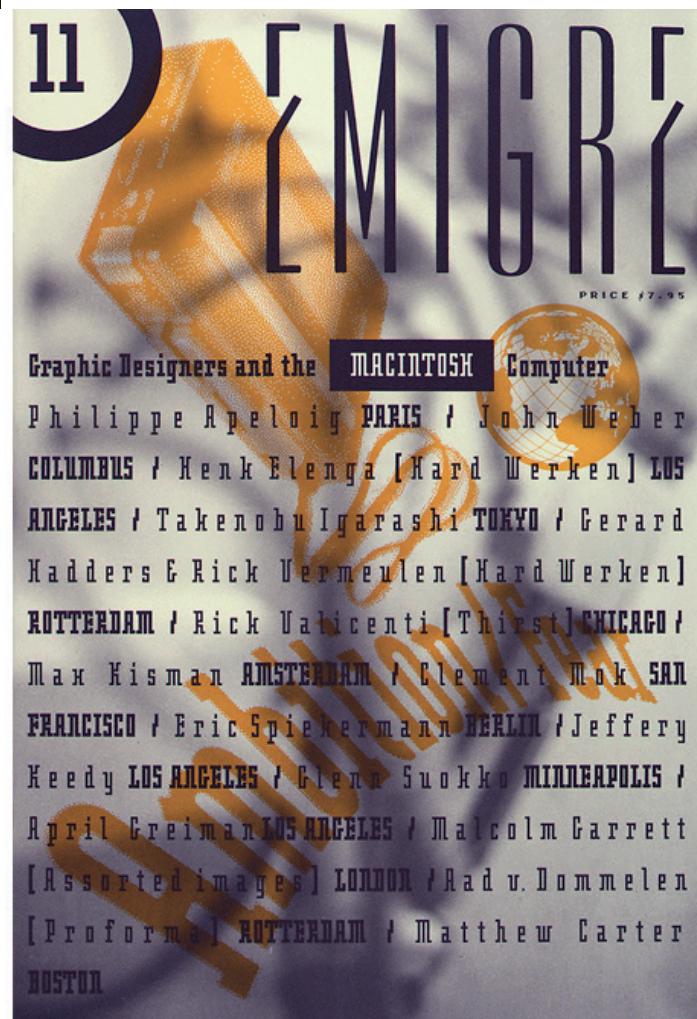
Dans les années 1970, le grand public fait pleinement l'expérience du postmodernisme dans la culture populaire. La musique punk-rock illustre de la manière la plus flagrante cette nouvelle attitude et choque littéralement l'establishment dans sa réaction à la politique britannique conservatrice et à la musique de fond et au disco de cette décennie. En Grande-Bretagne, la plupart des musiciens punks et leurs fans ne s'intéressaient pas à la maîtrise de leurs instruments. Ce qui comptait le plus, c'était l'énergie et la passion que le Punk dégageait.

La conception graphique s'est inspirée de cette remise en question des structures établies et de la façon dont les concepteurs y opéraient. Des mises en page que l'on attendait propres au point d'être antiseptiques ont commencé à révéler le processus de travail. Des lignes de grille, du ruban adhésif et des marques de crayon ont été intentionnellement laissés dans les dessins finis. L'introduction de l'ordinateur Macintosh en 1984 n'a pas arrêté

l'enquête anti-esthétique que les graphistes exploraient. Les éléments bruts et granuleux du nouveau support étaient des textures à inclure, et non à cacher. Les années 1980 ont marqué un net clivage entre les résidus de la sensibilité moderniste et le postmodernisme. Et aucun autre média ne reflétait mieux ce clivage qu'un magazine appelé Emigre. Créé en 1984, son éditeur, Rudy VanderLans (né en 1955), a fourni un forum pour des concepts et des approches de design alternatifs. Emigre a remis en question les règles établies en matière de lisibilité tout en embrassant l'ère numérique naissante du design. Une âme sœur, la designer **Katherine McCoy** (née en 1945), a été trouvée au sein du département de design de la Cranbrook Academy of Art dans le Michigan. Sous sa direction, Cranbrook est devenu un laboratoire d'expérimentation graphique. De nombreux diplômés ont présenté leurs travaux dans le magazine Emigre. Aucun étudiant n'a peut-être mieux incarné la fusion postmoderne de la conception des caractères et de la technologie que **P. Scott Makela** (1960-1999). Sa police de



Cran book #10 et #11, Rudy VanderLans, 1988-89



caractères Dead History pour la fonderie de caractères Emigre a pillé des visages historiques, les a mélangés et les a rendus numériquement prêts pour leur utilisation recontextualisée.

Un autre diplômé de Cranbrook, **Ed Fella** (né en 1938), a apporté une qualité de dessin à la main aux expériences critiques qui s'y déroulaient. Fella a fusionné sa connaissance des règles de conception traditionnelles avec des formes de lettres excentriques et des déclarations personnelles. Par exemple, il a créé une série de tracts écrits à la main, mais ne les a distribués qu'après la fin des événements, ce qui a fait perdre aux tracts leur fonction d'annonces et les a transformés en ce qu'il appelle «design/art». Cette reconfiguration des outils, des matériaux et de la fonction du design a repoussé les limites de la conception graphique bien au-delà de son service de base au monde des affaires.

Pionnière du domaine numérique du design, **April Greiman** (née en 1948) a été formée à l'origine dans la tradition moderniste. Dans les années 1970, elle a étudié à Bâle, en Suisse, avec Armin Hofmann et Wolfgang Weingart, et cette expérience a jeté des bases solides pour son travail qui s'est aventuré dans le territoire primitif de l'informatique. À son retour aux États-Unis, Greiman s'installe à Los Angeles où elle commence à intégrer le spiritualisme et la philosophie orientale dans son processus de conception. Le résultat, stylistiquement appelé «California New Wave», a d'abord été interprété comme un simple écart par rapport au travail neutre et orienté vers la grille dans lequel la communauté du design était ancrée, mais le travail de Greiman est allé plus loin. Il a montré une nouvelle direction conceptuelle pour le design graphique, une direction guidée par la technologie. La mise en page de son magazine pour Design Quarterly mélangeait une affiche de trois pieds sur six dans les pages dépliantes et superposait son propre corps révélé et numérisé dans ce qu'elle appelait un «paysage de communication». Greiman a vu dans la technologie numérique son propre nouveau langage «pour utiliser ces outils afin d'imiter ce que nous savons déjà et pensons être dommage».

Tibor Kalman (1949-1999), surnommé le «bad boy» du graphisme dans les années 1980, a remis en question le statut

quo du graphisme avec humour et esprit. Ses graphismes rétro contextualisés ont jeté un regard rétrospectif plutôt que prospectif avec une ironie postmoderne. Pour Kalman, le graphisme avait besoin d'un coup de pouce car son penchant pour la voie corporative tuait l'esprit créatif. Une publicité pour un restaurant new-yorkais ouvert 24 heures sur 24, le Restaurant Florent, illustre la perspective unique de Kalman. Des lettres en plastique, collées sur un tableau d'affichage, étaient les seuls éléments qu'il utilisait. Aussi simples soient-elles, elles communiquent de manière succincte la qualité quotidienne du restaurant sans trop d'efforts. L'approche non conventionnelle de Kalman a élargi le champ du design de deux façons. Tout d'abord, elle a mis les concepteurs au défi de voir une énergie inattendue dans les langues vernaculaires non formées qu'ils évitent habituellement. Deuxièmement, son approche a montré que l'authenticité l'emportait sur l'esthétique, surtout lorsqu'elle est utilisée dans un contexte conceptuel. Kalman a changé la façon de penser le design avec un flair duchampien. Son travail a montré un sens de l'humour distinct et un fort sens de la responsabilité sociale, affichant une critique ironique sur la nature de la consommation et de la production.

Avec son approche ludique de la typographie, **Paula Scher** (née en 1948) a eu une grande influence sur le monde du design. Elle a créé des identités d'entreprise pour Perry Ellis, Bloomberg, Target, Jazz at Lincoln Center, l'Orchestre symphonique de Detroit, le Jardin botanique de New York, et d'autres encore. Scher affirme que son travail découle de la densité, de la taille et du bruit de la ville de New York, ce qui la pousse à faire des designs denses, énergiques et audacieux.

Pour The Public Theater, Scher a revitalisé des caractères de bloc de bois audacieux en inclinant leurs lignes de base. Le résultat est une série active d'affiches dont le traitement est devenu l'identité du The Public Theater autant que le logo qu'elle a créé pour eux.