



ENTRE DISPARITION ET SURVIVANCE,

esquisse d'un paradigme
pour le design graphique

Elise Dubois

Dirigé par Jérémie Élalouf

Master graphisme et édition

2024-2025

Soutenu le 25 juin 2025 devant Jérémie Élalouf (MCF)
et Oliver Subra (PAST)

Dé-dallage

échantillon de modules



/Elise Dubois/

Entre disparition et survivance, esquisse d'un paradigme pour le design graphique

Dirigé par Jérémie Élalouf

Master graphisme et édition
2024-2025

Soutenu le 25 juin 2025
devant Jérémie Élalouf (MCF)
et Oliver Subra (PAST)

RÉSUMÉ

Le design graphique est aujourd'hui englouti par le flot incessant d'images que produisent les médias, il est compris comme une partie de la production médiatique. Parce qu'elle promeut exclusivement la pluralité, cette production empêche le graphisme de construire un cadre de travail commun. Ce manque entrave une recherche cohérente pour les créatifs et les théoriciens. Chaque objet, chaque texte, fonctionne isolément du reste de la production graphique. Ces circonstances obligent les designers à participer à la production d'objets graphiques médiatiques, distançant leur travail de tout paradigme. Ce contexte particulier est similaire à celui qu'observe le critique d'art Hal Foster s'agissant de l'art contemporain. Toutefois, dans son essai « The Funeral is for the Wrong Corpse », il décrit une issue à cette situation. Ce mémoire examine la pertinence de la thèse de Foster pour le design graphique. Pour ce faire, nous fondons notre argumentaire sur l'observation des points de ressemblance et de dissemblance entre l'histoire de l'art et du design graphique, et sur l'analyse approfondie de l'essai de Foster. Ces observations nourrissent la transposition de sa thèse au graphisme, par l'intermédiaire de l'étude d'une sélection de projets, et permettent d'examiner les implications politiques de cette transposition, à la lumière d'analyses marxistes (Adorno, Horkheimer, Lukàcs). Foster tend à être mis de côté pour penser le design, étant l'auteur d'une critique acerbe à son égard. Mais la transposition de sa thèse révèle qu'il existe une issue, dans sa pensée, à la critique qu'il fait du design. Elle offre une alternative à la logique médiatique et rehistoricise le cadre de travail du graphisme. Elle dessine les bases d'un paradigme potentiel pour le design graphique, non seulement fonctionnel pour commenter des projets, mais qui influence également la façon dont le designer travaille et pense ses projets dans notre société envahit par les images.

Mots clefs :
survivance
Hal Foster
design médiatique
paradigme
disparition

ABSTRACT

Graphic design is drowned in the image flood promoted by the media, even so comprehended as part of it. Because the media production advocates for plurality over anything else, it prevents graphic design from building a common ground. This lack impedes consistent research for creatives and theorists. Each creation, each text, seemingly works isolated from the overall creation. For the most part, these circumstances force designers to lean into media-like graphic design, distancing their work from any paradigm. This particular context is similar to the one the art critic Hal Foster observes concerning contemporary art. However, in his essay “The Funeral is for the Wrong Corpse”, he describes a way out of it. This paper examines the relevancy of Foster’s thesis in graphic design. To do so, we compare and contrast art history and graphic design history, and we conduct a thorough analysis of Foster’s essay. These observations enable the transposition of his thesis onto graphic design projects and provide the foundations to study, through a Marxist framework (Adorno, Horkheimer, Lukàcs), the political implications for graphic design of such transposition. Foster is usually disregarded in design as

he wrote a heated critique of it, but transposing his thesis demonstrates that in graphic design, there is a gateway from his critique. Indeed, it offers an alternative to the media lead graphic design. It provides a re-historicized framework and outlines the basis of a potential paradigm that is not only functional for analysing projects, but also affects how designers work and think about their work in our image flooded society.

Keywords:

living-on

Hal Foster

mediatic design

paradigm

disappearance

Je remercie mon directeur de recherche M. Jérémie Élalouf, dont l’accompagnement tout au long de ce projet de recherche et de l’écriture de ce mémoire a été particulièrement précieux.

Je remercie également mon directeur de projet de fin d’études M. Olivier Subra, qui m’a permis de remettre en question nombre de présupposés dans ma recherche.

Enfin, je souhaite Lucas Regor, pour son apport intellectuel, Paul Bondarenko, qui m’a fourni une aide précieuse pour traduire certains textes, et ma mère, mécène, si l’on peut dire, de ce projet.

Avant-propos	008	1/De la fondation à la disparition	013	2/Les restes, après la fin	081
Introduction	009	1.1/L'art d'après la fin	016	2.1/Une fin qui n'est pas absolue : un processus qui laisse des restes	084
		1.2/Fonder le design graphique	027		
		Les différences entre la modernité du design graphique et la modernité artistique	028	Enjeux de disparition	084
		La structuration théorique du design graphique	032	La survivance comme alternative pour l'art contemporain	086
		1.3/Le modernisme d'après-guerre ou la fin des utopies	042	Le design graphique et la survivance	091
				2.2/Les formes traumatiques	095
		L'évacuation des enjeux révolutionnaires	045	<i>Dark Archives</i>	101
				<i>Dark Santa Claus</i>	104
		L'abandon des utopies sociales	050	2.3/Les formes spectrales	110
		1.4/Le sillage du modernisme et les pratiques médiatiques	054	<i>La boule de pétanque</i>	116
				<i>De l'inconvénient d'être nez à nez</i>	121
		Le postmodernisme	055	2.4/Les formes non synchrones	124
		La déconstruction	060	I Write Artist Statement	134
		Le design médiatique et l'esthétique de la profusion	063	<i>H A V R E</i>	138
		1.5/L'avant-garde en état de disparition	069	2.5/Les formes non congruentes	142
		Le Mucem	150		
La fin de la modernité	069	<i>Dé-dallage</i>	154		
La « fin de l'art » et la disparition de la modernité	071				
Une question de disparition	077				

SOMMAIRE



3/Les Implications politiques de la survivance	157	Conclusion	224	Bibliographie	232
		Acquis et résultat	227		
		Limites et approfondissements	229	Index graphique	233
3.1/Repolitiser la production graphique	160				
Enjeux politiques de la survivance	160				
La survivance dans la critique du graphisme	162				
La survivance comme approche de création	168				
3.2/Une alternative à l'esthétique de la profusion	172				
Le principe de répétition	173				
L'énumération graphique	176				
La multiplication des effets	180				
3.3/Postures ambivalentes et limites économiques	185				
Systématicité et rentabilité	186				
Les recettes graphiques comme identité	187				
Du graphisme incompatible avec les enjeux professionnels	190				
Formes médiatiques et radicalité	196				
3.4/La récupération	200				
Appropriation et répétition du modèle	201				
Industrie culturelle et collection d'effets	205				
Hégémonie de l'industrie	207				
3.5/La persistance de la sédition	212				
De la subversion dans l'industrie culturelle	213				
Persistance de la subversion dans la récupération	217				
Faire surgir la subversion dans des formes typiquement médiatiques	220				

AVANT-PROPOS

Le livre de Hal Foster auquel nous nous référons tout au long de ce mémoire, *Design & Crime, And Other Diatribes* n'a été traduit en français que deux fois. La traduction la plus récente (2019) à laquelle nous nous rapporterons a été faite par Christophe Jaquet, Laure Manceau, Gauthier Hermann et Nicolas Vieillescazes. Ce n'est en réalité qu'une révision de la première traduction (2010). De façon générale, les traductions sont mises à titre indicatif, afin de faciliter la lecture, mais notre argument n'est pas construit sur ces traductions. La version originale, sur laquelle nous fondons notre analyse, se trouve en note. Particulièrement s'agissant du dernier chapitre « The Funeral is for the Wrong Corpse » (traduit par Gautier Hermann et harmonisé par Nicolas Vieillescazes), nous ne sommes pas d'accord avec tous les choix de traduction. Foster parle notamment de « non synchronous », nous parlerons donc de « non synchrone » et non d'« asynchrone » (qui est la traduction officielle). De même, nous utiliserons « non congruent » plutôt qu'« incongru » (la traduction officielle), pour traduire « incongruent » (ce mot n'a pas le sens d'inattendu qu'a incongru en français). Ainsi, il y aura quelques incohérences s'agissant de ces deux concepts. Nous invitons le lecteur qui le peut à se référer préférentiellement à la version originale du texte plutôt qu'à la traduction.

D'autres textes ont été analysés à partir de la version originale. Nous recommandons de se référer à cette version dès qu'elle est indiquée en note.

Toujours concernant les traductions, il faut noter un cas particulier. Certaines citations sont issues de conférences du studio Spassky Fischer, en anglais. Or les membres du studio qui ont donné les conférences ne sont pas bilingues. Les citations traduites ont donc été, parfois, un peu interprétées en faveur d'une formulation moins répétitive et plus fluide.

Enfin, plusieurs textes en lignes que nous citons sont anonymes et parfois sans date. Pour que l'on puisse tout de même retrouver la référence des textes dans la bibliographie, nous utiliserons des initiales pour indiquer les pages Internet dont sont tirées les citations :

- FA = page *Fantasy America Identity*, sur le site web du Studio Elana Schlenker
- WA = page *I Write Artist Statements identity*, sur le site web du Studio Elana Schlenker
- DA = page *Dark Archives by Andre Bradley*, sur le site web du Studio Elana Schlenker
- R = page *Reveri*, sur le site du studio Mother Design

INTRODUCTION

Les premiers graphistes, tels qu'El Lissitzky ou Herbert Bayer, ont énormément écrit sur leur pratique, et sur l'idéal social qu'ils revendiquaient avec leurs créations. Aujourd'hui, quelques designers tels Kenya Hara ou Michael Rock, poursuivent cet effort de penser leur pratique. Mais leur travail est marginal : la plupart des designers graphistes publient relativement peu de livres ou d'articles. Ils tendent à délaisser la théorie, qui est maintenant l'œuvre des critiques, des journalistes spécialisés et des universitaires. Mais ces trois catégories d'auteurs ne partagent pas vraiment ni leur approche de l'analyse ni leur cadre théorique. On observe une pluralité de travaux qui ne se revendiquent pas spécialement d'une théorie commune.

Parallèlement, le graphisme est un secteur d'activité central. Tous les produits, des objets aux services, sont aujourd'hui mis en vente avec un emballage graphique (étiquette, boîte, logo, plateforme en ligne, etc.). Ils incarnent l'identité de la marque qui les vend. Ainsi, le design graphique fait pleinement partie du système consumériste : il promeut la vente et constitue une part, symbolique, de ce qui est vendu (à savoir une image de marque, un *way of life*). C'est pourquoi, communément, le design graphique est compris comme un outil de marketing. De plus en plus, il s'hybride au marketing, à la publicité et, *in fine* au marché. Le design graphique serait responsable de couvrir toutes les marchandises d'un vernis de séduction. C'est en tout cas ce que lui reproche Hal Foster. Ce critique d'art américain, qui enseigne à l'Université de Princeton aux États-Unis, est spécialiste de l'art du XX^e siècle. Néanmoins, une partie de son travail s'intéresse à l'architecture et au design contemporains. C'est dans son essai «Design and Crime», un court texte polémique dédié au design, qu'il pointe du doigt ses dérives : être une enveloppe séductrice appliquée à toutes les marchandises et favoriser un rapport anhistorique au monde. Parlant de l'identité de marque, un domaine travaillé par le design graphique, il soutient que «**l'emballage a fini par remplacer le produit¹**» (Foster, 2019, p.54) réduisant le design graphique à son rôle d'emballage visuel et sémantique.

1. «the package all but replaces the product.» (Foster, 2002, p. 20)

Ce texte a fait l'œuvre de beaucoup de commentaires, notamment pour en souligner les limites : Alexandra Midal dans *Design : introduction à l'histoire d'une discipline*, Stéphane Vial dans le chapitre « Design, Crime et marketing » de son *Court traité du design*, ou encore Catherine de Smet dans l'essai « "Je suis un livre." À propos de S, M, L, XL », dans son ouvrage *Pour une critique du design graphique* pour n'en citer que trois. « Design and Crime » donne son nom au huitième ouvrage publié de Hal Foster². Paru en 2002, *Design and Crime, and Other Diatribes* est une collection d'essais critiques. Hal Foster y traite des changements qui se sont opérés dans le champ de la création au cours de la deuxième moitié du XX^e siècle et l'influence opérante des logiques capitalistes sur l'architecture et le design. Le texte qui donne son nom au livre fait partie de la première partie de l'ouvrage, qui regroupe des textes sur l'architecture et sur le design. La seconde partie du livre est quant à elle dédiée à l'art et à ses institutions. Son approche critique est teintée de questionnements philosophiques et politiques qu'il hérite de penseurs marxistes, et particulièrement de ceux issus de l'école de Francfort.

À la différence de l'essai « Design and Crime », cette deuxième partie, et notamment le chapitre « The Funeral is for the Wrong Corpse » qui conclut le livre, a peu été commentée par les théoriciens du design. Ce chapitre s'intéresse à la question de la fin de l'art et aux attitudes, dans les pratiques artistiques contemporaines, qui répondent à cet état de fait. Hal Foster observe qu'avec la fin de la modernité, l'art tend à être dépouillé de son historicité, soumis à n'être qu'une apparence. De ce constat, il soutient néanmoins la thèse d'une autre voie pour l'art contemporain, qui s'éloigne à la fois du présentisme et de la pure présentation d'apparences. À la place, il avance l'idée que l'art contemporain se caractérise par la survivance, la persistance des formes modernes et de son ambition politique.

Or le design graphique entretient une forte parenté avec les arts plastiques. Les premiers affichistes étaient peintres et, encore aujourd'hui, beaucoup de graphistes sont également illustrateurs. En France, les artistes et les designers sont formés dans les mêmes écoles d'art, ou dans les mêmes UFRs

2. En français, *Design & crime* est le deuxième travail publié de l'auteur.

à l'université, pour y suivre des cours en communs. Plus spécifiquement, les graphistes collaborent très régulièrement avec des plasticiens pour créer des catalogues et des livres d'artistes. Plus encore, des orientations communes en art et en design graphique ont été observées depuis l'apparition du design graphique. Notamment, le design graphique et l'art du début du XX^e siècle sont traversés d'ambitions politiques et formelles similaires; les artistes et les designers appartiennent parfois aux mêmes groupes (c'est le cas chez les futuristes et De Stijl par exemple). Les survivances de la modernité que repère Foster dans les arts plastiques sont donc des persistances issues de l'art, mais aussi du design graphique. Sachant que le présentisme et le fait de réduire la création à une apparence sont les mêmes critiques que celles qu'il fait au design dans « Design and Crime », nous proposons d'appliquer les propositions de Hal Foster au design graphique, donc d'interroger la portée de la thèse qu'il développe dans « The Funeral is for the Wrong Corpse ». Quelle est la pertinence, dans le design graphique, du concept de survivance développé par Hal Foster ?

Mener cette transposition est important, car cela permettrait de pallier la fragmentation de la théorie que nous avons identifiée dans le design graphique. Le design graphique contemporain, contrairement à ce qu'a été le graphisme jusque dans les années 1990, ne semble plus s'inscrire dans des mouvances théoriques et formelles générales. La proposition de Foster offre un cadre intéressant pour penser la pratique contemporaine selon un axe de travail qui décentre le graphisme de la question du style. De plus, comme le souligne Foster, le design graphique est un champ de la création hautement noué avec l'industrie et la publicité. Sa place dans le capitalisme, en tant que façade symbolique, en tant qu'image de marque, invite à l'interroger à l'aune de problématiques politiques. Or, pris comme il est dans un tiraillement entre tendance commune et recherche individuelle d'identité (le style), les enjeux idéologiques sont mis de côté, alors que, par le passé, ils faisaient pleinement partie du socle de travail des graphistes. Notre analyse permet de remettre en jeu ces questionnements abandonnés, ainsi que d'ouvrir à une lecture plus

idéologique la création contemporaine. Alors, réimpulser un effort théorique commun permettrait de se détacher de l'idée que le graphisme se contente de répondre aux exigences mercantiles que peuvent avoir les commanditaires. En somme, il s'agirait de comprendre comment le design graphique, dans sa dynamique générale, propose un rapport renouvelé à l'engagement politique que promouvaient les designers modernes au travers de leurs créations graphiques et de leurs productions théoriques.

Pour soutenir notre hypothèse, nous commencerons par revenir sur l'histoire de l'art, de la modernité à la création contemporaine, afin de comprendre la situation que repère Hal Foster dans l'art contemporain. De là, dans le but d'établir une comparaison entre la situation contemporaine des arts plastiques et celle du design graphique, nous détaillerons les différentes périodes du graphisme, en partant également de la modernité. Ceci permettra de montrer en quoi l'on peut repérer, dans l'art comme dans le graphisme, une disparition des principes idéologiques de la modernité ainsi que de l'historicité de la création. Une fois ce parallèle établi, nous pourrions nous concentrer sur la thèse que développe Foster dans « The Funeral is for the Wrong Corpse ». Plus exactement, il s'agira d'explicitier les quatre catégories d'approches contemporaines repérées par Foster qui s'inscrivent dans la logique de la survivance. Chaque analyse conduira à l'étude, par transposition, d'exemples tirés du design graphique contemporain. Enfin, nous évaluerons les conséquences politiques entraînées par l'emploi de la survivance pour penser le design graphique. La survivance peut être comprise comme un moyen de réintroduire des questions d'ordre politique et idéologique dans le design graphique, mais aussi d'interroger le *statu quo* formel promu par l'industrie dans la création graphique contemporaine. Nous constaterons aussi les limites auxquelles fait face la survivance comme contre-paradigme, contraintes économiques et récupération des éléments subversifs par l'industrie. Enfin, nous noterons l'ambivalence de la survivance dans la pratique graphique.

1

DE LA FONDATION À LA DISPARITION

1.1/L'ART D'APRÈS
LA FIN 016

1.2/FONDER LE DESIGN
GRAPHIQUE 027

1.3/LE MODERNISME
D'APRÈS-GUERRE OU
LA FIN DES UTOPIES 042

1.4/LE SILLAGE
DU MODERNISME
ET LES PRATIQUES
MÉDIATIQUES 054

1.5/L'AVANT-GARDE EN
ÉTAT DE DISPARITION 069

1.1/ L'ART D'APRÈS LA FIN

Pour nombre de critiques et de philosophes, l'art contemporain se différencie qualitativement du reste des productions historiques. Cette période artistique, dont on estime généralement qu'elle débute dans les années 1980, fait suite à des mouvances et des pratiques associées à la modernité. Plus exactement, l'art contemporain se définit par opposition à l'art moderne.

Pour comprendre la spécificité de l'art dit contemporain, il s'agit donc d'abord de définir la modernité et la postmodernité, qui se caractérise à partir de la première. Pour commencer, penchons-nous sur la modernité. L'un des principaux critiques qui a théorisé la modernité et qui en a fixé le début et la fin est Clement Greenberg. Selon son analyse, qui a fait date, l'art moderne n'est pas qu'une période de l'art qui se circonscirait au début du XX^e siècle. La modernité s'est concentrée sur ce que Greenberg appelle le médium.

Pour l'essentiel, les médiums des modernes sont la peinture et la sculpture. Dans son article « La Nouvelle sculpture », il décrit ce qui constitue, selon lui, la démarche artistique propre à l'art moderne :

... une œuvre d'art moderniste doit en principe tenter d'éviter de dépendre de toute forme d'expérience qui ne soit pas étroitement circonscrite à la nature de son médium. Cela signifie entre autres qu'il faut renoncer à l'illusion et à tout rapport explicite au monde. Les arts doivent atteindre au concret et à la « pureté » en s'interdisant de traiter de ce qui ne relève pas de leur seule identité, distincte et irréductible. (Greenberg, 1988, p. 154)

Pour Clement Greenberg, les œuvres modernes sont singulières dans l'histoire de l'art, car elles tendent à ne s'attacher qu'aux spécificités du médium qu'elles utilisent. Le médium représente donc un cadre, auquel toute pratique moderne se réfère. Par exemple, la peinture ne doit s'intéresser qu'à des enjeux formels propres à la peinture : c'est pourquoi la perspective illusionniste a été, au fur et à mesure, exclue des problématiques picturales par les modernes. Se concentrer sur les caractéristiques du médium justifie d'extraire l'art moderne de la représentation et d'en abandonner ses codes. L'abstraction moderne est un résultat de cette logique. L'identité du médium, dont parle Greenberg, est un impératif d'exclusivité : une œuvre moderne ne s'intéresse qu'aux spécificités de son médium donné, et n'hybride surtout pas les genres artistiques : son médium doit rester différencié.

Dans son texte « La Crise du tableau de chevalet », le critique explicite les spécificités du médium peinture, exemplifiant son développement sur ce qui doit être exploré par une œuvre moderne :

... dès [que l'artiste organise le contenu du tableau de chevalet] selon les données de la planéité et de la frontalité, l'essence du tableau de chevalet – qu'il ne faut pas confondre avec sa qualité – est en passe d'être compromise. (Ibid., p. 171)

Dans cette citation, il faut démêler deux choses : « l'essence du tableau de chevalet » et la « qualité » du tableau peint. Plus haut dans ce même texte, Greenberg indique que cette essence se réfère à la fonction sociale historique du tableau en occident. Soulignant l'unité de ce type de peinture, il explique que le tableau de chevalet **« découpe dans le mur qui le supporte l'illusion d'une cavité cubique, la constitue en unité et y organise des apparences tridimensionnelles. »** (Ibid., p. 171) Cette pratique illusionniste favorise ce que Greenberg appelle **« l'effet dramatique »** (Ibid., p. 171), par rapport à la valeur décorative de l'objet tableau. Ainsi c'est cette insistance sur le dramatique, sur l'illusion d'apparences en volume qui fait « l'essence » du tableau de chevalet. A contrario, la qualité du tableau peint réside dans le médium peinture, c'est-à-dire dans ses caractéristiques sensibles. La planéité et la frontalité sont les aspects sur lesquels Greenberg s'attarde le plus, soulignant leur centralité dans la peinture moderne. Or l'art moderne a exacerbé la prévalence du médium dans la conception artistique. Dans « La Nouvelle sculpture », le critique avait ainsi explicité que cette centralité du médium impliquait, pour les œuvres modernes, de : **« renoncer à l'illusion et à tout rapport explicite au monde »** (Ibid., p. 171). C'est pourquoi la peinture moderne contrevient à l'essence du tableau de chevalet. La planéité et la frontalité sont directement responsables de cette rupture avec l'illusionnisme.

Dans le dernier chapitre de *Design and Crime*, Hal Foster, revenant sur ce moment de la théorie, indique que cette analyse regroupe **« la peinture d'avant-garde qui va de Manet à Stella³ »** (Foster, 2019, p. 177). Ces deux artistes délimitent les époques et les types de pratiques auxquels se réfère l'analyse moderniste, de la peinture réaliste à la peinture préminimaliste. Toutefois, ni tous les peintres qui appartiennent à ces mouvances ni tous les artistes qui ont exercé entre le travail de Manet et celui de Stella ne sont nécessairement modernes. De façon générale, Foster explique que la logique moderne, pour les critiques, **« [était] redevable de l'unité formelle et de la continuité historique⁴ »** (Foster, 2019, p. 177). Dans le cadre de l'analyse greenbergienne, les œuvres modernes maintiennent l'unité et la pureté de leur médium, ne travaillant qu'avec ses spécificités. Par ailleurs, les œuvres successives éliminent au fur

3. « advanced painting from Manet to Frank Stella. » (Foster, 2002, p. 126)

4. « was pledged to formal unity and historical continuity » (Foster, 2002, p. 126)

et à mesure toute référence extrinsèque à leur médium, passant graduellement de représentations qui exacerbent la frontalité (Manet) à des peintures abstraites qui soulignent la planéité et les bords du support tableau (Stella).

Selon la lecture que fait Foster de Clement Greenberg, Frank Stella marque ainsi la fin de la modernité. Pour beaucoup de critiques, cela s'explique, car, après lui, l'art a entamé un processus de déstructuration des médiums. Le moment moderne est suivi par la postmodernité. C'est ce que décrit Rosalind Krauss dans « Sculpture in the Expanded Field » à propos des pratiques du volume postmodernes et de la sculpture :

Pour l'art post-moderne, la pratique se définit en fonction d'un médium donné – ici la sculpture – mais d'opérations logiques effectuées sur un ensemble de termes culturels, et pour lesquels tout médium peut être utilisé : photographies, livres, lignes sur le mur, miroirs ou sculpture elle-même.

Ainsi ce champ fournit-il tout ensemble une structure élargie (mais finie) dont l'artiste peut occuper et explorer les différentes articulations, et une organisation du travail qui n'est plus dictée par les propriétés d'un médium donné.⁵ (Krauss, 1993, p. 121-122)

La pratique postmoderne se différencie de la modernité en ce que le médium n'est plus au cœur de l'activité artistique. Concrètement, si le médium est considéré, il n'est pas limité à la sculpture et à la peinture. En outre, le médium est secondaire : ce qui prime dans le postmodernisme, ce sont les opérations logiques, les gestes et protocoles, appliqués à tel ou tel médium. La pratique est moins restreinte que dans l'art dit moderne, mais elle demeure finie, circonscrite à ce mode d'action. Le « champ élargi » (ill. 1) qui donne son nom à l'article correspond à cette approche moins contrainte. Krauss le décrit ainsi :

Le champ élargi est ainsi engendré par la problématisation d'un ensemble d'oppositions entre lesquelles la catégorie moderniste

5. «practice is not defined in relation to a given medium – sculpture – but rather in relation to the logical operations on a set of cultural terms, for which any medium – photography, books, lines on walls, mirrors, or sculpture itself – might be used.

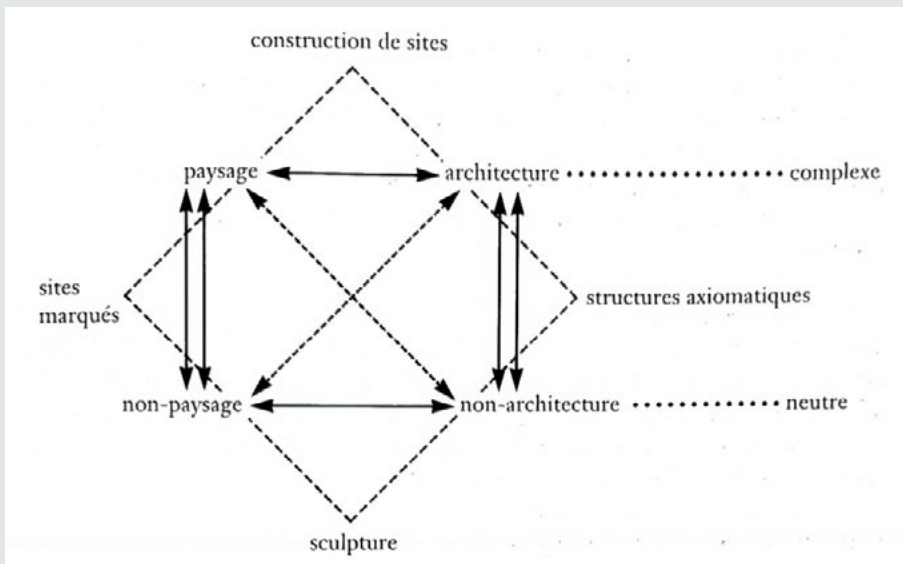
Thus the field provides both for an expanded but finite set of related positions for a given artist to occupy and explore, and for an organization of work that is not dictated by the conditions of a particular medium.» (Krauss, 1979)

de *sculpture* se trouve suspendue. Une fois que cette problématisation est établie [...] trois autres catégories peuvent être logiquement déduites, chacune étant une condition du champ lui-même sans qu'aucune soit assimilable à la *sculpture*.⁶ (Krauss, 1993. p. 120)

Dans la postmodernité, le médium n'est pas « pur ». Les pratiques spatiales, par exemple, se situent entre différents pôles : la sculpture, les structures axiomatiques, la construction de sites et les sites marqués. Elles ne sont donc pas tenues de ne se référer qu'à une seule catégorie.

Pour Hal Foster, il existe une dépendance implicite du postmodernisme au modernisme. Il expose :

... [le modernisme] s'est enlisé dans les années 1960, mais il s'est aussi maintenu comme le fleuron des pratiques qui sont apparues pour le remettre en question, ainsi de l'art minimal et de l'art conceptuel, du *Process Art* et du *Body Art*. Tout en en faisant la critique, ces pratiques ont prolongé ladite modernité, du moins au titre de référence. Dans son déclin même elle rayonnait ainsi d'une seconde vie qui allait prendre le nom de postmodernité⁷ (Foster, 2019, p. 177)



Ill.1 : KRAUSS, R. (1993) Diagramme du « champ élargi ».

6. « The expanded field is thus generated by problematizing the set of oppositions between which the modernist category sculpture is suspended. And once this has happened [...] there are – logically – three other categories that one can envision, all of them a condition of the field itself, and none of them assimilable to sculpture. » (Krauss, 1979)

7. « [modernism] ran into the sand in the 1960s, but practices critiques modernism, but in so doing they also continued it, at least as a reference. In its very decay modernism thus radiated an afterlife that we came to call postmodernism » (Foster, 2002, p. 126)

Si le modernisme a pris fin en tant que pratique dans les années 1960, le postmodernisme a continué à se référer à lui. S'agissant du champ élargi de Rosalind Krauss, il s'agit effectivement d'une construction logique fondée sur la définition par la négative de la sculpture moderne. Mais, même en dehors d'une analyse fondée sur le champ élargi, le minimalisme, l'art conceptuel, l'art processuel et l'art corporel entretiennent une relation de dépendance au modernisme. Hal Foster explicite bien que, dans ces pratiques, le modernisme est ouvertement critiqué. Il est la contrepartie qui met le postmodernisme en valeur. Ainsi, le postmodernisme, malgré son positionnement contradictoire d'avec le modernisme, fait perdurer son influence sur l'art.

À partir des années 1980, Hal Foster observe un déclin progressif du postmodernisme :

... ces trente dernières années, le « champ élargi » a lentement implodé, au fur et à mesure que les termes, jusqu'alors maintenus dans une opposition fertile, se sont progressivement agrégés en [...] un art qui, pour sa majeure partie, fait assez bien écho à la culture omniprésente du *design-and-display* [designer-et-présenter]⁸(Foster, 2019, p. 178)

Depuis le début des années 1980, ces pratiques se sont petit à petit rangées du côté de la culture visuelle de masse. Ce faisant, elles ont troqué leur logique de contradiction, qui permettait de produire des œuvres véritablement critiques, contre celles du renouveau permanent et de la séduction.

C'est à partir de cette analyse que Foster décrit une véritable « fin de l'art ». S'agissant de ce concept, il rappelle :

... la « fin de l'art » n'a jamais voulu dire non plus mettre fin, littéralement, à la peinture, à la sculpture, au cinéma, à la littérature et à tout le reste ; ce qui était en question, c'était l'innovation, formelle et la signification historique de ces médiums.⁹ (Foster, 2019, p. 173)

8. «... over the last two decades the "expanded field" has slowly imploded, as terms that once held in productive contradiction have gradually collapsed into [...] art that, for the most part, fits well enough into the pervasive design-and-display culture » (Foster, 2002, p. 127)

9. « "the end of art" never meant a literal stop to paintings, sculptures, films, novels, and all the rest; what was at issue was the formal innovation and historical significance of these mediums. » (Foster, 2002, p. 123)

L'expression « fin de l'art » a été inventée par Hegel. Le sens particulier que mentionne la citation est le sens d'origine de l'expression, celui donné par Hegel. Pour ce dernier, l'art participe de l'histoire l'Esprit, et la fin de l'art signifie qu'il n'a plus de rôle à jouer dans cette progression. Ainsi, il perd son importance historique. Le sens qu'attribue Foster est un peu moins métaphysique. La « fin de l'art » désignerait plutôt un coup d'arrêt aux innovations formelles et la perte de l'importance historique de l'art. Ainsi, si pour Hegel, l'art prend fin à son époque, beaucoup de critiques la situent à la fin du modernisme. Il cite l'exemple de Guy Debord :

... des critiques radicaux comme Guy Debord annonçaient la faillite de l'avant-garde. [...] toute velléité de répétition de telles tentatives, comme l'avaient fait de nombreux néo-Dadas dans les années 1950 et 1960, tournaient à la farce¹⁰ (Foster, 2019, p. 179)

Les mouvements « néo » de l'après-guerre constituaient déjà, pour certains critiques, le symptôme de « la fin de l'art ». Plus généralement, l'abandon des catégories modernes avec le postmodernisme a été perçu comme un signe clé de cette fin. Pour Hal Foster cependant, au regard du très fort lien qui existe entre modernisme et postmodernisme, s'il faut placer une fin, il serait plus juste de la situer au moment où le postmodernisme s'essouffle¹¹. Ce qu'il décrit comme « la culture omniprésente du *design-and-display* [designer-et-présenter]¹² » (Foster, 2019, p. 179), c'est la foule de pratiques, qui décroissent et hybrident tout, sans paradigme dominant qui permettrait de donner une direction à la pratique artistique contemporaine, comme le champ élargi et l'unité du médium l'ont fait avant.

De cette situation perçue comme une « fin de l'art », Hal Foster identifie trois postures intellectuelles principales relativement à la pratique artistique contemporaine. Tout d'abord, il y a selon lui une analyse libérale de cette situation.

10. « for radical critics like Guy Debord, the avant-garde was already bankrupt. [...] any attempts to revive such attempts, as in the various neo-Dadas of the 1950s and 1960s, were farcical » (Foster, 2002, p. 127)

11. Hal Foster n'est pas catégorique sur le fait qu'il y ait une « fin de l'art ». Par contre, il s'intéresse à cette analyse, car elle prend en compte le fait que le modernisme représente une telle révolution dans l'histoire de l'art que ce qui vient après est forcément, au moins en partie, dans son ombre.

12. « the pervasive design-and-display culture » (Foster, 2002, p. 127)



III.2 : WARHOL, A. (1964). *Brillo Box (Soap Pads)*. Polyacétate de vinyle et sérigraphie sur bois, 43,3 x 43,2 x 36,5 cm. New York, MoMA.

Portée notamment par Arthur Danto, celle-ci revendique que l'art « n'avait plus rien de philosophique à faire : sa raison d'être essentielle avait disparu et il pouvait dès lors se consacrer à *n'importe quoi*¹³ » (Foster, 2019, p. 175). Danto identifie les *Boîtes Brillo* d'Andy Warhol (ill. 2) comme le point de bascule menant à cette situation. Dans cette analyse, tout peut être art, après « la fin de l'art ». Bien sûr, cela permet de penser l'art de façon hautement plurielle, ce qui ouvre la voie à des pratiques jusqu'à présent exclues, notamment des pratiques venant de tous bords culturels. Toutefois, Hal Foster souligne que : « **cette position a aussi son**

aspect pas-si-candidement néo-progressiste, dans la mesure où son relativisme même n'est jamais dicté que par les règles du marché¹⁴ » (Foster, 2019, p. 175). Selon cette lecture, la pratique artistique se conforme aux exigences du marché. Car l'art est compris comme fondamentalement relativiste, que tout peut donc être de l'art, l'offre peut augmenter en variété et se renouveler régulièrement. Les œuvres d'art sont donc soumises à devenir des marchandises.

Foster observe une deuxième posture intellectuelle d'influence poststructuraliste. Dans cette perspective, l'auteur nous dit : « **l'art n'est plus, tout est "représentation"; histoire et théorie de l'art se subsument sous l'histoire et la théorie des représentations**¹⁵ » (Foster, 2019, p. 176). Les études visuelles prennent en charge de poursuivre le travail théorique sur l'art, maintenant inclus dans le champ de la représentation. *Untitled Film Still* de Cindy Sherman (ill. 3 à 5) est un travail artistique qui entre dans cette d'analyse. Dans cette série de photos, l'artiste se met en scène dans des compositions inspirées des films des années 1950 et 1960. Elle y incarne des personnages féminins stéréotypés,

13. « no longer had any philosophical work to do: its essential rationale fell away, and henceforth it could do whatever » (Foster, 2002, p. 124-125)

14. « this position is also not-so-benignly neo-liberal, in the sense that its relativism is what the rule of the market requires » (Foster, 2002, p. 125)

15. « art is no more, "representation" is all; the history and theory of art are subsumed by the history and theory of representations » (Foster, 2002, p. 125)

appartenant à l'imaginaire collectif étasunien. En rejouant ces représentations, elle crée de nouvelles représentations, inédites, et participe à la critique de ces stéréotypes.

Enfin, la troisième posture analytique que Foster repère est d'orientation marxiste :

... ici, l'art n'est pas subsumé sous la catégorie théorique de la représentation, mais il est dépassé par la domination de fait de « l'image », forme fondamentale de la marchandise dans l'économie spectaculaire, de laquelle l'art ne peut plus prétendre se distinguer.¹⁶ (Foster, 2019, p. 176)

Ici, l'art est absorbé par le domaine des « images », plutôt que celui de la représentation. Selon cette lecture, plus cynique, les images constituent la principale marchandise de l'économie (les objets se vendent pour l'image qu'ils véhiculent : on achète telle voiture, car elle est associée à tel *way of life*). Cette domination concrète du régime des images implique que l'art ne peut plus revendiquer une quelconque différence d'avec elles. Les *Balloon Dogs* de Jeff Koons (ill. 6) exemplifient cet état de l'art. En effet, ils reprennent un motif vernaculaire, le chien en ballon que l'on achète à ses enfants, pour en faire des œuvres d'art via un travail de mimésis. Par ailleurs, ces sculptures ont donné lieu à nombre de reproductions décoratives, vendues aux particuliers à bas prix ; la boucle est bouclée.

À ce titre, l'art se situe dans un « après ». Foster souligne que, s'agissant de l'art :

... notre condition est, pour une large part, celle des conséquences – deuil de la peinture et de la sculpture moderne, tout comme dans les déconstructions postmodernes de ces formes, le deuil, non seulement des avant-gardes d'avant-guerre, mais aussi des néo-avant-gardes d'après-guerre.¹⁷ (Foster, 2019, p. 176)

16. « here art is not subsumed by the theoretical category of representation but overwhelmed by the practical dominance of "the image," the primary form of the commodity in a spectacle economy, from which art can no longer pretend to be distinct. » (Foster, 2002, p. 125)

17. « our condition is largely one of aftermath – that we live in the wake not only of modernist painting and sculpture but of postmodernist deconstruction of these forms as well, in the wake not only of the prewar avant-garde but of the postwar neo-avant-garde as well. » (Foster, 2002, p. 125)



Ill.3 : SHERMAN, C. (1977). *Untitled Film Still. #4*. Photographie argentique, 19,2 x 24 cm. New York, MoMA.



Ill.4 : SHERMAN, C. (1978). *Untitled Film Still. #20*. Photographie argentique, 19,1 x 24 cm. New York, MoMA.



Ill.5 : SHERMAN, C. (1978). *Untitled Film Still. #21*. Photographie argentique, 19,1 x 24,1 cm. New York, MoMA.

Ill.6 : KOONS, J. (1994-2000),
Balloon Dog (Magenta).
Acier inoxydable hautement
chromé avec revêtement
coloré transparent,
307,5 x 366 x 114,5 cm.
Collection Pinault.



Si la « fin de l'art » est une analyse qui a ses limites, il est clair qu'elle décrit bien cet aspect. L'art contemporain est effectivement à situer dans les restes du modernisme, des avant-gardes, et du postmodernisme. Hal Foster de continuer :

... l'art contemporain n'a plus grand-chose de « contemporain », au sens où il n'a plus d'emprise privilégiée sur le présent, voire n'a plus rien de « symptomatique », en tout cas rien de plus que quantité d'autres phénomènes culturels.¹⁸ (Foster, 2019, p. 174)

Il semble que l'art contemporain ait perdu son rôle indiciel par rapport à la culture et à l'époque dans laquelle il s'inscrit. C'est un art qui n'est plus l'observateur et l'examineur privilégié de la contemporanéité. Plus encore, selon Foster, l'art semble aussi avoir perdu « **ce qu'il y a d'historiquement déterminé dans ses propres problèmes.**¹⁹ » (Foster, 2019, p. 174). L'art contemporain semble ainsi être dépourvu de tout lien avec l'histoire de l'art, de tout questionnement sur ce que peut être l'art dans le contexte historique actuel. Selon cette analyse, l'art contemporain ne semble plus interroger la pratique artistique ni élaborer de réponse formelle aux problèmes propres à la contemporanéité artistique.

18. « contemporary art no longer seems "contemporary," in the sense that it no longer has a privileged purchase on the present, or even "symptomatic," at least no more so than many other cultural phenomena. » (Foster, 2002, p. 124)

19. « working-through of its own historically given problems » (Foster, 2002, p. 124)

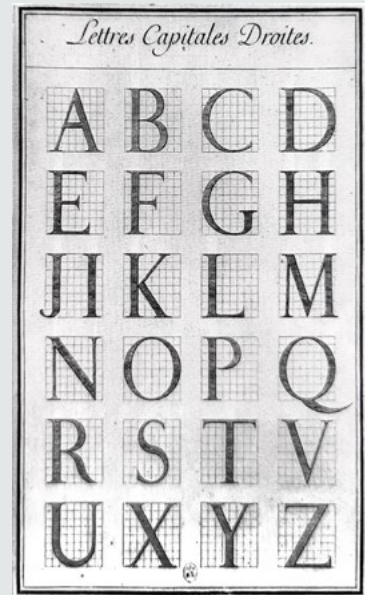
1.2/ FONDER LE DESIGN GRAPHIQUE

La situation contemporaine du design graphique présente des similarités avec celle de l'art. En effet, le design graphique s'inscrit lui aussi dans l'héritage de la modernité, des avant-gardes et de la postmodernité (principalement représentée par la déconstruction dans ce cas). Parce que ces moments historiques sont très semblables à ceux qu'a connus l'art, il est possible d'établir un parallèle entre l'évolution de l'art et l'évolution du design graphique. Toutefois, pour établir ce parallèle, il convient de souligner les spécificités du design ainsi que celles du graphisme. L'art et le design graphique, bien qu'étant historiquement très proches, leurs dynamiques ne sont pas strictement superposables.

Les différences entre la modernité du design graphique et la modernité artistique

La première différence entre l'art et le design est le moment où la discipline a été identifiée et singularisée. Si bien sûr l'art moderne et l'art postmoderne ont permis de redéfinir ce qu'était la pratique, les notions d'œuvre d'art et d'artiste se sont imposées à partir de la Renaissance. S'agissant du design graphique, la pratique s'est structurée comme une catégorie professionnelle avec la modernité. Le design graphique n'a donc pas été redéfini, mais constitué par la modernité. Au lieu d'être un point de bascule, la modernité est un point de départ.

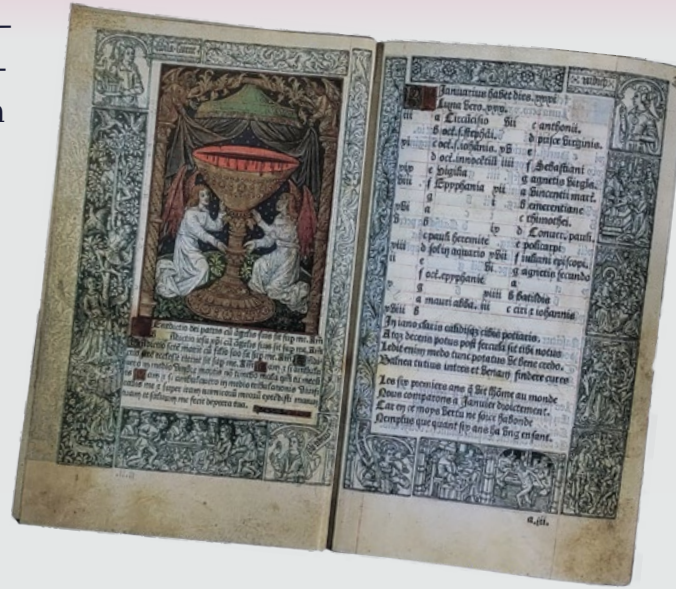
Bien sûr, le design graphique, au même titre que le design d'objet, a tout de même un précédent historique. Par exemple, Philip Meggs fait commencer son *History of Graphic Design* avec les premiers systèmes d'écriture, et il dédie une grande partie de son ouvrage aux livres calligraphiés, ainsi qu'à l'imprimerie. En effet, ces domaines ont largement contribué à définir plusieurs pratiques propres au graphisme. La composition des pages de lecture (ill. 7), le dessin de caractères (ill. 8), la création d'éléments illustrés (ill. 9), les marques d'imprimeurs (ill. 10), etc., sont des productions qui résonnent avec la pratique contemporaine. Par ailleurs, avec les deux révolutions industrielles, qui accompagnent l'établissement de l'économie capitaliste, de plus en plus de produits sont fabriqués. Avec la seconde



III.7 : GUTENBERG, J. (1450-1455). *La Bible* de Gutenberg. Double page, livre in-folio. Paris, Bibliothèque Nationale de France.

III.8 : SIMONNEAU, L. (1695). Matrice de l'alphabet du Romain du Roi. Paris, Bibliothèque Nationale de France.

révolution industrielle, la production est telle que ces produits deviennent des offres, en concurrence les unes avec les autres. À la fin du siècle, la publicité naissante prend de l'importance. En France, par exemple, de nombreux objets publicitaires sont produits pour le papier à cigarettes Job (ill. 11) ou pour les biscuits Lefèvre Utile (ill. 12). Des systèmes de productions sont mis au point et sont perfectionnés. La xylographie est progressivement remplacée par la lithographie (ill. 13), puis par la chromolithographie (ill. 14). Parallèlement, les reproductions photomécaniques permirent la transcription des demi-teintes grâce à un système de fines trames (ill. 15). Tous ces systèmes de reproduction ont précédé et accompagné la cristallisation du graphisme comme champ



III.9 : PIGOUCHET, P. (1498). Pages de *Horae Beatus Virginis Mariae*.



III.10 : de RUBEIS, L. (1482).
Marque d'imprimeur, poinçon.
Collection de Philip Meggs.

du design. Ce précédent historique peut être compris comme une préhistoire du design graphique, avant qu'elle ne se structure autour de la figure du graphiste.

La seconde différence entre la modernité artistique et la modernité en design graphique est que ce dernier est lié aux procédés de reproduction industriels en tant que même les mouvances les plus artisanales, comme l'était le groupe Arts and



III.12 : CARNAUD, J. (c. 1898). Sans nom. Boîte à biscuit en forme de tramway, fer blanc imprimé. Nantes, Musée d'histoire de Nantes.



III.13 : III. 13 : CHÉRET, J. (1866).
Affiche pour *La Biche au bois*.
Lithographie monochrome.
Paris, Musée de la publicité.



III.11 : MUCHA, A. (1898). Affiche pour le papier à cigarette Job. Collection de Philip Meggs.

Crafts, utilisaient quand même l'impression à caractère mobile, un procédé de reproduction reposant déjà sur la division du travail (typographe, graveur, correcteur, imprimeur, etc.) caractéristique de l'industrie moderne. Au cours du XIX^e siècle, le design graphique s'est ainsi très immédiatement intéressé aux nouveaux procédés développés par l'industrie. À titre de comparaison, l'introduction des procédés de reproduction industriels en art est attribuée au pop art américain, soit autour des années 1960. En design graphique, ils ont été introduits dès la fin du XIX^e siècle pour concevoir des typographies hautement ornementales. Meggs et Purvis décrivent le procédé technique, dans *History of Graphic Design* :

Pour produire des caractères finement ciselés, les graveurs taillaient leur motif dans un métal souple, qu'ils électro-galvanisaient ensuite pour créer des poinçons plus rigides, capables d'imprimer le motif dans une matrice en cuivre.²⁰

Comme les deux historiens l'expliquent, la création de polices de caractère décoratives à cette époque ne fut possible que grâce à la mise au point de l'électro-galvanisation, nouveau procédé industriel.

Dans le développement qui va suivre, la modernité désignera des pratiques comprises

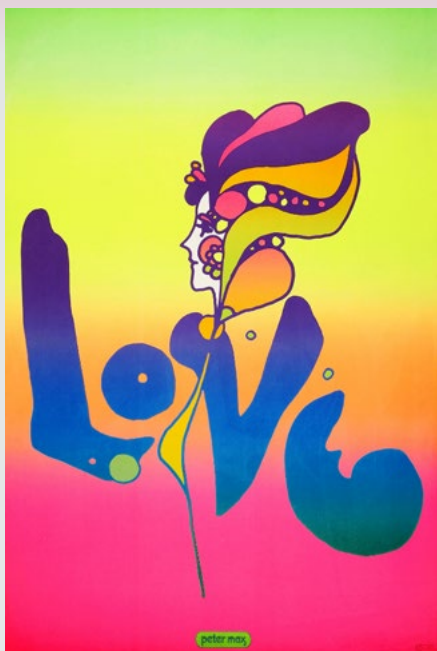


III.14 : BUFFORD'S SON, J. et FRIZZALL, S. (1884). Affiche pour la campagne présidentielle de Cleveland et Hendrick. Chromolithographie.



III.15 : HORGAN, S. (1880). *A Scene in Shantytown*. Photogravure expérimentale imprimée dans le *New York Daily Graphic*. Rochester, George Eastman House.

20. Nous traduisons :
« To produce intricate types, punch cutter cut their design in soft metal, then they electroplated them to make a harder punch able to stamp the design into a brass matrix »
(Meggs et Purvis, 2006, p. 165)



Ill.16 : MAX, P. (1969). *Love*.
Affiche sérigraphiée.

entre Arts and Crafts, à la fin du XIX^e siècle, et la Seconde Guerre mondiale, qui mit fin, entre autres, à l'école du Bauhaus. Ainsi, les avant-gardes constitueront une période englobée dans la modernité, lancée par les futuristes Italiens et le *Plakatstil*.

La structuration théorique du design graphique

L'influence visuelle sur la création graphique d'après-guerre jusqu'à nos jours de la Sécession Viennoise, de l'art nouveau (et du *Jugendstil*), des affichistes français et des presses inspirées par le mouvement Arts and Crafts est modérée, comparativement à la Nouvelle Typographie ou au Bauhaus qui sont, eux, restés incontournables. Les posters psychédéliques des années 1960 (ill. 16) figurent

parmi les rares exemples de pratiques directement inspirées par le langage formel du graphisme de la fin du XIX^e siècle. Philip Meggs et Purvis, dans *Meggs' History of Graphic Design*, note en effet que beaucoup de ces posters reprirent « **les courbes fluides, sinueuses de l'art nouveau**²¹ ». N'en demeure pas moins que ces pratiques modernes antérieures aux avant-gardes ont tout de même influencé la structuration de la pratique. Il y a des idées, des principes et des utopies des modernes, qui ont durablement marqué aussi bien le modernisme que le design graphique²².

Spécifiquement, c'est avec le mouvement Arts and Crafts que se définissent les prémices des orientations modernes en graphisme. Avec ce mouvement d'origine britannique, à la fois esthétique et éthique, se définit notamment l'importance de l'unité dans le projet. Walter Crane, le président de la *Art Worker Guild* (un groupe de personnes intéressées par l'artisanat), a donné

21. Nous traduisons :
« **the flowing, sinuous curves of art nouveau** » (Ibid., p. 438)

22. Cela ne signifie pas que ces principes soient systématiquement réutilisés, mais simplement que le graphisme s'en est longtemps revendiqué.

une conférence en 1888 lors de laquelle il s'attache à rappeler l'importance de ce principe. Meggs et Purvis rapportent ses propos : **«l'ornement, quel qu'il soit, devrait faire partie de la page, il devrait être une partie de l'entièreté du plan du livre²³»**. Crane pense déjà le livre comme un tout, que l'on crée en prenant en considérant que l'objet est une globalité, plutôt qu'un assemblage de plusieurs parties. L'unité et la cohérence sont érigées en modèles pour la création graphique, un modèle qui ne sera formellement remis en question qu'après la période moderne. De plus, il définit par là même les bases du rôle du designer graphique : si le projet graphique doit être un tout cohérent, il faut qu'une personne se charge d'en ordonner toutes les composantes. Par ailleurs, les membres du groupe ont aussi posé les bases du fonctionnalisme. Décrivant l'œuvre de William Morris, esthète et créateur britannique à la tête de l'imprimerie Kelmscott, Meggs et Purvis soulignent en effet qu'il s'intéressait à **«rendre beau l'utilitaire, et [à] rendre conforme le design à la fonction²⁴»**. Si la beauté de l'objet ne découle pas encore du fait que la forme soit en adéquation avec la fonction, le fait que cette adéquation soit activement recherchée place les principes fonctionnalistes qui s'imposeront quelques décennies après dans la continuité du travail de Morris. Plus surprenant encore s'agissant de son travail d'imprimeur, les deux historiens expliquent que : **«il utilisait des initiales, des bordures et des ornements qui étaient modulaires, interchangeables et répétables²⁵»**. Cette logique modulaire, particulièrement liée à la volonté de standardisation en design, est d'autant plus surprenante chez Morris que le mouvement Arts and Crafts cherchait à revaloriser l'artisanat face à l'industrie. En effet, le module de création et de composition fut par la suite plutôt utilisé par les partisans de l'industrie. Par exemple, Peter Behrens se servit de grilles et de modules pour le système graphique d'AEG (ill. 17 et 18) afin d'en standardiser le design.

Plus tard, ce sont les écrits polémiques d'Adolph Loos qui orienteront de façon décisive l'architecture, le design, et par la même occasion le design graphique. Ce sont notamment ses attaques contre l'ornementation qui ont marqué la pratique

23. Nous traduisons :
«the ornament, whatever it is, should form part of the page, should be part of the whole scheme of the book» (ibid., p. 172)

24. Nous traduisons : «making the utilitarian beautiful, and fitness of design to function» (ibid., p. 173)

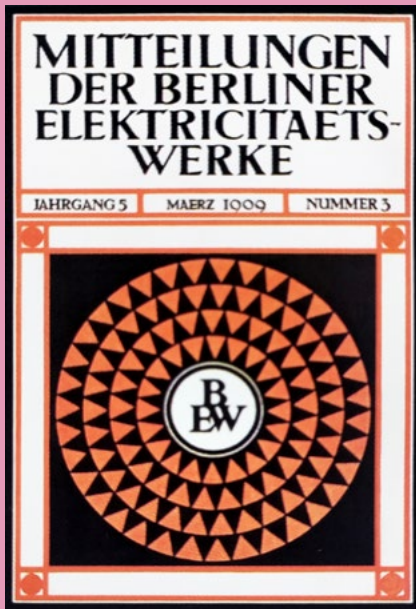
25. Nous traduisons :
«he used initials, borders, and ornaments that were modular, interchangeable and repeatable» (ibid., 2006, p. 174)

du design, d'avant-garde et d'après. Dans son essai *Ornement et crime*, Loos écrit, comme un mantra : **«l'évolution de la culture est synonyme d'une disparition de l'ornement sur les objets d'usage.»** (Loos, 2003, p. 73) L'ornement, qui jusqu'à présent n'avait pas été problématique pour les designers devint un enjeu de taille. Dans l'essai *Hands off!*, Loos ajoute une précision d'importance pour le modernisme : **«le noble matériau et le bon travail ne font pas que compenser l'ornementation manquante, mais qu'ils la dépassent de loin en délicatesse.»** (Ibid., p.213). Il s'agit donc, pour Loos, de se concentrer sur d'autres paramètres : le matériau et le « bon travail ». Dans le cadre de *Hands off!* ce terme se rapporte au fait de travailler avec des artisans expérimentés, qui savent construire des bâtiments durables. Si l'on applique ce concept au design graphique du début du XX^e siècle, il s'agirait de faire appel à de bons imprimeurs et d'utiliser des outils de création robustes, comme la grille. Ce propos sur l'ornement a fait autorité. On retrouve son influence dans les livres constructivistes (ill.19), ou les affiches de Jan Tschichold (ill. 20) par exemple. Toutefois, l'essai *Ornement et crime* ne se limite pas à une accusation de l'ornement. Il pose la base fonctionnaliste de ce que doit être le design :

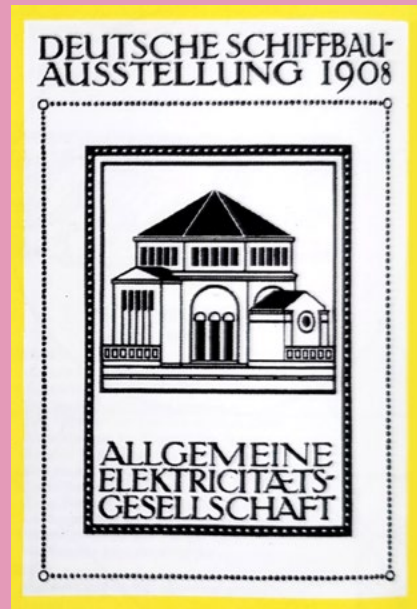
Nous ne sommes pas assis d'une certaine façon parce qu'un menuisier a construit un siège de telle ou telle façon, mais, au contraire, le menuisier a fabriqué le siège de telle façon, parce que nous voulons être assis de telle façon (ibid., p. 89)

Au début de tout projet, il y a donc la demande, ou, en d'autres termes, la fonction. Ce texte n'est pas le seul d'Adolph Loos qui appuie la prévalence de la fonction dans le projet de design, mais c'est l'un des premiers. Par ailleurs, à ces yeux, c'est ce qui différencie l'architecture et le design de l'art : la fonction fait du design une pratique particulière, avec un rôle social différent de l'art.

Ce principe a eu d'importants échos chez les théoriciens du design, en particulier chez ceux associés au Bauhaus et au constructivisme. Dans son essai *Notre livre* (U.R.S.S.) le designer El Lissitzky indique :



III.17 : BERHENS, P. (1908).
 Couverture du Mitteilungen Der Berliner Elektrizitaets Werke de Juillet, publié par AEG. Archives de la firme AEG.



III.18 : BERHENS, P. (1908).
 Couvertures du manuel pour le pavillon d'AEG lors de l'exposition allemande de construction navale. Collection de Philip Meggs.



III.19 : LISSITZKY, E. (1923). Pages du recueil de poésie *Pour la voix de Mayakowsky*. Impression à caractère mobile, 18,7 x 13 cm. New York, MoMA.



III.20 : TSCHICHOLD, J. (1937).
 Affiche pour l'exposition « Konstruktivism ». Zurich, Museum für Gestaltung.

Ils ont la vue courte ceux qui pensent que seule la machine [...] peut apporter des modifications fondamentales dans la forme et l'aspect des choses. C'est le consommateur avec ses exigences propres qui se trouve au premier rang de ceux qui décident du changement : je veux parler bien sûr de la couche sociale d'où surgit la « commande ». Aujourd'hui [ce sont] [...] « tous » les individus, la masse. (Armstrong *et al.*, 2011, p. 25–26)

Comme le designer russe le souligne, les besoins du consommateur sont le facteur qui impose à l'objet son aspect. Autrement dit, la fonction que ces derniers retirent de l'objet de design doit imposer la forme. D'autres acteurs de l'avant-garde ont conceptualisé des idées proches. C'est le cas de Lázló Moholy-Nagy avec son concept de *typophoto*. Notamment dans les livres, il s'agit pour lui du moyen par lequel la typographie peut devenir plus efficace dans sa tâche de transmission de l'information. Plus exactement, dans son essai *Typophoto*, il définit : « **La typophoto est l'information représentée visuellement de la manière la plus précise.** » (*Ibid.*, p. 33) Ainsi, il vise avec la *typophoto* le rôle civilisateur et éducatif historiquement attribué à l'imprimé : transmettre une information, de la façon qui soit la moins ambiguë²⁶.

Mais la *typophoto* n'est pas un principe élaboré dans le seul but de mieux remplir la fonction du livre. Il approfondit la typographie telle qu'elle a été conçue par Gutenberg. En effet, selon Moholy-Nagy :

La photographie utilisée comme matériau typographique est de la plus grande efficacité. Elle peut accompagner le texte ou l'illustrer, ou bien encore se substituer aux mots et, en qualité de *phototexte*, constituer un type de représentation précis dont l'objectivité exclut toute interprétation (*Ibid.*, p. 34)

Il s'intéresse alors à plus que la fonction du livre. Il conçoit la *typophoto* comme un véritable outil démocratique. La photo permet à l'imprimé de se soustraire à l'ambiguïté inhérente à la langue. Ainsi les textes typophotographiques sont plus accessibles, plus facilement compréhensibles par tout un chacun.

26. Ce propos n'est évidemment pas vrai dès qu'il s'agit d'un roman ou d'un livre d'artiste, néanmoins, appliqué aux autres types de documents imprimés (presse, livre d'histoire, essais, etc.), il fait sens.

Cet aspect démocratique de l'image dans le design graphique est également souligné par Lissitzky dans *Notre livre (U.R.S.S.)* :

Le livre devient l'œuvre d'art la plus monumentale ; il a cessé d'être caressé par les mains délicates d'un seul et unique bibliophile, pour être empoigné par des centaines de milliers de personnes. Cette situation explique la prédominance des revues illustrées dans la période qui est la nôtre. Une marée de livres pour enfants est venue gonfler chez nous le flot des hebdomadaires illustrés. Nos enfants acquièrent dès maintenant une relation différente avec le monde et l'espace, avec la forme et la couleur. (Ibid., p. 30)

Pour El Lissitzky, il y a une réelle corrélation entre la prédominance des objets graphiques illustrés et la distribution des imprimés aux masses. En filigrane, il montre l'importance de ces objets qui mêlent images et texte dans la démocratisation de l'éducation, son accès aux masses et aux enfants. Et d'ajouter que cette éducation n'a pas trait qu'au savoir, mais aussi à l'éducation au design même, par la création d'un nouveau rapport à l'espace, à la forme à la couleur.

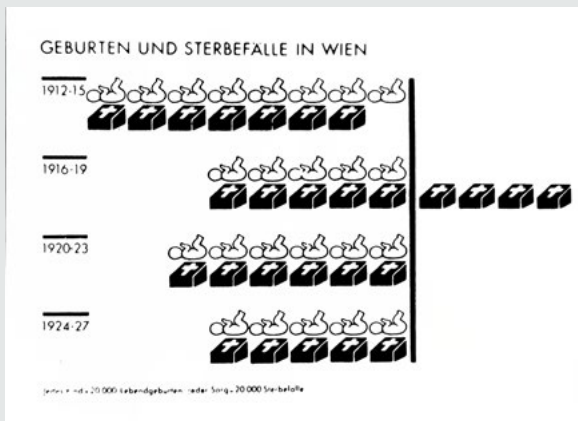
Un autre principe important pour les avant-gardes est celui d'universalisme. L'un des premiers groupes à le revendiquer explicitement fut la Deutsche Werkbund, ainsi que le premier directeur du Bauhaus Walter Gropius, qui fut l'apprenti de Peter Behrens, membre de la Werkbund. Dans *History of Graphic Design* Meggs et Purvis expliquent que « **ces designers avancèrent une philosophie de la *Gesamkultur*, c'est-à-dire, une nouvelle culture universelle existant dans un environnement complètement réformé par la main de l'homme²⁷** ». Il s'agissait, pour ces designers, de s'associer à l'industrie pour construire une culture universelle, par des architectures, des objets et des objets graphiques. En l'occurrence, la standardisation, nécessaire pour les procédés industriels, constituait aussi un moyen d'atteindre cet universel. En effet, le travail graphique le plus notable de ce groupe, l'identité d'AEG conçue par Behrens, se structure autour d'« **une disposition cohérente d'éléments, suivant un format standardisé²⁸** » indiquent Meggs et Purvis.

27. Nous traduisons : « **these designers advanced a philosophy of *Gesamkultur*, that is, a new universal culture existing in a totally reformed man-made environment** » (Meggs et Purvis, 2006, p. 238)

28. Nous traduisons : « **a consistent layout of elements following standardize formats** » (Ibid., p. 238)

Cette pensée de l'universalité du design se retrouve dans les écrits de certains membres du Bauhaus, ce qui est plutôt cohérent, sachant que le fondateur de l'école, Walter Gropius, et le dernier directeur Mies Van der Rohe furent tous deux des apprentis de Peter Behrens. Dans le champ du design graphique, Herbert Bayer, élève puis professeur dans l'école, écrit dans son essai *Sur la typographie* qu'«un médium visuel plus universel, capable de combler le fossé qui les [les différentes langues actuellement en usages] sépare, doit donc finalement être trouvé» (Armstrong *et al.*, 2011, p. 47). Si l'essai a été publié au cours des années soixante, il reste un bon reflet de la pensée avant-gardiste au Bauhaus. Alors qu'il travaillait dans l'école, il avait dessiné une police de caractère sans majuscules, dans le but d'universaliser l'écriture ; en effet, l'allemand a la particularité de ne pas mettre en majuscule que la première lettre des phrases et celle des noms propres, mais aussi la première lettre des substantifs. Ce caractère entraîna l'exclusion de la majuscule des documents édités par l'école. Bayer le rapporte dans « typographie et design au bauhaus »²⁹ : «gropius eut le grand courage d'adopter ma proposition d'abandonner les capitales pour toute la correspondance et la communication imprimée du Bauhaus» (Ibid., p. 46). Cette décision prise avec le directeur souligne l'importance, dans le Bauhaus, du principe d'universalité du design.

Un autre exemple singulier de cette recherche d'un langage universel en design graphique est la méthode isotype (pour International System of Typographic Picture Education). Fondée par Otto Neurath, cette méthode a formalisé le pictogramme en tant qu'objet graphique. Son but était, par des images supposément universelles, de traduire des informations complexes (notamment des données statistiques) en schémas faciles à comprendre (ill. 21).



Ill.21 : NEURATH, O. (c. 1928). *Naissances et décès à Vienne*. Graphique.

29. Les textes de Bayer sont écrits exclusivement en minuscules, selon le principe universaliste qu'il promet.

Par ailleurs, la constitution d'une culture universelle était aussi liée à une logique de standardisation. Comme pour Peter Behrens, la géométrie fut pour les constructivistes le moyen de standardiser leurs productions et de leur donner valeur d'universel. Dans *Qui nous sommes*, Manifeste du groupe constructiviste, co-écrit par Aleksandr Rodtchenko, Varvara Stepanova et Alekseï Gan, on peut lire :

... tout partout est construit pas des lignes et des grilles.

BIEN SÛR, le carré existait déjà, la ligne et la grille existaient déjà.

Quelle importance.

Hé bien, simplement – ILS ONT ÉTÉ MIS EN ÉVIDENCE.

ILS ONT ÉTÉ ANNONCÉS.

Le carré – 1915, le laboratoire de MALEVITCH

La ligne, la grille, le point – 1919, le laboratoire de RODTCHENKO (Ibid., p. 24)

Pour eux, la grille et la ligne constituent le langage universel, qu'ils ont pris en charge de mettre en évidence, et qu'ils utilisent comme éléments structurants dans leurs productions. De même, Bayer établit lui aussi un lien entre universalité et standardisation. Dans *sur la typographie*, il avance ceci :

[la révolution typographique] était liée à une conscience sociale et politique nouvelle et, par conséquent, à l'établissement d'une culture nouvelle. l'acceptation par l'artiste de la machine en tant qu'outil nécessaire à la production de masse eut une influence décisive sur les concepts esthétiques. (Ibid., p.45)

L'universalisme typographique que lui, et d'autre, ont recherché au début du XX^e siècle, s'attache à une collaboration avec l'industrie. Cela implique donc une standardisation nécessaire des procédés de production. Toutefois, Herbert Bayer insiste sur le fait que les procédés de reproduction de masse ne sont pas juste utilisés par facilité dans ce contexte. Bayer explique que : **« l'artiste a ressenti plus que jamais la motivation d'ouvrir son esprit aux nouvelles forces qui façonnent**

nos vies» (Ibid., p. 45). Ainsi, il souligne que l'intérêt pour l'industrie a été actif. Les designers se sont réellement saisis de ces procédés, plutôt qu'ils ne s'y sont soumis. Ce rapport actif vis-à-vis de la technologie fut particulièrement important pour les constructivistes. Dans le *Manifeste des constructivistes*, les designers appuient ce fait : «**MAINTENANT – Les artistes se détendent avec la technologie/CE QU'IL FAUT – AUCUN REPOS**» (Ibid., p. 22). L'attitude relâchée face à la technologie, qu'ils attribuent aux artistes, est vivement critiquée. Le designer ne doit donc pas la tenir pour acquise, au contraire, ils se donnent cette mission : «**2. NOUS ORGANISONS/la technologie**» (Ibid., p. 22). Ils participent donc à l'utilisation et à la conception des machines et des procédés industriels. El Lissitzky corrobore ce fait dans *Notre livre (U.R.S.S.)*, où parlant d'eux, il indique :

Certains d'entre eux travaillent dans les imprimeries aux côtés des compositeurs et au milieu des machines (Gan et plusieurs autres). Il en résulte une telle estime pour le véritable art du livre que les noms des compositeurs et des metteurs en page sont tous énumérés sur une page spéciale. Il se crée ainsi dans les imprimeries une équipe de travailleurs qui entretiennent avec leur art des rapports tout à fait conscients. (Ibid., p. 29)

Bien que les designers travaillent avec les technologies industrielles, ils restent très liés au travail de fabrication et de conception, et collaborent activement avec les spécialistes des différentes spécialités du domaine de l'impression. Ainsi, comme le revendique Bayer, avec la standardisation et l'utilisation de procédés industriels, il ne s'agit pas de tomber dans le machinisme. Bien au contraire, il s'agit plutôt, dans le principe de tirer le meilleur des machines et de produire des formes innovantes, nouvelles, et universalisables.

Ainsi, on sent bien que les idéaux promus par la modernité en design graphique, et les principes qu'elle a pu mettre en avant diffèrent sensiblement de ce qui a constitué la modernité artistique. Bien sûr, la standardisation et l'unité du projet graphique peuvent être reliées au principe d'identité du médium,

mais cette lecture amoindrit la séparation qui existe entre design (graphique) et art. En outre, d'autres principes d'importance ont porté la modernité dans le champ du graphisme. Par souci de simplicité suit une liste qui résume les principes importants abordés dans cette section :

- Refus de l'ornement, la forme adhère à la fonction
- Standardisation des procédés de composition et industrialisation de la fabrication
- Idéal d'universalité des objets graphiques
- Rôle démocratique et pédagogique du design

1.3/ LE MODERNISME D'APRÈS-GUERRE OU LA FIN DES UTOPIES

Après la Seconde Guerre mondiale, le développement du design graphique prend une voie un peu différente de l'art. Si, dans les arts plastiques, apparaissent plusieurs mouvances que Hal Foster qualifie, dans le chapitre « The Funeral is for the Wrong Corpse », de néo-avant-gardes (Fluxus, par exemple, est pour lui un néo-dadaïsme), dans le design graphique, les designers se réclament directement modernes plutôt qu'ils n'opèrent à un retour aux projets modernes. Pour Paul Rand par exemple, il n'y a pas de rupture entre les pratiques qui lui sont contemporaines et les pratiques développées à partir des années 1920. Dans son essai « La bonne vieille "Neue Typographie" », il note :

Je crois que seul un style fondé sur des principes esthétiques et pratiques, et idéologiquement distincts du classicisme passé, a perduré à travers toutes ces années. Il a été désigné sous le terme de « typographie nouvelle » ou « typographie moderne »³⁰ (Rand, 2021, p. 182)

30. Cette citation, tout en italique, est un ajout fait par Rand à l'occasion d'une nouvelle publication, vingt-cinq ans après l'écriture de l'essai, en 1985.



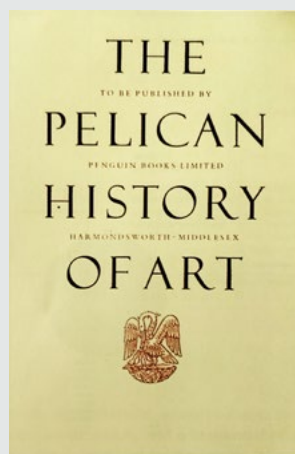
III.22 : LIEBERMAN, A. (1945). Couverture de Vu.



III.23 : LIEBERMAN, A. (1933). Couverture de Vogue.

Selon son analyse, les mêmes principes, au demeurant révolutionnaires, inventés par les avant-gardes, sont encore les modes de création dominants. D'un point de vue formel, cette analyse est plutôt justifiée : la Seconde Guerre mondiale ne constitue pas un moment de rupture pour le design graphique, contrairement à ce qu'on observe s'agissant de l'art.

Cette continuité, dans la pratique moderne du graphisme, s'explique pour deux raisons. D'une part, la guerre n'a pas empêché les designers graphiques de répondre à des commandes. Certains ont d'ailleurs été sollicités pour concevoir de la propagande. En outre, aux États-Unis, le mouvement moderne s'étant implanté un peu avant la guerre, des designers à la pratique moderniste ont continué de recevoir des commandes. C'est le cas d'un graphiste comme Alexander Lieberman. Philipp Meggs et Aston Purvis, dans *History of Graphic design* indique qu'« en 1940, il émigra aux États-Unis, où il rejoignit la division design de Condé Nast³¹ ». Dans ce groupement d'éditeurs, il travailla à la composition et à la direction artistique du magazine Vogue (ill. 22). Ce dernier avait d'abord travaillé pour Cassandre³², puis à la conception du magazine Vu (ill. 23) en France. Arrivé aux États-Unis, il poursuit donc la création graphique dans une veine moderne.



III.24 : TSCHICHOLD, J. (1947). Couverture de la brochure *The Pelican History of Art*.

31. Nous traduisons : « In 1940, he emigrated to the United States, where he joined the design section at Condé Nast » (Meggs et Purvis, 2003, p. 341)

32. Lui aussi continua, pendant la guerre, son travail de graphiste en réalisant notamment des couvertures de féminins.

D'autre part, certains designers de l'avant-garde européenne ont continué à travailler dans la même direction que celle qu'ils avaient empruntée avant la guerre. Si certains, comme Jan Tschichold, sont revenus à des conceptions plus traditionalistes (ill. 24), ce n'est pas le cas d'Herbert Bayer. Par exemple, en 1954, il conçoit l'affiche publicitaire *Great Ideas* (ill. 25). Cette affiche illustre une citation d'Alexander Hamilton avec des éléments symboliques, volontairement simplifiés : deux mains symétriques, qui protègent un œil de huit flèches noires. Ce mode de représentation rappelle les figures isotypes³³ ; on sent qu'ils ont été dessinés dans le but d'être universels. En outre, Bayer s'en tient à une palette limitée de bleu, de jaune, de rouge et de noir, qui tend à être associée au Bauhaus et à De Stijl. Enfin, même si l'affiche inclut des capitales³⁴, Bayer a tout de même utilisé la Futura, une linéale moderniste.

Ainsi, un certain nombre de designers émergents dans les années 1940 se revendiquent encore largement modernes. C'est le cas de Paul Rand. Steven Heller déclare, dans son article « Paul Rand » :

Il faisait partie du peu de designers américains se réclamant des traditions modernistes du cubisme, de De Stijl, du constructivisme et du Bauhaus, et il eut une grande influence dans l'introduction de « La Nouvelle Typographie » [...] aux États-Unis. Dans les années qui suivirent, Rand continua d'être un fervent partisan du design moderne, aussi bien en tant que praticien que comme auteur.³⁵

Ce court article, publié un an après le décès du designer, souligne effectivement que Paul Rand s'est revendiqué durant toute sa carrière du modernisme, tel qu'il était né en Europe au début du XX^e siècle. La filiation que le designer revendique est très sensible, ce même dans ses premiers travaux. Par exemple, en 1946, il réalise avec Bill Bernbach une publicité pour le grand magasin Ohrbach (ill. 27). Sur cette affiche, des lignes de texte en diagonale dynamisent la composition d'une façon semblable à ce que les constructivistes pouvaient faire (ill. 28). Au centre

33. Ces figurés, nous l'avons vu, ont été développés par Otto Neurath dans les années 1920, notamment avant le système de pictogramme développé par Olt Aicher pour les Jeux de Munich de 1972 (ill. 26).

34. Tous les noms propres, les débuts de phrases, les titres, etc., ont des majuscules à une exception près, la mention « artist: herbert bayer ».

35. Nous traduisons : « He was one of only few American designers to lay claim to the Modernist traditions of Cubism, DeStijl, Constructivism and the Bauhaus, and was influential in bringing «The New Typography» [...] to the United States. In later years, Rand continued to be a staunch proponent of Modern design as both a practitioner and author. » (Heller, 1997)

de l'affiche, un cheval dessiné au trait autour du logo de l'enseigne est chevauché par un petit garçon photographié. Ce montage rappelle le type d'illustrations à la fois naïves et géométrisées que pouvait produire Vladimir Vasilevich Lebedev pour des albums illustrés soviets au début du XX^e siècle (ill. 29). Paul Rand a alors permis de largement faire connaître les pratiques modernistes, certes déjà implantées aux États-Unis, mais pas aussi répandues qu'en Europe. Outre la forte filiation formelle que le designer a revendiquée toute sa vie, il a aussi beaucoup écrit sur le design et sur la modernité. En 1947, il publie son premier livre, *Thoughts on Design*, qui sera suivi par bien d'autres publications. Grâce à ces textes, il a aussi transmis, aux États-Unis, des morceaux de théories modernistes qu'il avait assimilés.



Ill.25 : BAYER, H. (1954). *Great Ideas*. Affiche publicitaire pour la Container Corporation of America.




Ill.26 : AICHER, O. et al. (1972). Trois brochures d'informations pour les Jeux olympiques de Munich.

L'évacuation des enjeux révolutionnaires

Néanmoins, il faut souligner que la modernité a aussi été spécialement investie en Suisse³⁶. Le « style international », Rand par exemple, s'est effectivement constitué dans ce pays. Parmi les représentants de ce style figure Josef Müller-Brockmann. Autant designer que théoricien, Müller-Brockmann visait dans son travail, selon Philip Meggs et Alston Purvis dans *History of Graphic Design*, « une forme d'expression graphique absolue et universelle, par

36. Bien entendu, d'autres pays d'Europe ont aussi connu des mouvances modernistes dans l'après-guerre, mais leurs productions ont moins fait date que celle de la Suisse et des États-Unis.



It's good horse sense to buy children's clothes at Ohrbach's

Ohrbach's keeps a stiff rein on prices! We worry as much about budgets as Father did figuring his income tax! We keep prices down...but never at the sacrifice of style and quality. And our choice of children's clothes is enormous.

No wonder more and more women are saying...it's doubly smart to shop at Ohrbach's, fashion smart and budget smart. Come by subway, come by bus, come at once.

14th Street facing Union Square

Open hours: 10:00 am to 5:45 pm, except Thursday: 12 noon to 6:00 pm

Market and Halsey Streets, Newark

Open hours: 10:00 am to 5:45 pm, except Wednesday: 12:00 noon to 5:00 pm

"A business in millions...a profit in pennies"



III.28 : LISSITZKY, E. (1922). Couverture du douzième numéro de la revue trilingue *Veshch/Gegenstand/Objet*. Jaquette imprimée à la presse à caractères mobiles, 31 x 23,2 x 0,3 cm. Chicago, Art Institute Chicago.



III.29 : VASILEVICH LEBEDEV, V. (1922). *Priklucheniya chuch-lo*. Couverture de l'album lithographiée, 17 x 24,1 cm. New York, MoMA.

une présentation objective et impersonnelle³⁷ ». Ce projet visant l'universel s'inscrit dès lors dans la continuité directe des préoccupations de Herbert Bayer. En outre, d'un point de vue formel, on sent la logique moderne qui sous-tend les productions de Müller-Brockmann. Pour prendre un exemple, attachons-nous à l'affiche du festival « Music Viva » (ill. 30). Sa composition repose sur deux axes diagonaux perpendiculaires, dont le point de croisement est souligné par un carré blanc qui déborde du cadre. Ce carré, comme un cadre dans le cadre, est ponctué de plus petits carrés, de plusieurs couleurs. Le langage formel se rattache aux limitations posées dans le *Manifeste des constructivistes* : le carré, le point, la ligne, la grille. Par ailleurs, le texte en allemand est composé exclusivement en minuscule, comme le préconisait Bayer. Dans la pratique de Josef Müller-Brockmann persiste un certain contenu idéologique à caractère social. En effet, dans « La Philosophie de la grille », le graphisme impersonnel auquel il s'attache est associé à des qualités sociales :

Un graphisme objectif, bien composé et exécuté, dont le but est le bien-être collectif, constitue la base du comportement démocratique. [...] Un travail réalisé de façon systématique et selon des principes formels stricts remplit ces critères de franchise et de clarté qui sont également vitaux dans la vie sociale et politique. (Armstrong et al., 2011, p. 61)

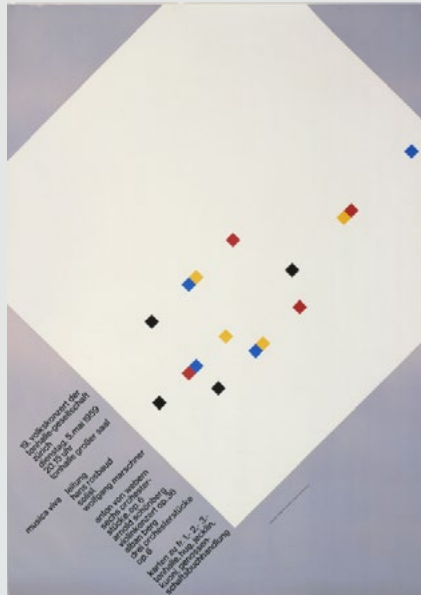
Müller-Brockmann revendique une exigence d'objectivité semblable à celle que Moholy-Nagy promouvait avec la *typophoto*, mais attribue cette qualité à un usage systématique de la grille. D'après lui, une telle objectivité est nécessaire pour maintenir la vie démocratique. Comme elle promeut la franchise et la clarté, l'objectivité typographique permet à chacun de recevoir des informations débarrassées de toute propension à la manipulation des citoyens. La différence d'avec les avant-gardes, c'est que ce rôle politico-social n'est pas révolutionnaire. Il n'apporte pas le changement. Plutôt, il maintient la situation politique démocratique, il favorise le *statu quo*. Dans le même texte, Josef Müller-Brockmann indique à propos du designer qui s'applique à utiliser la

37. Nous traduisons :
« an absolute and universal form of graphic expression through objective and impersonal presentation » (Meggs et Purvis, 2006, p. 365)

grille : « Son travail devrait donc contribuer à la culture générale et en constituer intégralement une part » (Ibid., p. 61). Pour le designer, le maintien du *statu quo* se caractérise par l'impératif de s'intégrer à la culture, de la perpétuer.

Il est clair que cette modernité d'après-guerre a été bien plus diffusée au grand public que les avant-gardes européennes³⁸. En témoigne le grand nombre de magazines, et notamment des féminins, qui s'inscrivent dans cette mouvance (ill. 31). Toutefois, les modernes d'après-guerre ne proposent pas, contrairement à ce qu'ils revendiquent, une stricte continuité avec

les modernes d'avant-guerre. En effet, cette « seconde » modernité s'accompagne d'une autre particularité. Au cours de la seconde guerre mondiale, et de façon encore plus franche à partir des années 1950, les designers graphistes se revendiquant modernes opèrent un virage. Les principes de composition et les formes développées par l'avant-garde sont retenus, explorés, approfondis, mais aussi soumis à de très fortes logiques commerciales. Dès lors, les graphistes et théoriciens évacuent l'idéologie révolutionnaire que portaient ces pratiques, soit au profit d'une idéologie sociale plus modérée, comme c'est le cas de Josef Müller-Brockmann, soit en faveur d'une pratique *corporate*.



III.30 : MÜLLER-BROCKMANN. (1958). Affiche pour le concert « Musica Viva ». Linogravure et presse à caractère mobiles, 128 x 90,5 cm. New York, MoMA.



III.31 : BRODOVITCH, A. (1951, juin). Couverture pour le numéro de juin 1951 du magazine *Harper's Bazaar*. Zurich, Reitberg Museum.

38. L'U.R.S.S. fait exception. Dans les premières années, les constructivistes dominaient largement la production graphique, avant d'être réprimés par le stalinisme.

L'abandon des utopies sociales

Surtout sensible aux États-Unis, cette direction ne porte pas des valeurs démocratiques de façon aussi claire que son homologue. Paul Rand, dont la pratique relève plutôt de cette tendance *corporate* attribut, dans « Design et image de marque », au « bon » graphisme des buts différents que Müller-Brockmann :

... [le designer] donne corps à des idées visuelles, depuis la typographie d'un sonnet de Shakespeare jusqu'à l'habillage d'une boîte de Kellogg's. Ces réalisations méritent elles aussi d'être distinguées comme du « bon design » si elles sont en même temps belles et pratiques – les deux critères qui sont la marque de la qualité. (Ibid., p. 65)

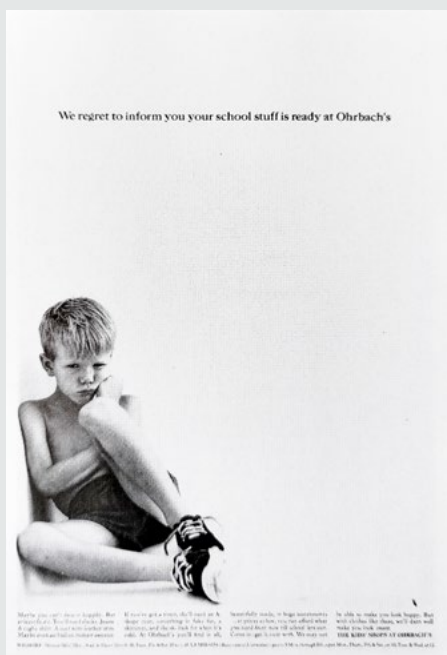
Dans cette citation, on note que les objectifs du design ne se limitent plus qu'à deux choses pour Rand : que l'objet soit beau et que l'objet soit « pratique ». Le premier critère est plutôt intergénérationnel au sein de la modernité. Par contre, le deuxième critère, qui relève en partie d'une logique fonctionnaliste, est plutôt inédit. En effet, le fait d'être « pratique » ne veut pas seulement dire que la forme de l'objet découle de sa fonction. Pour être pratique, la création graphique doit aussi simplifier la tâche des usagers (le design doit être abordable). S'agissant d'une affiche par exemple, elle doit délivrer un message publicitaire juste et efficace, et elle doit fournir au potentiel consommateur les informations et les représentations qu'il recherche pour se décider à acheter. Cette approche ne s'attache plus absolument aux exigences d'objectivité et de franchise, que Müller-Brockmann percevait pourtant comme « **vit[ales] dans la vie sociale et politique** » (Ibid., p. 61). C'est en ce sens que le graphisme devient *corporate*. Le design graphique n'a pas un rôle sociohistorique de premier ordre, il abandonne sa dimension utopiste. Rand, et le grand nombre de designers qu'il influencera, adopte une conception plus modérée, d'aucuns diront plus « réaliste » : le graphisme n'a de rôle social que celui d'être « beau et pratique », c'est-à-dire de plaire au regard des consommateurs et des passants, et d'être facile à utiliser (par le commanditaire et par celui qui utilise l'objet). La dimension sociale

du graphisme est alors limitée, même involontairement, à son rôle dans les échanges marchands et dans l'usage domestique. Si cela n'empêche pas que la création, à cette époque, propose nombre d'explorations et d'innovations formelles, cela marque bien une rupture d'avec le reste de la modernité.

Au regard de la pratique, cette rupture est soulignée par deux phénomènes concrets. Tout d'abord, dans les années 1940 et 1950, on observe que les agences de publicité ont une place d'importance dans les productions graphiques qui ont fait date. Par exemple, les affiches publicitaires de l'agence Doyle Dane Bernbach ont particulièrement marqué le paysage graphique des années 1950, par leur économie, leur usage du blanc et leur esprit (ill. 32). En outre, Paul Rand était lui-même issu d'une agence publicitaire : l'agence Weintraub. C'est quand il travaillait pour eux qu'il a dessiné l'affiche publicitaire pour le magasin Ohrbach susmentionnée.

Le second phénomène qui caractérise le virage *corporate* de la seconde modernité est le développement sans précédent de l'identité de marque. Encore une fois, Paul Rand fait figure d'exemple en la matière. En effet, son travail de *branding* constitue pour grande partie de sa notoriété. À l'origine du logo de l'entreprise IBM (International Business Machine), dessiné en 1956 (ill. 33),

il contribuera ensuite au développement de l'identité de la marque, au travers d'affiches, de packagings, et autres objets graphiques. Il est aussi responsable du logo de la ABC (American Broadcasting Channel). Néanmoins, il y a des exemples plus précoces de ce développement de l'identité de marque. À partir de la fin des années 1930, la marque de machine à écrire italienne Olivetti se lance dans la création de leur identité (ill. 34). Elle est orchestrée par Giovanni Pintori jusque dans les années 1950. Cet exemple souligne la prégnance mondiale de cette tendance dans le design graphique.



III.32 : PICCIRILLO, C. et PROTAS, J. (1962). Affiche publicitaire pour le grand magasin Ohrbach.

IBM

Pour les designers de cette époque, l'identité de marque était un travail dans le long terme et fondé sur une relation avec les acteurs décideurs. Dans « Design et image de marque », Paul Rand souligne cette idée :

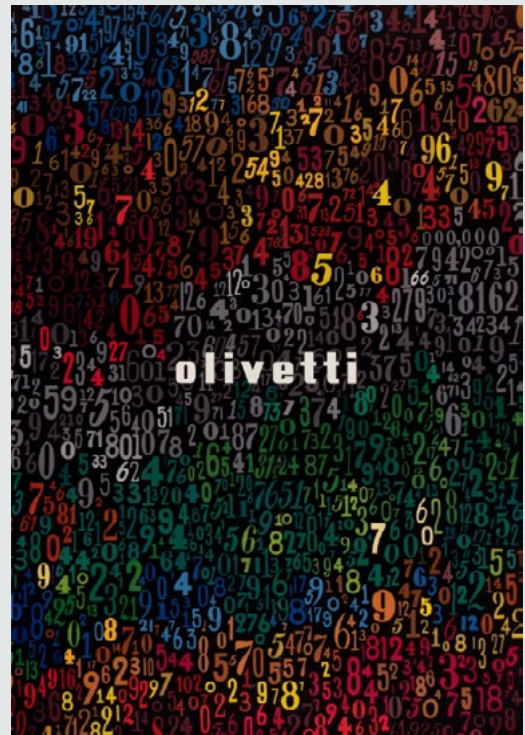
III.33 : RAND, P. (1957). Logo d'IBM.

Je crois fermement que la qualité graphique est directement proportionnelle à la proximité entre le designer et la source réelle du pouvoir

décisionnaire : plus cette proximité est grande, plus les chances sont importantes de parvenir à une solution signifiante. (Ibid., p. 66)

Pour des designers comme Rand, il s'agit donc de s'intégrer à l'organisation de l'entreprise, de sorte à passer par le moins d'intermédiaires et être dans un échange direct avec les acteurs décisionnaires. Cette posture est un véritable enjeu en tant que d'elle dépend la possibilité de produire un travail de qualité. Cette appartenance au système va plus loin dans le cas de Giovanni Pintori. Ce dernier avait été embauché par Olivetti et était donc un graphiste intégré. Cette tendance n'est pas exclusive à Olivetti. Elle se retrouve aux États-Unis, s'agissant de la CBS avec le designer intégré William Golden entre autres.

Cette modernité d'après-guerre, résolument plus *corporate*, est caractéristique de la professionnalisation croissante de la pratique, et de la reconnaissance professionnelle de la figure du designer graphique. Toutefois, cette tendance dénote aussi d'un lien plus étroit entre le graphisme et les enjeux proprement économiques de l'industrie. La publicité, la communication de marque et plus tard le marketing deviennent des



III.34 : PINTORI, G. (1949). Affiche pour Olivetti. Lithographie off-set, 95.5 x 66.5 cm. New York, MoMA.

champs pleinement investis par le design graphique et les graphistes. À ce titre, les formes développées par la modernité, qui répondaient à une volonté de standardisation, sont réinvesties, intensifiées, et quelque peu systématisées. C'est tout du moins une impression que revendiquent Catherine McKoy et David Frej dans leur essai « Typographie critique » : « **l'Helvetica et la grille modulaire [...] étaient devenus le style officiel de l'Amérique des entreprises** » (Ibid., p. 81). Cette idée de « style officiel » souligne bien la prévalence de l'approche moderniste aux États-Unis. En outre, ce style, basé sur des principes semblables à ceux du style international, qui a dominé la scène graphique par le biais du design d'entreprise, autorisait peu ou prou de pas de côté par rapport à ses principes rigides. Cela a mené à une espèce d'impasse similaire à celle de l'art moderne : les procédés ont fini par s'épuiser, quoique plus tardivement en design graphique.

1.4/ LE SILLAGE DU MODERNISME ET LES PRATIQUES MÉDIATIQUES

III.35 : GLASER, M. (1964). Pochette de l'album *The Sound of Harlem*.



Le postmodernisme

Dans les années 1970, et plus franchement dans les années 1980, se dessinent quelques pratiques proposant des alternatives au modernisme tel qu'il se caractérisait dans les années 1950 et 1960. Ces mouvances sont catégorisées comme postmodernes, à l'instar de l'art de la même époque. Cependant, cette catégorisation est à prendre avec un grain de sel. Dans leur ouvrage *History of Graphic Design*, Meggs et Purvis avertissent :

Le terme générique *postmodernisme* ne donne pas une image complète, parce que [...] le design graphique est bien trop pluriel et divers pour se conformer à un système aussi simpliste. [...] Le design graphique, qui change rapidement et qui est éphémère, ne fut jamais dominé par le style international comme le fut l'architecture.³⁹

Le design graphique a la particularité d'être très diversifié. Meggs et Purvis repèrent plusieurs mouvances qui n'ont de parallèle dans aucun champ du design. C'est notamment le cas des affiches psychédéliques (ill. 16) ou du style Push Pin (ill. 35). Même au sein de la pratique d'un designer donné, le style est rarement cohérent. Par exemple, Cassandre est aussi bien l'auteur d'affiches très denses à la sensibilité art déco, comme l'affiche *Nord Express* (ill. 36), que de posters séquentiels au style graphique très simplifié comme l'affiche pour le vin Dubonnet (ill. 37), que de publicités composées avec des dessins presque réalistes, tout en noir et blanc, comme le poster pour la Container Corporation of America (ill. 38). Parce qu'il est éphémère, contrairement au design d'objet, à l'architecture ou à l'art⁴⁰, beaucoup de designers graphiques n'ont pas une approche aussi cohérente que leurs homologues, et beaucoup de mouvances en graphisme sont exclusives à cette pratique.

Ainsi, la catégorisation « postmodernisme » ne désigne pas l'ensemble des pratiques en design graphique à l'époque. Néanmoins, elle reste intéressante en ce qu'elle souligne le climat commun

39. Nous traduisons : « The umbrella term postmodernism does not tell the whole story, because [...] graphic design is far too pluralistic and diverse to fit such a simplistic system. [...] Graphic design, rapidly changing and ephemeral was never dominated by the international style the way architecture was. » (Meggs et Purvis, 2006, p. 466)

40. Il y a des pratiques artistiques éphémères, mais dans le cas de la performance par exemple, beaucoup de restes sont conservés (photos, vidéos, protocoles, vêtements, etc.) pour être vendus ou exposés.

dans les différents champs de la création. En outre, bien que le postmodernisme ne soit pas une tendance globale, il est tout de même une tendance importante de la deuxième moitié du XX^e siècle.

Selon Meggs et Purvis, les travaux postmodernistes répondent directement aux dictats imposés par le style international que décrivaient McKoy et Frej plus avant. Les designers dits postmodernes : «**rompaient d'avec le style international, si prévalent depuis le Bauhaus.**⁴¹». Mais la rupture ne s'est pas faite selon la modalité d'une stricte *tabula rasa*. Plutôt, Meggs et Purvis insistent sur le fait que les designers ont adopté une approche qui : «**contestait l'ordre et la clarté du design moderne, en particulier du design d'entreprise**⁴²». Ainsi, ces pratiques remettaient en cause l'ordonnance de simplicité que les productions modernes arboraient, à la faveur d'autres valeurs, plus subjectives. Dans leur essai «*La Revanche de l'universel*», Ellen et Julia Lupton soulignent l'importance de cette subjectivité :



III.36 : CASSANDRE, M. (1927). *Nord Express*. Affiche pour la compagnie des wagons-lits. Lithographie, 104,1 x 74,9 cm. New York, MoMA.

Le modernisme était à la recherche d'un langage collectif basé sur les systèmes et la modularité ; à l'inverse, le post-modernisme valorise les idiomes particuliers et les dialectes de chaque culture ou sous-culture (Armstrong *et al.*, 2011, p. 133)

À la recherche de formes graphiques universelles se substitue l'intérêt pour le particulier. À ce titre, les systèmes et les grilles sont laissés de côté. À la place, les designers investissent des formes graphiques empreintes de subjectivité. Elles sont issues de cultures archaïques, vernaculaires, marginalisées ; et surtout, elles leur sont propres.

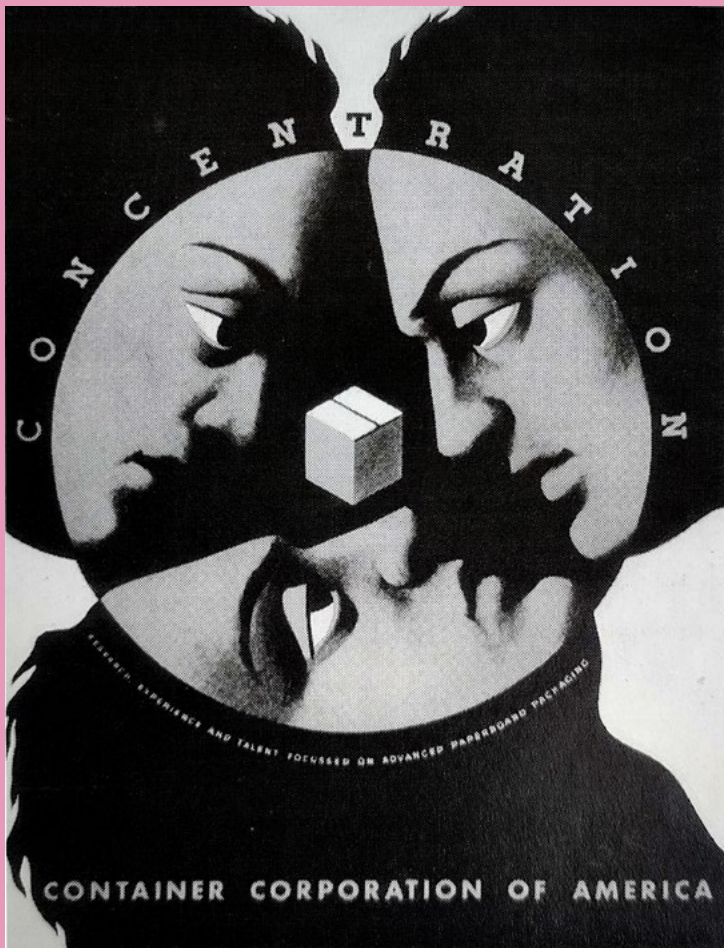
Un certain nombre de mouvances sont

41. Nous traduisons : «**were breaking with the international style so prevalent since the Bauhaus**» (Ibid., p. 466)

42. Nous traduisons : «**challenged the order and clarity of modern design, particularly corporate design**» (Ibid., p. 466)



III.37 : CASSANDRE, M. (1939). *Dubo, Du bon, Dobonnet*. Affiche publicitaire pour la liqueur Dubonnet.



III.38 : CASSANDRE, M. (1938). Affiche pour la Container Corporation of America. Saint Louis, Jefferson Smurfit Corp.

catégorisées comme postmodernes. Par souci de clarté, nous nous concentrerons sur deux d'entre-elles ainsi que sur la déconstruction qui marque un point de rupture dans la postmodernité.

Les premières expérimentations proprement graphiques que l'on attribue à la postmodernité sont les productions se revendiquant de la New Wave typographique. En effet, pour Meggs et Purvis, ces pratiques étaient en : « **opposition avec le formalisme froid de la tradition moderniste**⁴³ ». Suisses, les designers de la New Wave étaient menés par Wolfgang Weingart. Ce dernier est considéré comme un pionnier de la New Wave grâce à sa technique de composition, dérivée de la photo-reproduction. Meggs et Purvis la décrivent ainsi :

Une nouvelle technique – consistant à insérer ou à superposer des images et du texte photographiés pour en faire des typons positifs – lui permit de superposer des informations visuelles complexes, de juxtaposer des textures et des images, et d'unifier la typographie d'une manière sans précédent à des images⁴⁴

Ce procédé permit à Weingart de contrevenir à la clarté de la typographie suisse. En empilant les différents typons, il produit une composition en profondeur, ou les différents éléments se mélangent les uns aux autres (ill. 39). Cette façon d'articuler images et textes, où ils s'interpénètrent, est effectivement une approche contradictoire d'avec la clarté promue par le style international. Et en effet :

Weingart et d'autres, qui furent des pionniers de la New Wave typographique [...] voyaient leur travail comme une tentative d'étendre les paramètres de la communication typographique⁴⁵

Le but proclamé de ces designers était d'étendre le registre de la communication. Un peu comme le champ élargi de Rosalind Krauss, il fallait introduire de nouveaux paramètres,

43. Nous traduisons : « *opposition to the cool formalism of the modernist tradition* » (Meggs et Purvis, 2006, p. 471)

44. Nous traduisons : « *A new technique – of sandwiching or layering of images and type that have been photographed as film positives – enabled him to overlap complex visual information, juxtaposes textures with images, and unify typography with pictorial images in unprecedented ways* » (ibid., p. 471)

45. Nous traduisons : « *Weingart and others who pioneered the typographic new wave [...] saw their work as an attempt to expand the parameters of typographic communication* » (ibid., p. 472)

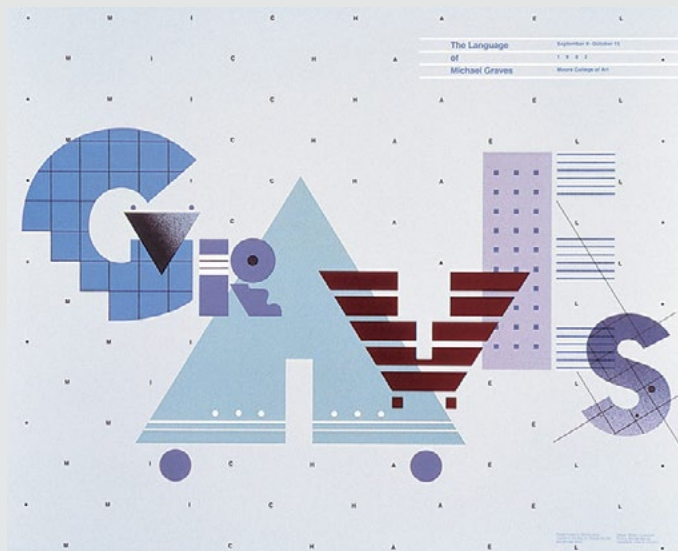


III.39 : WEINGART, W. (1977).
Kunstcredit. Lithographie
offset sur papier, 127 x 88,9 cm.
Minneapolis, Walker Art Center.

différents de la lisibilité et de la grille. Et, de la même façon que s'agissant des productions artistiques postmodernes, ces paramètres alternatifs étaient à construire à partir des bases du modernisme.

Bien sûr, la New Wave n'a pas à elle seule répondu à tous les principes modernes. Entre autres, la question du fonctionnalisme a plutôt été remise en cause par le groupe de Memphis. Le nom de ce groupe mené par Ettore Sottsass est déjà, en tant que tel, empli de leurs revendications. Meggs et Purvis rappellent :

Le groupe choisit de s'appeler *Memphis* dans le but de renvoyer à leurs inspirations, qu'ils tiraient de la culture populaire contemporaine, ainsi que des artefacts et ornements de cultures anciennes.⁴⁶



III.40 : LONGHAUSER, W. (1983). Affiche pour
l'exposition de dessins de Michael Graves.

46. Nous traduisons :
« The group chose the name Memphis to reflect the inspiration they drew from both contemporary popular culture and the artefact and ornaments of ancient cultures. » (Ibid., p. 477)

Le nom Memphis, tiré de l'histoire de l'Égypte antique et d'une ville du sud des États-Unis, renvoie effectivement autant au contemporain qu'à l'archaïque, autant au vernaculaire qu'à l'ornemental. Ces deux inspirations font des travaux de l'école des projets éclectiques, qui revivifient l'ornement, mis en disgrâce depuis Adolph Loos. Le poster de William Longhauser pour l'exposition de 1983 de l'architecte Michael Graves est assez représentatif de cet esprit (ill. 40). Dans cette affiche au format paysage, le nom de l'architecte est utilisé comme un visuel, les informations pratiques étant conséquemment reléguées au second plan en termes de hiérarchie visuelle. Les lettres de son prénom, en petit dans le fond, rejouent la grille des feuilles de papier à point, objet de papèterie pour le moins populaire. Sur ce fond, le nom « GRAVES » est écrit à l'aide d'un lettrage ludique et décoratif. Chaque lettre est dessinée différemment, avec des motifs, des textures et des couleurs différentes. Les lettres massives reprennent des formes architecturales dans leur dessin (escaliers, pyramide, terrasses, immeubles, etc.). Se mélange ainsi très directement contemporain et archaïque. Ainsi : « **Dans le Memphis design, la forme ne suit plus la fonction**⁴⁷ », concluent Philipp Meggs et Alston Purvis.

La déconstruction

Très concrètement, les designers postmodernes se placent en réaction aux principes et utopies que portait la modernité et plus particulièrement les avant-gardes. Fonctionnalisme, dépouillement, universalisme, clarté, cohérence, ces principes portés par des ambitions sociales sont mis de côté au profit de nouvelles logiques de création. Même si la déconstruction n'est pas nécessairement considérée comme un postmodernisme, elle s'inscrit cependant bien dans une logique semblable. Et effectivement, alors que Philipp Meggs ne la catégorise pas comme postmoderne dans *History of Graphic Design*, il en dit pourtant bien ceci, dans son article « Dé-construire la typographie » :

47. Nous traduisons :
« In Memphis design, form no longer follows function » (Ibid., p. 477)

Aujourd'hui, ces principes de construction et de clarté sont violemment remis en cause par une approche graphique consistant à bousculer, à superposer et à empiler les uns sur les autres les textes et les images. On privilégie les textures et les compositions dynamiques, souvent au détriment de la lisibilité. (Aucompte, Darricau et al., 2023, p. 51)

D'un point de vue formel, ce mouvement s'attache à remettre en question les mêmes principes modernistes que la postmodernité. Ainsi on peut, à l'instar de l'art postmoderne, comprendre la déconstruction comme une tendance en lien direct avec la modernité. De plus, ces expérimentations typographiques tirent leur origine dans l'orientation que n'a pas retenue au long terme la modernité, celle dessinée par le futurisme et le dadaïsme :

Les expérimentations pratiquées par les mouvements futuristes et Dada au début du XX^e siècle représentaient, elles aussi, un assaut volontaire contre la syntaxe ordonnée de la typographie (Ibid., p. 52)

Rappelle Meggs. S'agissant spécifiquement du design graphique, la déconstruction marque un point de rupture. En effet, ce mouvement s'est structuré, comme le Bauhaus en son temps, autour d'un établissement d'enseignement supérieur, Cranbrook. Ceci a permis à la déconstruction d'énormément théoriser la pratique du design graphique et de marquer une génération de designers. Toutefois, et ce déjà lors de son apogée, la déconstruction est restée une pratique marginale. C'est ce que note Philipp Meggs :

Bien que la typographie déconstructiviste reste principalement l'apanage de publications d'avant-garde comme *Emigre* et d'expérimentations limitées aux écoles de design graphique, elle fait aussi des incursions dans la culture de masse : on en trouve aujourd'hui des versions édulcorées dans les titrages de MTV. (Ibid., p. 52)

Même si, d'aventure, on trouvait des pratiques s'apparentant à la déconstruction dans les objets graphiques largement distribués, la déconstruction est restée une pratique marginale, à laquelle seuls les avertis avaient généralement accès.

Et c'est sur ce point qu'il y a une différence de taille entre la postmodernité et la modernité en design. La postmodernité est demeurée, au contraire de la modernité, une production plutôt marginale, à laquelle le grand public a peu été exposé, et ce malgré son impact sur la façon de penser le design et sur les pratiques de designers proéminents. Cette caractéristique, que l'on ne retrouve pas dans l'art, car déjà destiné à une élite culturelle, s'explique par la nature du design moderne. Ses fondements, constitués sur la base de l'industrie, en fait une méthode de travail extrêmement efficace et rentable. La standardisation notamment est indispensable dès qu'on utilise un principe de reproduction industriel. De même, comme le disait déjà Adolf Loos dans *Ornement et crime*, ne pas orner les objets est un gain dans l'économie capitaliste :

L'ornement est de la force de travail gaspillée, et par là de la santé gaspillée. Il en fut toujours ainsi. Mais de nos jours, l'ornement signifie aussi du matériau gaspillé, et les deux choses réunies veulent dire du capital gaspillé (Loos, 2003, p.80)

L'épure n'est donc pas qu'un idéal formel, il s'est aussi imposé à l'industrie d'un point de vue économique. Cela peut expliquer pourquoi les méthodes de travail méticuleuses des postmodernes n'ont pas réussi à s'imposer en graphisme. On observe qu'ainsi, après le modernisme – qui n'était déjà pas hégémonique – s'en suit un éclatement encore plus marqué des pratiques. Les formes promues par le modernisme *corporate* s'effacent au profit d'une pratique et d'une pensée du design graphique éparpillée et personnelle. Les pratiques critiques de la modernité que constituent le postmodernisme et la déconstruction sont des parenthèses à la marge et s'essoufflent dans les années 1980-1990. En parallèle, se constitue de plus en plus fortement un pôle du design graphique modelé pour dans la distribution de masse et les nouveaux médias.

Le design médiatique et l'esthétique de la profusion

À la fin de sa carrière, dans les années 1990, alors que le post-modernisme devient de plus en plus prévalent, Paul Rand écrit « De Cassandre à la chien-lit ». Cet essai critique le post-modernisme et la déconstruction, qui rompt avec les principes de fonctionnalisme et de sobriété que Rand a promu toute sa carrière. Dans ce texte critique, il condamne néanmoins également un autre fait : « **Le déluge de graphisme qui colore nos vies, nos imprimés et nos écrans [...] autant que la drogue et la pollution** » (Aucompte, Darricau *et al.*, 2023, p. 136). Paul Rand n'est pas le seul à faire l'observation d'une surabondance d'images et d'habillages graphiques. Elle remonte en réalité aux années 1970, et notamment à l'émission *Voir le voir*, produite par la BBC et écrite par le critique John Berger en 1972. Dans la publication tirée de l'émission, Berger indique effectivement ceci :

Dans nos villes, tous les jours, nous voyons des centaines d'images publicitaires. Aucune autre catégorie d'image ne nous agresse avec autant d'insistance. L'histoire n'offre aucun autre exemple de société présentant une telle concentration d'images et une telle densité de messages visuels. (Berger *et al.*, 2014)⁴⁸

Berger observe que, au début des années 1970, les espaces urbains sont envahis d'images publicitaires. Cette déferlante d'images, inédite dans l'histoire de l'humanité, nous met presque en permanence face à des informations visuelles. Depuis lors, on observe effectivement, dans la rue, dans les magazines, à la télévision, sur Internet, cette pléthore des messages graphiques. Pour Hal Foster, c'est un problème inhérent au design issu de l'après-guerre, qui s'est accentué au fur et à mesure. Selon lui, dans son essai « Design and Crime », il ne s'agit pas seulement d'une surabondance, mais d'une omniprésence du design, qui ne laisse aucune « issue » : « **le monde du design total est donc loin d'être neuf [...]. Mais il n'a vraiment trouvé son aboutissement que dans notre présent pan-capitaliste⁴⁹** » (Foster, 2019, p. 53). Ainsi, le design serait, de façon inhérente un outil du capitalisme

48. « In the cities in which we live, all of us see hundreds of publicity images every day of our lives. No other kind of image confronts us so frequently. In no other form of society in history has there been such a concentration of images, such a density of visual messages. » (Berger, 1972, p. 129)

49. « the world of total design is not new [...] but it only seems to be achieved in our pan-capitalist present » (Foster, 2002, p. 19)

et serait donc de nature à envahir tous les espaces. Cette critique correcte demeure incomplète, comme les objets de design des années 1960 n'étaient pas toujours dans le style international. Il semblerait donc que le problème, s'il n'est pas inhérent au graphisme, est plutôt inhérent à notre époque et à son système économique, dans lequel tout est prétexte à design, et s'agissant du graphisme tout est prétexte à *branding* et décoration. Cette analyse, me semble-t-il, est particulièrement vraie s'agissant de ce graphisme médiatique, qui prend parfois des formes discrètes.

La forme que prend ce graphisme est subordonnée à la rationalité des médias de masse et s'inscrit dans une logique de surenchère et de totalité. Ainsi, au côté du branding, l'ornement refait son apparition, mais dans une forme calibrée à l'industrie. Si ces pratiques sont souvent associées aux designers moins importants sur la scène internationale et aux agences de publicité, des travaux de studios importants appartiennent aussi à cette tendance. En réalité, si certains de ces objets graphiques sont assez caricaturaux (il s'agit généralement de ceux faits à moindres coûts), la plupart sont assez conventionnels, et même de bons designs. Le point commun de ces objets est que les conceptions méticuleuses héritées du modernisme et des postmodernismes, sont recouvertes, ou simplement remplacées par des empilages d'éléments visuels, d'effets, de motif⁵⁰.

Ces productions répondent à une esthétique de la profusion, qui repose sur trois ressorts : répétition, énumération, multiplication des effets. La répétition est peut-être l'aspect le plus courant, puisqu'il permet d'être compétitif d'un point de vue visuel : afficher un logo sur toutes les faces d'un produit, inscrire un logo et le nom de la marque sur une même affiche, etc., sont des moyens simplistes pour s'assurer que le consommateur a bien vu qu'elle marque lui communique. La spécificité de la répétition est qu'elle est d'ordre sémantique : bien que des éléments soient différents, s'ils pointent vers un même sens, il y a répétition. La démultiplication des logos, en nombre de variantes différentes, répond assez bien à cette tendance : les logos ont beau être différents, et même parfois être remplacés par des éléments graphiques

50. Peut-être parce qu'ils distraient le regard des mauvaises finitions et des détails de conception dont se passent les objets bas de gamme, conçus dans de très courts délais.



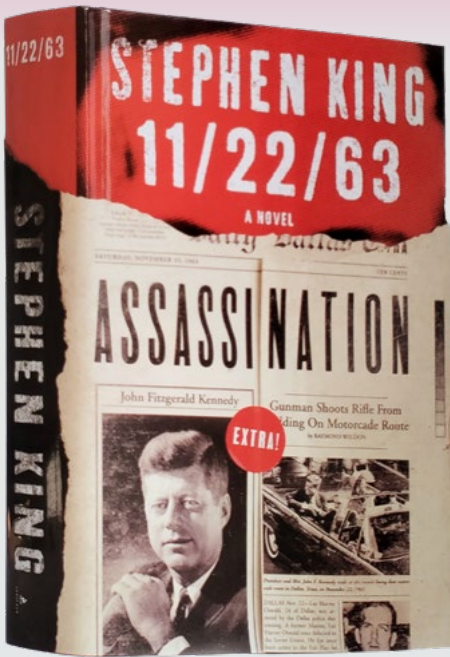
III.41 : PENTAGRAM. (2023). Logos d'American Girl.

de la marque, ils n'offrent aucune variation de sens. Dès lors, le message a beau avoir une forme un peu différente, il n'en demeure pas moins le même. C'est par exemple ce que le studio Pentagram propose pour sa refonte de l'identité visuelle de la marque de poupée American Girl. En tout, il y a quatre itérations du logo (ill. 41) alors que le typogramme avec l'étoile au centre est utilisé pour la majorité des visuels, ce qui interroge la nécessité d'autant de variables. De plus, une grande variété de motifs (ill. 42) et d'animations publicitaires ont été produits à partir de ces logos.

Le principe d'énumération, quant à lui, se caractérise par des surfaces bavardes, remplies d'éléments plus ou moins significatifs. La couverture du roman *11/22/63* de Stephen King, designé par Rex Bonomelli, relève de cette logique (ill. 43). Sur le fond, un portrait photographique d'archive (on en voit



III.42 : PENTAGRAM. (2023). Motifs pour l'identité d'American Girl.



III.43 : BONOMELLI, R. (2011).
Couverture pour le roman *11/22/63*.

la trame) en bichromie, sont inscrits en larges capitales le titre, l'auteur et même « A NOVEL ». Par-dessus, une jaquette qui reproduit un ancien journal déchiré qui explicite l'ambiance historique du livre (l'assassinat de J. F. Kennedy), et un autocollant rouge, au centre, dessine une cible. Sur cette couverture se juxtapose une pléthore de signes différents. Ils viennent occuper tout l'espace de la couverture, ne laissant aucun espace de respiration visuelle ou sémantique.

Dans ce projet pointe déjà le troisième ressort de ce type de production : la surenchère d'effets. En effet, la typographie vieillie, la trame sur la photographie, la bichromie rouge et noir, le papier déchiré, le journal jauni et taché, le sticker constituent une somme d'effets qui s'empilent. Si ici l'effet n'est pas spécialement excessif, ce n'est pas une règle. Pour

prendre un exemple issu de mon expérience, lors de mon stage de Master 1, mon maître de stage m'a demandé d'exécuter une identité graphique sur des affiches représentant des sportifs de haut niveau (ill. 44 et 45). Chacune des seize affiches devait avoir une palette de couleurs différentes, toutes contrastées et saturées. À cette bichromie s'ajoutait un ensemble d'éléments décoratifs (pastille, formes géométriques, motif, dégradé en demi-teinte, dessins, etc.) et une série d'effets : lettres en volumes, colorisation ciblée de certains éléments de la tenue du sportif, ombre portée, effet vieilli sur le fond, faux plis, etc.) En outre, à un contenu biographique très dense sur les sportifs, s'ajoute un slogan, un genre de logo qui identifie la série d'affiches déjà très cohérente et le logo des Jeux de Paris 2024.

Cette esthétique graphique, qui travaille la surenchère et la répétition, fonctionne sur le même principe qu'un rayonnage de supermarché. Peut-être serait-il juste de dire qu'elle est née avec les packagings que les grandes surfaces requièrent? En tout cas, c'est une lecture avec laquelle Hal Foster semble être d'accord. Dans «Design and Crime», il souligne en effet ceci :

Cette inflation de design vient aussi du fait que l'emballage a fini par remplacer le produit. Que l'objet *designé* soit le Jeune art britannique ou un candidat à la présidentielle, «le capital de marque» est essentiel à de nombreuses sphères de la société; aussi le design l'est-il à son tour.⁵¹ (Foster, 2019, p. 54)

Dans notre société, capitaliste, les biens consommables, qu'ils soient matériels ou immatériels, sont tous de produits. Selon Foster, que ces produits soient des chips que l'on trouve au supermarché, un groupe d'artistes contemporains, ou politicien, toutes ces marchandises sont aujourd'hui pourvues d'un emballage. Cet emballage, qui tend de plus en plus à être le produit en tant que tel, s'il est parfois un emballage littéral, est surtout dans la plupart des cas une image, une identité visuelle. Dans un contexte où tout est *branded*, la compétition accrue favorise l'esthétique de la profusion, car celle-ci permet de retenir l'attention



III.44 : DUBOIS, E. et al. (2024). *Le XVI de France*. 40 x 60 cm.

III.45 : DUBOIS, E. et al. (2024). *Le XVI de France*. 40 x 60 cm.

51. «Design is also inflated as the package all but replaces the product. Whether the design object is Young British Art or a Presidential candidate, "brand equity" – the branding of product name on an attention-deficit public – is fundamental to many spheres of society.» (Foster, 2002, p. 20)

du consommateur, qui aura toujours quelque chose sur quoi poser son attention sans fournir d'effort particulier. C'est pourquoi les espaces publicitaires et médiatiques, de Times Square à Instagram, prennent l'apparence d'allées de supermarché. Dès lors, le régime visuel de la contemporanéité est noyé par cette abondance d'images. Cela renforce le phénomène de profusion. En effet, dans une telle pléthore de signe, faire du « différent » ne semble pas suffire, car il y a déjà beaucoup de diversité. Les acteurs qui communiquent sont incités à ne pas simplement ajouter leur image à l'économie visuelle existante, mais à en faire plus, en se focalisant sur l'effet immédiat que leur objet graphique aura sur les consommateurs.

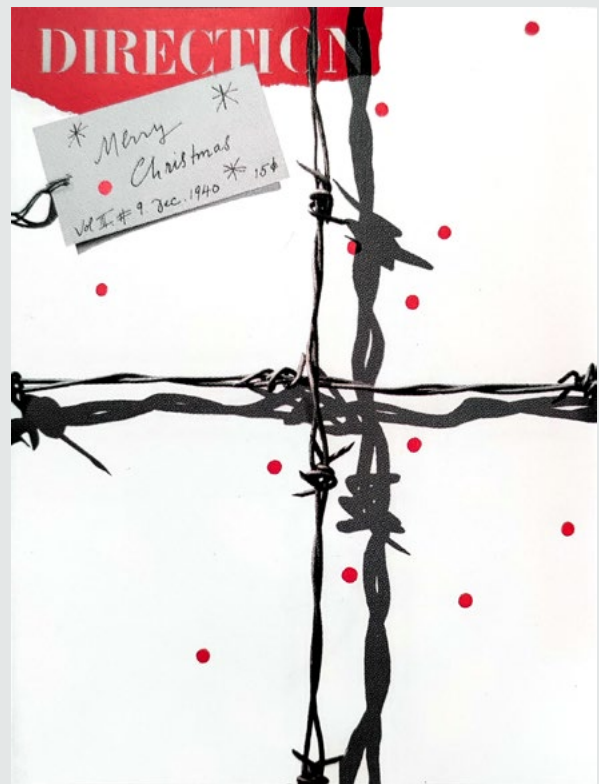
1.5/ L'AVANT-GARDE EN ÉTAT DE DISPARITION

La fin de la modernité

Entre les années 1980 et 1990, le design postmoderne s'essouffle définitivement, à l'instar de la modernité. Alors, les mouvances cohérentes laissent place à une pluralité de pratiques, qui relèvent plus ou moins de l'esthétique de la profusion. Ces dernières ne s'inscrivent plus dans des directions générales. On observe plutôt une multiplicité d'approches et de projets qui semblent décorrélés les uns des autres. En effet, après la perte de vitesse de la déconstruction, peu de graphistes se revendiquent d'une école particulière (réelle ou de pensée), sinon pour se placer dans un contexte graphique national, ou pour s'associer à une certaine tradition (notamment suisse) avec laquelle ils ont des affinités. Dans la troisième édition de l'ouvrage *History of Graphic Design*, publiée en 2006, Philipp Meggs et Aston

Purvis ne repéraient, comme mouvance particulière, que la digitalisation des pratiques. Ils notifiaient sinon seulement, chez quelques graphistes, un certain retour au symbolisme. Néanmoins, on peut remettre en cause l'idée qu'il ait disparu à un moment. Paul Rand, qui se revendiquait du Style International, style objectif s'il en est, faisait parfois usage de ressorts symboliques, comme pour la couverture du magazine *Direction* (numéro de décembre 1940) (ill. 46). Sur cette couverture, les informations relatives au numéro sont écrites sur une sorte d'étiquette, comme celle qu'on retrouve sur les cadeaux de Noël. Le reste de la couverture est composé comme un emballage cadeau, mais des fils barbelés remplacent le ruban, rappelant la guerre. A priori, le principe d'objectivité exclut le symbolisme parce que ce dernier est lié à l'interprétation subjective. Pourtant, on parvient à observer des exemples de créations à caractère symbolique dans ce style. Cet exemple souligne le fait que le symbolisme que Megg et Purvis ont observé dans les pratiques contemporaines ne relève pas d'une mouvance, mais plutôt d'une approche qui peut être présente à toutes les périodes, et qui s'avère assez prévalente dans les années 2000. Ainsi, si les designers graphistes ont des idées politiques aujourd'hui, qui, dans leur travail, se traduisent parfois par leurs choix formels, il ne semble plus y avoir de projets politiques ou sociétaux communs pour soutenir l'entièreté de leur pratique.

Les pressions économiques et les logiques de rentabilité laissent de moins en moins de place à ce genre de préoccupations. Il y a alors, bien souvent, compromission à l'esthétique des médias ou aux logiques productivistes. Les ambitions politiques que pourraient avoir des designers tendent à être évincées



III.46 : RAND, P. (1940). Couverture du numéro de décembre 1940 du magazine *Direction*.

par les obligations professionnelles et financières. D'où l'aspect séducteur de beaucoup de productions. À ce titre, il existe une véritable divergence entre le graphisme contemporain et la modernité du design. En effet, les principes idéologiques et politiques que les designers graphistes modernes étaient, si ce n'est au premier plan de leurs préoccupations et de leurs motivations, au moins un des moteurs de leur travail. Cet état de fait est *a priori* révolu aujourd'hui, pour des raisons financières, mais aussi, car les graphistes ne se structurent plus autant autour de mouvements ou d'écoles, et parce qu'ils ne s'organisent plus autour d'idéologies qui recouvrent plusieurs mouvances. Plus exactement, c'est un phénomène de disparition que l'on repère en design graphique. Les conditions de production et l'évolution de la pratique ont mené à reléguer les questionnements politiques et éthiques à des préoccupations individuelles. La plupart des praticiens tentent de trouver par eux-mêmes des compromis entre leurs valeurs et leur travail.⁵² Ces questions ne sont plus interrogées par des groupes, semblables aux constructivistes, au Bauhaus ou même à l'école de Memphis. En architecture et en urbanisme particulièrement, des collectifs existent pour penser ces enjeux, mais en graphisme cette tendance est particulièrement rare.

La « fin de l'art » et la disparition de la modernité

Cet état de fait est semblable à ce que Hal Foster observe s'agissant de l'art. Dans son essai « The Funeral is for the Wrong Corpse », il explique que le modernisme est devenu caduc en tant que catégorie de laquelle les artistes peuvent se revendiquer, et en tant que catégorie pour analyser l'art contemporain :

Dès lors, le modèle de la modernité formaliste ayant été remis en question par une postmodernité en extension, il ne convient plus pour conduire ou décrire les développements significatifs de l'art et de la critique. Et l'on pourra dire la même chose de

52. C'est un point qu'a rapporté Catherine Chomarat-Ruiz dans le séminaire « Vers une théorie critique du design » qu'elle a mené en 2024. Au cours de la première séance de l'année facultaire 2024-2025, elle explique :

... les trois quarts du temps, les designers sont des gens qui sont extrêmement moraux et soucieux de ce qu'ils font. [...] les enquêtes qui ont été menées grâce aux étudiants les années précédentes [le montre], [...] ce qui fait défaut, c'est pas l'éthique, ce qui fait défaut c'est le politique, c'est-à-dire la transformation, au-delà du métier, de l'engagement qu'ils ont dans leur métier (Chomarat-Ruiz, 2024, 19 septembre)

Au cours de ce séminaire, les élèves de master ont mené, les années passées, des entretiens avec des professionnels du design. Catherine Chomarat-Ruiz les a compilés dans le cadre de sa recherche et c'est un aspect qui est ressorti assez largement : il y a bien des préoccupations éthiques chez les designers contemporains.

son double historique, le modèle de l'avant-garde d'avant-guerre recouvré dans la néo-avant-garde d'après-guerre⁵³ (Foster, 2019, p.178)

Le formalisme et l'unité du médium qui structuraient le modernisme ont été approfondis par les néo-avant-gardes, puis défiés par le postmodernisme. Dès lors que les néo-avant-gardes et que le postmodernisme se sont essouffés, le modernisme a cessé d'être pertinent comme paradigme. Dès lors, il n'est plus un prisme intéressant pour orienter la pratique artistique contemporaine ni un schème d'analyse convaincant pour la critique d'art. Plus encore, il observe que les tentatives de revitalisation des problématiques postmodernes dans les années 1990 et 2000 ne parviennent pas à faire école :

Les années 1970 et 1980 ont connu certaines formes d'élaboration de la néo-avant-garde et les années 1990 et 2000 ont-elles aussi été témoins de tentatives visant à reprendre les projets inachevés des années 1960 – c'est-à-dire, visant à renouveler, après l'art conceptuel, le Process Art et le Body Art en particulier, leur relation à la récupération. Cependant, ce travail n'a pas encore apporté la preuve de la possibilité pour des critiques aussi singulières [...] de devenir des traditions (ou des substituts de traditions) suffisamment cohérentes pour soutenir les pratiques contemporaines. Ainsi, la tragédie⁵⁴ répétée du « néo » semble aujourd'hui aussi diminuée que sa logique opposée du « post » ne semble exsangue : aucune ne suffit comme paradigme solide des pratiques artistiques ou critiques et aucun autre modèle ne vient prendre leur place⁵⁵. (Foster, 2019, p. 179–180)

Pour Foster, les tentatives artistiques élaborées sur la base de critiques des néo-avant-gardes et de renouvellement des projets postmoderne ne semblent pas non plus constituer des tendances cohérentes pouvant servir de paradigmes.

53. « As a result the model of a formalist modernism challenged by an expansive postmodernism no longer drive or describes significant developments in art or criticism. And the same must be same of prewar avant-garde recovered by post-war neo-avant-garde » (Foster, 2002, p. 127)

54. Il semble que ce mot soit une coquille, il est censé traduire « *strategy* », qui est transparent.

55. « The 1970s and 1980s saw critical elaborations of the neo-avant-garde, and the 1990s and 2000s have witnessed various attempts to recover unfinished projects of the 1960s as well – that is, to set up further "neo" relation of recovery vis-à-vis Conceptual, Process and Body art in particular. Yet this work has not yet demonstrated whether [...] [it] can be transformed into a tradition (or tradition-substitute) coherent enough to support contemporary practice. As a result the recursive strategy of the "neo" appears as attenuated today as the oppositional logic of the "post" is tired: neither suffices as a strong paradigm for artistic or critical practice, and no other model stands in their stead. » (Foster, 2002, p. 128)

Ces tentatives ne parviennent pas à constituer un socle commun à la pratique contemporaine, notamment car ni les néo-avant-gardes ni le postmodernisme ne sont une tradition : ils sont déjà, eux-mêmes, des élaborations à partir du modernisme. De plus, s'agissant du postmodernisme, la variété de productions et d'approches poétiques qui en a découlé est, pour Hal Foster, trop peu cohérente.

À ce titre, appliquer la logique du « néo » aux postmodernismes, c'est-à-dire une répétition et un approfondissement de ses projets, ou appliquer celle du « post » aux néo-avant-gardes, c'est-à-dire l'opposition à ses projets et l'extension des possibilités, sont toutes deux des attitudes caduques. En effet, elles rejouent le paradigme de la modernité, enfermant la pratique dans une permanence, un présentisme, par la répétition du similidifférent.

Dans le design graphique contemporain, l'absence d'orientation pratique ou intellectuelle dominante et stable justifie de qualifier la situation du graphisme comme un état de fin. Plus exactement, il s'agit d'une disparition de l'avant-garde et de la modernité. Comme en art, cette disparition s'est faite au profit du maintien de la pratique du graphisme dans un présentisme, qui rejette l'idée d'une évolution concrète du design graphique au profit d'un travail de remix.

L'une des caractéristiques de ce présentisme est, paradoxalement (du moins au premier abord), la modification constante de l'apparence des objets de design. Dans « Design and Crime », Hal Foster décrit ce phénomène : **« le produit n'est plus conçu comme un objet à produire, mais comme une donnée à manipuler, c'est-à-dire à designer et à redesigner⁵⁶ »** (Foster, 2019, p. 55). Les produits touchés par le design ne sont plus, selon lui, travaillés en tant qu'objets au sens d'Adolf Loos (c'est-à-dire le pur résultat matériel d'une technique, sans discours formel superflu). À la place, ils sont dorénavant manipulés comme s'il s'agissait de données, parés d'une surcouche formelle qui positionne le produit sur un marché donné. Ce faisant, ces produits sont soumis à de régulières refontes de leur design. Le principe d'évolution a cédé la place à un mouvement permanent, où l'apparence du produit est modifiée

56. « the product is no longer thought of as an object to be produced so much as a datum to be manipulated – that is, to be designed and redesigned » (Foster, 2002, p. 21)

sans que sa fonction et son usage n'aient évolué. Ainsi, les produits sont remplacés, avant d'avoir été réellement usés, ce qui nous maintient dans un cycle de consumérisme certes, mais aussi dans un environnement perpétuellement neuf, sans histoire.

En résulte un épuisement très semblable à celui que Foster observe en art. En outre, rappelons que le critique repère trois analyses, qui ont émergé dans les années 1980, concernant les pratiques qui viennent après la « fin de l'art ». Chacune peut être transposée au graphisme, notamment si l'on se réfère à la pratique polyphonique du graphisme médiatique. À noter que si toutes les interprétations ont des arguments en leur faveur, il ne s'agit pas ici de dire laquelle est la plus juste. Le but de cet exercice de transposition est de souligner la similitude entre la situation historique de l'art et de celle du design graphique.

La première interprétation, en faveur d'un pluralisme artistique, où tout peut être de l'art, résonne particulièrement avec l'esthétique de la profusion. En effet, selon la logique de la profusion, tous les supports méritent d'être traités par le graphisme : paquet de riz, notice de montage d'un meuble, stylo d'un cabinet d'avocat, peinture d'une carrosserie, permis de conduire, etc. De même, toute entité, de l'entreprise au politicien, en passant par la célébrité et la personne en recherche d'emploi, peut bénéficier d'une identité de marque, ou d'un *personal branding* quand il s'agit d'un individu.

La deuxième interprétation que repère Foster voit l'art converger vers la représentation et les sciences de l'art vers les études visuelles. Cette analyse, s'agissant du design graphique, induirait non pas un changement de statut des objets graphiques, mais plutôt un élargissement du caractère de représentation à tous les objets graphiques. En effet, les panneaux publicitaires et les productions graphiques vernaculaires sont des représentations classiques pour les études visuelles. Toutefois, aujourd'hui, les autres objets graphiques peuvent être compris comme des représentations. Cette convergence est mentionnée par Hal Foster dans « Design and Crime » : « **le signe et la marchandise [...] paraissent ne faire plus qu'un**⁵⁷ » (Foster, 2019, p. 57). Pour lui, les objets

57. « commodity and sign appear as one » (Foster, 2002, p. 23)

de design sont des marchandises, et à raison. La notion de marchandise est issue de l'économie politique. Chez Foster, qui s'inscrit dans l'héritage de penseurs marxistes, la marchandise est celle qu'a définie Karl Marx dans son travail. Sa *Contribution à la critique de l'économie politique* est un ouvrage antérieur dans lequel il théorise la notion :

Le temps de travail matérialisé dans les valeurs d'usage des marchandises est [...] la substance qui fait d'elles des valeurs d'échange, donc des marchandises [...] En tant que valeurs d'échange, toutes les marchandises ne sont que des mesures déterminées de *temps de travail coagulé*. (Marx, 1972, p. 10)

Une marchandise est donc une valeur d'usage, une fonction, produite par du travail humain. À noter que cette fonction peut répondre à des besoins futiles, ayant « **pour origine l'estomac ou la fantaisie** » (Marx, 1975, p. 51), comme le dit Marx dans le Livre I du *Capital*. En tant que cette fonction découle d'un travail, la marchandise est ainsi une valeur d'échange, c'est-à-dire le temps de travail qu'elle contient et qui détermine son prix (ou autre équivalence permettant un échange avec un autre type de marchandise) dans le système économique⁵⁸. Les objets de design sont pris dans l'économie, ils ont une fonction pour qui les commandes, et s'échangent contre de l'argent. Si l'on s'en tient à la définition de Marx, ces objets sont donc bien des marchandises⁵⁹. Certes, la plupart des objets que l'on peut acheter relèvent de la marchandise, mais, s'agissant des objets de design, qui sont apparus dans une économie capitaliste, ils se sont toujours définis comme tels, parce que ce qui relève du design dans l'objet véhicule sa valeur d'échange. Dès lors, la citation de Hal Foster indique que les objets design, dont les objets graphiques, en sont aujourd'hui venus à se confondre avec les signes qu'ils portent. À ce titre, les objets graphiques deviennent effectivement unilatéralement des représentations porteuses d'un sens donné.

58. Bien sûr d'autres éléments entrent en jeu pour définir ce prix, mais c'est à partir de cette définition que Marx complexifie son argumentaire.

59. Les objets graphiques ont une position un peu particulière. En tant qu'ils favorisent un échange marchand, ce sont, un peu comme les matières premières, des marchandises vendues à des professionnels. En outre, leur objectif, lorsqu'il s'agit de publicité, de *branding*, de packaging, etc., n'est pas de revendre les objets graphiques plus chers qu'ils ne les ont payés. Ces objets sont « gratuits » au sens où l'on ne paye pas pour les voir. Mais ils font partie de l'image qu'on achète lorsqu'on acquiert un produit de telle ou telle marque.

Enfin, s'agissant de l'analyse la plus cynique, la transposition se fait assez directement s'agissant du graphisme médiatique que nous avons remarqué ci-avant. En ce sens, les propos de Foster sur l'identité, dans « Design and Crime », sont éclairants :

... l'emballage a fini par remplacer le produit. [...] « le capital de marque » est essentiel à de nombreuses sphères de la société ; aussi le design l'est-il à son tour. L'attention du consommateur et la rétention de l'image jouent un rôle encore plus important lorsque le produit vendu n'est pas un objet.⁶⁰ (Foster, 2019, p. 54)

Dans cette citation, Foster souligne que, dans l'économie actuelle, l'emballage en vient presque à remplacer le produit, l'objet. Cet emballage, s'il peut être littéralement l'apparence du produit ou son packaging, désigne plus généralement l'identité de la marque, qui vient s'imprimer sur tous les produits, matériels ou immatériels. Cette identité, véritable image marchandée, prend d'autant plus de place que l'on vend de plus en plus de services ou de *way of life* au travers des produits. Or le design graphique est particulièrement acteur du façonnage de ces produits-image. En effet, le branding est un savoir-faire issu du graphisme : depuis le travail de Peter Behrens pour AEG, l'identité de marque est un champ du design graphique. Si l'on accepte la prémisse selon laquelle les marchandises sont aujourd'hui avant tout des images qui représentent la marque, dont le branding a été façonné par le graphisme, alors les objets graphiques sont logiquement tous devenus de pures images.

Dans ces trois scénarii, on observe que le graphisme devient une pratique envahissante, qui contamine tous les domaines économiques. Le régime visuel actuel, caractérisé par le trop plein, souligne cette tendance. Tout ce qui peut porter une image est doté d'un sens par le graphisme. Cette systématité, qui s'apparente à un processus industriel, s'accompagne de la disparition de la structuration idéologique des productions graphiques ainsi que de la disparition de la place du designer telle que pensée par la modernité. En effet, selon ces scénarii, le graphiste ne travaille plus *avec* l'économie. Au contraire, il est absorbé par elle, il travaille *pour* elle.

60. « the package all but replaces the product. [...] brand-equity [...] is fundamental to many spheres of society, and hence design too. Consumer-attention and image-retention are all the more important when the product is not an object at all. » (Foster, 2002, p. 20)

Une question de disparition

Au cours de mon analyse, j'ai insisté sur le fait que, plutôt qu'une fin, on pouvait caractériser la situation du design par la notion de disparition. Ce terme, moins définitif que celui de fin, apporte une meilleure compréhension des changements auxquels est soumise la pratique.

En effet, la notion de disparition invoque l'idée d'un effacement progressif, qui laisse donc des traces. C'est ce qu'explique Valeria Wagner dans son article « Marx, Wittgenstein et l'amante du mage : remarques sur la disparition, l'évidence et le pouvoir » :

Pour une mentalité contemporaine, la disparition physique est relative à un point de vue et peut en principe être expliquée scientifiquement et ramenée à une modalité du paraître. La disparition, en définitive, « paraît », mais elle ne peut pas « être ». » (Wagner, 2007)

Dire de quelque chose qu'il a disparu signifie donc, au sens commun, que quelque chose a cessé d'être visible, de « paraître ». Mais l'objet qui a disparu n'a pas cessé d'être. L'autrice précise effectivement en note que l'objet d'une quelconque disparition laisse toujours des traces. Ainsi, même si l'on ne parvient pas forcément à trouver ces traces, une disparition n'est jamais absolue. Ainsi, tout ce qui a disparu peut théoriquement être recouvré, dans les deux sens du terme. C'est la démarche que Valeria Wagner attribue à l'édifice de Karl Marx. Selon elle, Marx se pose « **comme [le témoin] qui ["voit"] à travers les actes d'illusionnisme qui déforment [...] notre perception des relations sociales et de leur lien aux rapports de production** » (Ibid.). L'œuvre de Marx consiste à dévoiler⁶¹ la réalité des rapports sociaux, que les échanges marchands de l'économie capitaliste ont fait disparaître, à l'image d'un prestidigitateur qui fait disparaître son assistant. Cet acte de disparition, chez Marx, correspond à la fétichisation de la marchandise. Bien que ce concept ne soit nommé comme tel que plus tard, Marx en brosse les principes dans sa *Critique de l'économie politique* :

61. Valeria Wagner attribue à Ludwig Wittgenstein une logique de travail semblable, mais on peut aussi déceler ce principe, dans une certaine mesure, dans l'œuvre de Sigmund Freud, qui dévoile les raisons psychiques de nos comportements.

Le fait qu'un rapport social de production se présente sous la forme d'un objet existant en dehors des individus et que les relations déterminées, dans lesquelles ceux-ci entrent dans le procès de production de leur vie sociale, se présentent comme des propriétés spécifiques d'un objet, c'est ce renversement, cette mystification [...] qui caractérise toutes les formes sociales du travail créateur de valeur d'échange. (Marx, 1972, p. 27)

Selon la pensée de Marx, les échanges de marchandises camouflent aux personnes la réalité du rapport qui est en jeu lors d'un tel échange. Les marchandises ne sont pas autonomes, et ce ne sont pas elles qui déterminent les rapports sociaux. En réalité, c'est l'inverse. Les marchandises tirent leur valeur d'échange du travail qu'il a fallu pour les produire. De même, les échanges de marchandises sont des rapports sociaux certes médiatisés, mais tout de même et avant tout des rapports entre personnes, avant d'être des rapports entre objets.

Ce fait, Marx lui-même le qualifie comme une disparition :

... le rapport entre les marchandises en tant que valeurs d'échange est bien plutôt un rapport entre les personnes et leur activité productive réciproque. Cette apparence de simplicité disparaît dans les rapports de production d'un niveau plus élevé. (Ibid., p. 14)

La fétichisation, chez Marx, repose donc sur un ensemble de disparitions, des disparitions « spectaculaires » (au sens du spectacle de magie, ce sont des disparitions qui apparaissent totales, mais qui n'ont en réalité rien fait disparaître). Ces disparitions camouflent la réalité des rapports sociaux et économiques.

D'une même façon, en design graphique, il est plus juste de parler de disparition de la modernité et des avant-gardes, que de « fin ». Pour le critique et philosophe britannique Mark Fisher, l'intensification du rapport entretenu avec l'économie est un élément central de cette disparition dans tous les

champs de la culture. Dans *Le Réalisme capitaliste*, il note «la façon qu'a le capitalisme de consumer tout ce qui le précède : un des effets de son "système d'équivalence", capable d'assigner une valeur monétaire à chaque élément culturel» (Fisher, 2018, p. 10). Pour Fisher, cette propension à la disparition inhérente au capitalisme opère non seulement sur les objets de consommation commune, mais aussi sur les objets culturels. Les objets de design graphiques sont plus des objets culturels que des objets de consommation commune. Les particuliers achètent essentiellement ces objets sous forme de livres. Quelques autres objets graphiques sont à destination des particuliers : affiches et de papier peint pour la décoration d'intérieur, papèterie et des emballages cadeaux. S'agissant du reste, ce sont les industriels qui achètent du graphisme pour le distribuer gratuitement ; il s'agit alors de productions culturelles, qui visent un usage différent, souvent collectif. C'est pourquoi on peut dire que la disparition en design graphique est également due aux procédures économiques du capitalisme. En outre, les conditions matérielles des designers et la place prépondérante du design dans le circuit d'échange des marchandises participent d'une déstructuration des pratiques et des pensées du design. On notera qu'effectivement, la prédominance de l'image de marque dans la structuration des échanges, remarquée par Hal Foster, répond à une logique de camouflage. L'image que communique alors le design, et en général, surtout le design graphique, participe du camouflage d'une part importante de l'histoire du design et de ses idées. En effet, en répondant à cette demande du marché (créer des images-emballages), le graphisme laisse de côté le rôle démocratique que s'étaient donné ses pionniers avant-gardistes et qui avait perduré jusqu'à la postmodernité. En travaillant une apparence qui a essentiellement trait à la séduction, le design graphique communique à propos de lui-même que son rôle social est celui de séduire. De plus, les impératifs de rentabilités, auxquels sont soumises toutes les industries, et donc l'industrie créative, exacerbés par le renouveau continu des produits, contraignent les designers à limiter, voire à arrêter, leurs recherches et expérimentations formelles, ainsi qu'à laisser le développement théorique de leur pratique de

côté, comme un impensé. Par exemple, les membres du studio parisien Spassky Fischer dans leurs conférences et leurs interviews s'évertuent à préciser que ce qu'ils analysent de leur travail est un discours a posteriori. Pendant leur temps de travail, leurs préoccupations théoriques demeurent souvent non formulées, voire impensées. On peut facilement envisager que pour des designers de moindre envergure, à qui l'on n'offre pas l'opportunité de parler de leur travail, la pensée a posteriori n'est pas envisageable. Ce phénomène contribue à laisser les idéaux et utopies développés par l'avant-garde de côté, en état de disparition.

2

LES RESTES, APRÈS LA FIN

2.1. UNE FIN QUI N'EST PAS ABSOLUE : UN PROCESSUS QUI LAISSE DES RESTES	084
2.2. LES FORMES TRAUMATIQUES	095
2.3. LES FORMES SPECTRALES	110
2.4. LES FORMES NON SYNCHRONES	124
2.5. LES FORMES NON CONGRUENTES	142

2.1/ UNE FIN QUI N'EST PAS ABSOLUE : UN PROCESSUS QUI LAISSE DES RESTES

Enjeux de disparition

Le design graphique contemporain semble, dans une large mesure, avoir pris ses distances avec la modernité. La pratique contemporaine a toutefois conservé les formes développées par la modernité pour les mettre dans une bibliothèque d'effets. Ces formes sont traitées comme des outils, utilisés selon les projets. Ce rapport instrumental s'apparente à la logique de répétition que dénonce Foster à propos de l'art contemporain. En effet, les formes modernes, selon cette modalité, sont prises telles quelles pour être introduites dans de nouveaux projets. En outre, ce rapport instrumental favorise une pratique décorrélée de l'histoire du design graphique. Dans la bibliothèque d'effet dans laquelle pioche le design médiatique, les formes et procédés n'ont de différence que

formelle. Les spécificités théoriques et idéologiques de la modernité, mais aussi du vernaculaire, des formes préindustrielles, etc., sont globalement reléguées en arrière-plan. Ainsi, les projets et idéologies qui travaillaient la modernité disparaissent de la pratique.

Néanmoins, en tant qu'il y a disparition, il reste des traces. C'est une analyse que fait Hal Foster à propos de l'art contemporain dans son essai «The Funeral is for the Wrong Corpse». À ce titre, il interroge le fait qu'il y ait une «fin de l'art». Sa réflexion se base sur une citation de Theodor W. Adorno, tirée de son ouvrage *Dialectique négative*. Foster cite : «**La philosophie, qui parut jadis dépassée, se maintient en vie parce que le moment de sa réalisation fut manqué⁶²**» (Foster, 2019, p. 181). Cette citation d'Adorno s'attache à l'idée, développée par Karl Marx, selon laquelle les philosophes conçoivent des édifices intellectuels qui interprètent le monde dans le but de changer, d'orienter son évolution. À cela, Adorno répond que la philosophie a raté le moment de changer le monde, donc de se réaliser à proprement parler. Elle a manqué son but. Toutefois, Adorno fait face à une réalité contre-intuitive si l'on s'en tient à la pensée de Marx : la philosophie n'a pourtant pas cessé d'exister. Elle a perduré sous sa forme connue. Pour Adorno, la philosophie a donc «survécu», après la disparition de la philosophie au sens où la concevait Marx. Hal Foster entend transposer cet état de survivance à l'art : «**ne pourrait-on gratifier l'art de ce sursis ambigu dont Adorno gratifiait la philosophie – cette possibilité de «survivre ?⁶³**» (Foster, 2019, p. 181). L'art, lui aussi, est censé avoir connu sa «fin». En effet, Foster explique lui-même que l'avant-garde a été perdue :

... ce défaut, qui a commencé avec [l']interdiction [de l'avant-garde] pas les Nazis et les Staliniens dans les années 1930, s'est aggravé avec le trauma de la guerre et de l'Holocauste dans les années 1940.⁶⁴ (Foster, 2019, p. 182)

La perte de l'avant-garde qu'évoque Foster, désigne la «fin», au sens de disparition, de l'art moderne. Minée par son

63. «might art be granted the ambiguous stay of stance that Adorno grants philosophy – the possibility of "living on"?» (Foster, 2002, p. 129)

64. «this breach, which began with [the] suppression [of the avant-garde] by Nazis and Stalinist in the 1930s, was deepened with the trauma of war and Holocaust in the 1940s.» (Foster, 2002, p.130)

interdiction dans l'U.R.S.S. et dans le III^e Reich, la guerre et la Shoah ont largement approfondi la scission entre l'avant-garde et l'art d'après-guerre, marquant définitivement la disparition de l'avant-garde. Et pourtant, à l'instar de la philosophie, lui aussi a continué de produire des contenus réflexifs. Foster pose donc l'hypothèse que l'art, à l'instar de la philosophie, a « survécu », dans les ruines mêmes de la modernité. À ce titre, Foster interroge ce que sont ces survivances s'agissant de l'art : **« qu'est-ce qui vient après ces fins, voire, (si elles ne se sont pas produites) qu'est-ce qui vient en leur lieu et place ?⁶⁵ »** (Foster, 2019, p. 176). Il se propose alors de remettre en question le postulat de « la fin de l'art », et propose une quatrième analyse, comme une quatrième voie pour l'art, face à la disparition de l'avant-garde.

La survivance comme alternative pour l'art contemporain

Cette quatrième analyse diffère des trois analyses susmentionnées : **« Le triomphalisme et le désespoir [...] ne sont pas les seules réponses possibles⁶⁶ »** (Foster, 2019, p. 176) nous dit Foster. Selon lui, la lecture décroissant de l'art contemporain (qui pose que l'art s'est fondu dans le domaine de la représentation), tout autant que l'interprétation cynique selon laquelle l'art n'est plus qu'image, qu'une apparence, ne sont pas satisfaisantes. Pour Foster, ce ne sont pas les seules attitudes possibles et elles participent à l'évacuation des enjeux historiques de l'art.

Par ailleurs, l'attitude pluraliste, attribuée à Arthur Danto, souffre du même problème. De plus, puisqu'elle postule que tout peut être de l'art, elle pose une autre difficulté, en lien avec la cohérence de la production artistique. Foster explique que **« notre paradigme-de-l'absence-de-paradigme peut [...] encourager la plus plate indifférence, une incommensurabilité stagnante⁶⁷ »** (Foster, 2019, p. 180). Dès lors, la quatrième voie d'analyse que Hal Foster propose n'est pas simplement plus juste. Sa proposition contient un enjeu esthétique. Selon lui, l'art a besoin, à l'instar des sciences pour Thomas Kuhn,

65. « what comes after these ends, or perhaps (if they did not quite occur) in lieu of them? » (Foster, 2002, 125-126)

66. « there are other responses to this condition than triumphalism or desperation » (Foster, 2002, 125)

67. « our paradigm-of-no-paradigm abet a flat indifference, a stagnant incommensurability. » (Foster, 2002, p. 128)

de se structurer autour d'un paradigme⁶⁸. Sans ce socle intellectuel commun, la pratique artistique est en danger de ne plus progresser et, pire encore, elle de perdre en sens. La pluralité apporte certes de la variété, mais aucune piste (formelle ou intellectuelle) ne peut être pleinement approfondie, ni donner une direction à l'art, ni fournir un cadre de compréhension aux œuvres. À la place, l'art s'éparpille dans une infinité de possibles, ce qui l'extrait d'une quelconque historicité. Cela implique qu'aucune forme artistique ne peut être dépassée ; l'art d'aujourd'hui ne peut plus que stagner. C'est dans la mesure où l'attitude présentiste, qu'il attribue au design et plus encore à notre modèle économique, empêche l'art d'être critique que le pluralisme pose problème.

Ce besoin d'un paradigme structurant n'est pas seulement nécessaire aux artistes. Selon Hal Foster, c'est une nécessité pour tous les acteurs du monde de l'art :

Chacun d'entre nous (artistes, critiques, curateurs, historiens et spectateurs) a besoin d'une trame narrative pour appréhender les pratiques du présent – des histoires circonstanciées et non pas de *grands récits*. Sans ce guide, nous risquons de rester embourbés dans le double deuil de la post/modernité et de la néo/avant-garde.⁶⁹ (Foster, 2019, p. 180)

Si l'on ne constitue pas ce socle, l'art se place après la modernité, dans sa fin, mais ne peut concevoir un après. L'absence de ce socle commun sur lequel fonder la pratique contemporaine, absence que contient en creux le pluralisme, provoque un « arrêt » dans l'évolution formelle de l'art. Toutefois, Hal Foster modère son propos. Il ne s'agit pas de faire se reposer l'art sur des récits généraux et visant des idéaux donnés, mais plutôt sur des histoires spécifiques, « situées », qui font sens avec le contexte historique. Ce qui différencie ces deux approches est que les « grands récits »

68. Dans son ouvrage *Qu'est-ce que la science ?* Popper, Kuhn, Lakatos, Feyerabend, le philosophe spécialiste de l'histoire de la philosophie des sciences Alan Chalmers donne une explication concise des paradigmes de Kuhn. Il explique que « Le paradigme définit la norme de ce qu'est une activité légitime à l'intérieur du domaine scientifique qu'il régit » (Chalmers, 1990, p. 152). Le paradigme est donc le cadre de travail dominant d'une discipline donnée pour les scientifiques rattachés à cette discipline, il structure et dirige la recherche dans une direction donnée. En outre, ce cadre a la spécificité d'être assez souple : « Les paradigmes de Kuhn ne sont pas précis au point d'être remplacés par une série explicite de règles [...]. Différents savants peuvent interpréter et appliquer le paradigme de plusieurs façons différentes. » (Ibid., p. 165).

Cette imprécision du paradigme autorise une certaine diversité d'approches pour les scientifiques.

69. « All of us (artists, critics, curators, historians, viewers) need some narrative to focus our present practice – situated stories, not *grands récits*. Without this guide we may remain swamped in the double wake of post/modernism and the neo/avant-garde. » (Foster, 2002, p. 128–129)

ont une tendance généralisante et propose une interprétation du monde selon un angle donné; le principe de l'*ut pictura poesis* a joué un tel rôle à la Renaissance. Les «histoires circonstanciées» permettent à un ensemble d'œuvres de partager une approche similaire, en lien avec l'histoire, mais qui s'attachent à un contexte précis, propre à chaque œuvre. Ainsi, au contraire des «grands récits», elles permettent d'inclure une variété de thématiques et de formes qui pour autant partagent une approche artistique semblable.

Pour Foster, il s'agit donc de caractériser une voie prise par l'art, qui s'affranchit de la logique présentiste de notre société par le biais d'une revalorisation de l'historicité de l'art. En effet, la tradition demeure un point important selon lui :

Un tel «ombrage» de précédents artistiques est primordial; c'est l'élément fondamental par lequel toute forme d'art se constitue comme telle, comme une discipline qui peut survivre avant tout.⁷⁰ (Foster, 2019, p. 185)

Toute œuvre doit s'inscrire, d'une certaine façon, dans l'histoire de l'art pour se revendiquer en tant qu'œuvre *d'art*. Au regard du propos de Hal Foster, cela est d'autant plus important que son argumentaire vise à caractériser la pratique contemporaine sous l'angle de la persistance. Dès lors, s'il y a survivance, il est nécessaire de s'inscrire dans une logique de référence. Cela ne veut pas dire que des œuvres de nature fondamentalement différentes ne puissent être créées, mais elles évoqueront peut-être un motif, un procédé technique, un type de production donnée⁷¹. Une œuvre *d'art* se place toujours dans l'ombre projetée de l'histoire de l'art, dans une certaine filiation, explicitée par l'artiste ou non – peut-être un peintre de fresques figuratives ne se dit pas, à chaque peinture, qu'il allait faire référence aux fresques mexicaines modernes, si on lui mentionne la proximité, il est peu probable qu'il soutienne qu'il n'y a aucun lien, au regard de l'importance de la fresque mexicaine dans l'histoire de l'art récente.

70. «such "shadowing by artistic precedents is primordial; it is the primary element that allows any art to be constituted as such, as a discipline that lives on at all.» (Foster, 2002, p. 134)

71. Cette lecture exclut la notion de *tabula rasa*, qui paraît effectivement improbable quand on la pense dans son extrémité : faire de l'art sans savoir ce que l'art est n'est pas vraiment possible (créer sans savoir ce que l'art est, par contre, ne semble pas aberrant). C'est un peu le même problème que d'appeler «art» des confections issues de cultures (passées ou présentes) dans lesquelles ces objets ne constituaient pas de l'art. Le biais de lecture empêche de comprendre ces objets, leur valeur historique et anthropologique.

Cette quatrième voie d'analyse s'attache donc à des productions qui prennent en compte l'héritage de la modernité, formel et intellectuel. De plus, pour Foster, ces œuvres doivent s'inscrire dans une progression de l'art. Aux logiques de répétition propres aux néo-avant-gardes, Foster substitue le principe de survivance. Il explique : « **Peut-être cette survie n'est pas tant un *refaire* qu'un *faire-de-nouveau* ou tout simplement un *faire-avec*⁷² » (Foster, 2019, p. 181). Pour lui, il ne s'agit pas, pour ces œuvres d'être dans la stricte continuité d'avec l'avant-garde. Le principe de survivance désigne plutôt le fait de s'inscrire dans son héritage, donc dans une certaine histoire. Il s'agit de faire « avec », de faire « malgré », ce lourd héritage qui a porté l'art à un certain aboutissement. Cet héritage est pris en compte, mais il ne limite pas la création à un simple *reenactment* de celui-ci. Formellement, les œuvres qui « survivent » ne se contentent pas d'emprunter des médiums, des procédés, des genres, des thèmes, etc., à des productions plus anciennes, et notamment modernes. Ces formes d'art, qui apparaissent après la « fin de l'art », ou plutôt à la place de la « fin de l'art » pour Foster, altèrent leur référence. En tant que survivances, elles introduisent une transformation aux restes de l'art « d'avant » auxquels elles s'attachent. Hal Foster de préciser :**

Même si les pratiques que j'ai à l'esprit traitent souvent de genres ou de médiums donnés comme autant de formes en quelque sorte achevées, elles n'en font pas non plus un pastiche à la mode post-historique. Au contraire, elles s'engagent dans des transformations formelles – pour peu que ces transformations parlent également de préoccupations extrinsèques.⁷³ (Foster, 2019, p.182)

Ces œuvres, qui élaborent à partir des genres, des médiums, des dispositifs, etc., de l'art et de la modernité, font état du statut de disparition qui touche ces médiums, ces genres, ces dispositifs, etc. Cette reconnaissance se traduit par le fait qu'elles opèrent à leur transformation formelle, au lieu de les répéter ou de les imiter. Cette transformation, qui subvertit la référence, découle de l'introduction de problématiques extérieures à la question de l'œuvre d'art.

72. « *Maybe this living-on is not a repeating so much as a *making-new* or simply *making-do with what-comes-after*. » (Foster, 2002, p. 129)*

73. « *Even as the practices I have in mind often treat given genres or medium as somehow completed, they do not pastiche them in a posthistorical manner. On the contrary, they are committed to formal transformation – as long as these transformations also speak to extrinsic concerns.* » (Foster, 2002, p. 130)

Il s'agit du mouvement inverse de celui pris par la modernité et la postmodernité. Ces enjeux sociaux, politiques, idéologiques, interagissent avec les références artistiques de sorte qu'«une double réflexivité est à l'œuvre⁷⁴» (Foster, 2019, p. 188), précise Foster. Dans ces œuvres, les restes de formes artistiques et les enjeux sociopolitiques, se répondent et se transforment l'un l'autre. Cette transformation est le cœur de ce qui caractérise les formes de la survivance :

Par le biais de cette transformation formelle, c'est-à-dire par le biais d'un engagement social également, de telles œuvres aident à restaurer la dimension mnémonique de l'art contemporain et à résister à la totalité *présentiste*⁷⁵ (Foster, 2019, p. 182)

Introduire cette transformation formelle est ce qui permet à ces œuvres, et plus largement à l'art contemporain, de réellement s'inscrire dans une continuité historique. En effet, par la transformation formelle d'un genre, d'un médium, d'un procédé, etc., les œuvres de la survivance portent en elles leur souvenir, altéré par le temps et le regard critique porté sur eux.

Hal Foster propose ainsi une typologie pour classifier les approches artistiques qu'il rattache à la notion de survivance. Il distingue quatre catégories : les formes traumatiques, les formes spectrales, les formes non synchrones et les formes non congruentes. Si ces catégories constituent un outil d'analyse, Foster précise à leur propos que «[d]ans la mesure où ces catégories ont tendance à se recouper, cette taxonomie est artificielle⁷⁶» (Foster, 2019, p. 182). Loin d'être exclusives,



74. « a double reflexivity is at work » (Foster, 2002, p. 137)

75. « through formal transformation that is also social engagement, then such work helps to restore a mnemonic dimension to contemporary art, and to resist the presentist totality » (Foster, 2002, p. 130)

76. « As these categories tend to cross, this taxonomy is artificial » (Foster, 2002, p. 130)



III.47 : DUBOIS, E. (2025). *Dé-dallage*. Projection numérique du système d'affichage.

ces catégories peuvent se recouper. Ainsi un œuvre peut aussi bien relever d'une seule catégorie que de plusieurs. Les délimitations que la critique établit entre ces quatre stratégies sont artificielles. Elles permettent de simplifier l'analyse et de repérer différentes stratégies de survivance dans les œuvres.

Le design graphique et la survivance

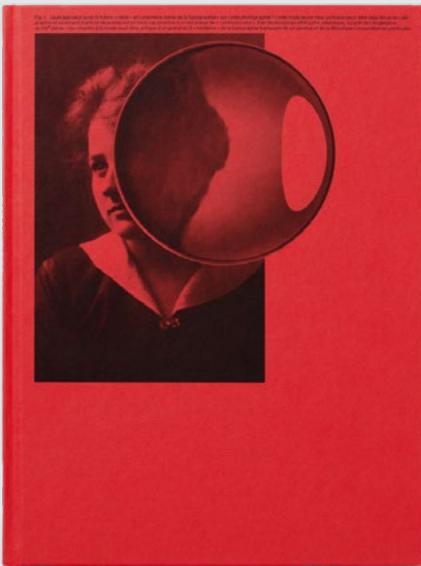
Comme nous l'avons montré dans la partie précédente, le contexte de la création graphique contemporaine est, tout comme celui de l'art, marqué par la disparition de la modernité, de ces idéaux, de ses utopies. De façon similaire à ce qui se produit dans l'art contemporain (peut-être même de façon plus flagrante), une part de la production actuelle en graphisme s'inscrit dans

le présentisme que dénonce Foster ; les productions qui relèvent de la logique de profusion médiatique sont exemplaires de ce propos. Toutefois, puisqu'il s'agit d'une disparition et non d'un anéantissement de la modernité, il doit y avoir, comme dans le cas de l'art, des restes, des ruines, des traces sur lesquelles des designers construisent leur pratique.

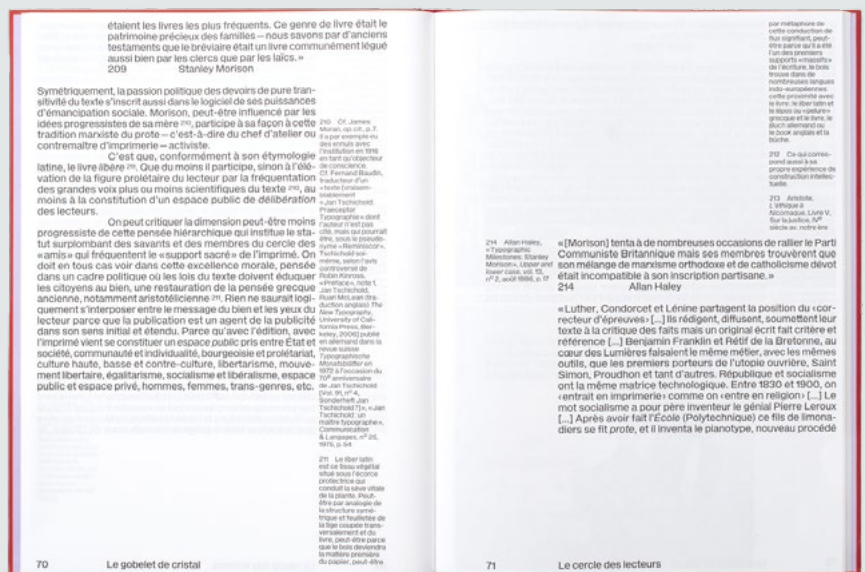
À titre personnel, pratiquement tous mes projets font l'usage d'une grille de composition. Cet outil de travail, que je ne remettais pas en question, constitue pourtant un des héritages les plus omniprésents de la modernité. Si l'on peut supposer que beaucoup de designers graphistes n'interrogent pas non plus la grille de composition, et ne la convoque qu'à titre instrumental, il semble tout aussi probable qu'autant de designers problématissent cet héritage moderne pour en faire quelque chose de différent. C'est en tout cas la tâche que je me suis donnée dans le cadre de mon projet professionnel. À partir de

la grille modulaire, qui structure usuellement la composition, j'ai eu le parti pris de venir décomposer le support de l'affiche, et d'en faire un dallage irrégulier (ill. 47). Il a alors semblé que l'analyse de Foster permettait un terrain d'exploration intéressant pour la pratique du design graphique.

Pour appuyer cette intuition, l'analyse du livre *Le Gobelet de cristal* de Thierry Chancogne est significative (ill. 48). Designé par le



III.48 : SPASSKY FISCHER. (2021). *Le Gobelet de Cristal* de Thierry Chancogne. Première de couverture.



III.49 : SPASSKY FISCHER. (2021). *Le Gobelet de Cristal* de Thierry Chancogne. Double page de texte.



Ill.50 : SPASSKY FISCHER. (2021). *Le Gobelet de Cristal* de Thierry Chancogne. Double page de photographies.

bureau de graphisme Spassky Fischer, le titre du livre reprend le nom d'une célèbre conférence donnée par Beatrice Warde. Comme ce titre évocateur le laisse deviner, ce livre s'intéresse directement à l'histoire du graphisme, et plus spécifiquement aux récits fondateurs, aux mythes du graphisme. Le travail de composition réalisé par le studio fait assez directement référence à la conférence de Beatrice Warde. Dans celle-ci, elle promeut le principe de transparence, selon lequel le design de la page doit se faire oublier lorsqu'on lit un livre. Les choix du noir et blanc, de la police de caractère linéale et l'absence d'éléments typographiques autres que les images et les blocs de texte vont dans ce sens (ill. 49). Toutefois, au lieu de proposer un livre avec une composition classique, véritablement transparente, car usuelle, le studio fait le choix de composer son livre avec une fluctuation de position des blocs de texte. Lorsqu'il y a de longues citations, le bloc de texte est décalé vers la droite, de telle sorte que la colonne des notes doit changer de côté.

Cette irrégularité, qui trouble le regard sans spécialement affecter la lecture, est un pas de côté vis-à-vis de la référence historique. Par ailleurs, l'idée de transparence est aussi altérée s'agissant des images. Un effet de lentille grossissante vient les déformer, et parfois empêche la lecture de la légende (ill. 50). Ce *gimmick* vient retourner la fonction de la loupe : au lieu d'améliorer la visibilité des détails de l'image, il déforme les photographies d'archives et en trouble la réception contemporaine. Cet effet appuie alors le fait que l'auteur s'intéresse à un certain récit du design graphique, à un certain point de vue à son propos. Dans cette production, la référence historique au principe de Beatrice Warde subit une transformation informée par des propos extérieurs, tenant de la question du point de vue dans le récit historique.

Cette analyse souligne qu'il y a bien, dans certains projets de design graphique, quelque chose tenant de la logique de la survivance. C'est pourquoi nous proposons de transposer la thèse de Foster au design graphique afin de mesurer la pertinence d'une telle analyse, appliquée au design graphique. Nous nous attacherons ainsi à analyser, les unes après les autres, chacune des catégories identifiées par Hal Foster, dans le même ordre que celui qu'il a choisi. Cela nous permettra d'aller des formes les plus simples à définir, aux formes les plus complexes.

Pour juger de la pertinence de la notion de survivance dans la caractérisation du design graphique contemporain, pour chaque catégorie, nous analyserons des projets dans la perspective décrite par Hal Foster. Par souci de cohérence, ces analyses ne porteront sur le travail que de trois entités créatrices : le bureau de création graphique parisien Spassky Fischer, le studio de la designer graphiste américaine Elana Schlenker, et le travail du graphiste français Frédéric Teschner. En me focalisant sur ces trois perspectives⁷⁷, il me sera possible de souligner le fait que les catégories établies par Foster s'interpénètrent et que le travail d'un designer (ou d'un groupe) donné n'est pas confiné à une unique approche.

77. Le studio Spassky Fischer présente la particularité d'avoir trois fondateurs, qui sont présent depuis la fondation du bureau en 2013, et qui constituent entre la moitié et deux tiers de l'effectif. En outre, les autres membres du studio changent peu, ce qui donne une forte cohérence aux productions.

2.2/ LES FORMES TRAUMATIQUES

Les formes traumatiques sont la première catégorie que définit Hal Foster. Dans sa typologie, la notion de «trauma» a un sens spécifique, qu'il prend le temps d'explicitier. Pour ce faire, il revient sur la notion du «trauma», très présente tant dans la culture populaire et la culture savante qui lui sont contemporaines, respectivement sous la forme du devoir de mémoire et des *trauma studies*. Il en déduit que, dans la société contemporaine, le «trauma» est **«un signifiant global non seulement pour la structure de la subjectivité, mais aussi pour l'histoire en tant que telle⁷⁸»** (Foster, 2019, p. 183). La notion de «trauma» oriente la compréhension tant de la subjectivité individuelle (la psyché, l'histoire individuelle) que de l'histoire et de ses événements, vers une lecture de leur structure. Dans ce cadre, Hal Foster qualifie le traumatisme comme suit :

Plus encore qu'une division historique, il a induit en art un blocage culturel, «un défaut de deuil» qui a longuement persisté. De nos jours, cela dit, ce défaut (ou refus) de mémoire a encouragé un impératif compensatoire à se rappeler, sous la forme de nouveaux musées et des *trauma studies* (études des traumatismes) – un impératif qui semble parfois plus automatique que mnémotechnique.⁷⁹ (Foster, 2019, p. 182–183)

78. « a general signifier of the structuring not only of subjectivity but of history as such » (Foster, 2002, p. 130)

79. « This breach induced a cultural blockage, "a failure to mourn," that long persisted. In our time, however, this failure (or refusal) of memory has promoted a compensatory imperative to remember in the form of museums and new trauma studies of all sorts – an imperative that seems more mechanic than mnemonic. » (Foster, 2002, p. 130)

Dans cette citation, Foster fait référence au nazisme et à la Shoah, mais la citation contient des éléments généralisables. Il est évident que traiter de ce thème n'est pas nécessaire pour qu'une œuvre soit associée à cette catégorie : il existe d'autres événements, d'autres sujets, que l'on peut catégoriser comme des traumatismes sociétaux. En effet, ce qui caractérise le traumatisme, c'est le rapport particulier qu'il entretient avec la mémoire collective. Plus spécifiquement, ces traumatismes sont caractérisés par le fait qu'ils ont souffert d'un silence systématique et, pour certains, ils sont aujourd'hui soumis au « devoir de mémoire » ou à une injonction à en parler régulièrement. Ainsi la traite négrière, la ségrégation, la guerre d'Algérie, la guerre d'Indochine, le génocide arménien, la chasse aux sorcières, etc., constituent tous des sujets qui peuvent relever du traumatisme.

Les formes traumatiques abordent donc des traumatismes historiques qui ont touché et touchent encore les hommes. D'histoire récente, ces événements demeurent des traumatismes sociétaux des plus importants. De plus, puisqu'historiquement, le fascisme et la Seconde Guerre mondiale font partie des principales raisons de la disparition des avant-gardes, les formes traumatiques sont les plus directement liées à la « fin de l'art » (et ce sans même que l'œuvre traumatique traite nécessairement de l'holocauste).

D'autre part, pour que ces œuvres relèvent de pratiques de la survivance, traiter d'un traumatisme sociétal n'est en aucun cas une condition suffisante. Il faut que la notion de trauma affecte directement la forme de l'œuvre. Néanmoins, dans sa typologie, la notion de « trauma » n'agit pas seulement comme un signifiant donnant du sens à la structure narrative des œuvres qu'il regroupe dans les formes traumatiques. Puisque le « trauma » constitue l'élément extrinsèque qui thématise l'œuvre, cette structure n'est pas nécessairement que l'organisation spatio-temporelle des éléments qui composent l'œuvre. Par exemple, l'installation *Shalekhet* de Manashe Kadishman a pour thème l'holocauste et les camps de concentration, comme l'exalte sa localisation actuelle dans le *Memory Void* du musée de la mémoire juive de Berlin (ill. 51). Cependant, cette thématique, qui est un parangon du traumatisme, ne se manifeste pas dans

la structure narrative de l'installation, mais plutôt dans le rapport physique que les visiteurs entretiennent avec l'œuvre. Le sol de la pièce étriquée qu'est le *Memory Void* est jonché de dizaines de milliers de visages grimaçant en acier. Cette configuration oblige les visiteurs à marcher sur les visages, ce qui provoque de terribles bruits métalliques, comme des cris distordus. Ici, c'est donc plutôt le mode de monstration qui porte le caractère traumatique de l'œuvre. Ainsi, bien qu'elle fasse souvent référence à une narration accidentée et désordonnée dans les œuvres auxquelles se réfère Hal Foster, la structure peut également désigner à la nature troublante ou disparate des matériaux⁸⁰, la configuration spatiale de l'œuvre, etc. Plus particulièrement, ce qui caractérise les formes traumatiques, c'est qu'elles dénotent d'un « **mode paradoxal**⁸¹ » (Foster, 2019, p. 183). Les œuvres qui relèvent de cette catégorie contiennent donc en elle quelque chose de paradoxal, de contre-intuitif, de troublé.

Pour mieux cerner cette spécificité, il convient de revenir sur l'exemple choisi par Hal Foster : une installation sans titre de Robert Gober, créée en 1989 (ill. 52 et 53) :

Dans une salle, Robert Gober avait accroché un papier peint représentant pénis et vagins, anus et nombrils, dessinés en lignes blanches sur fond noir et ponctués de bouches d'évacuation à hauteur de poitrine, et dans l'autre un papier peint couvert de dessins schématiques représentant deux hommes en bleu clair sur un fond jaune pâle, l'un blanc et endormi (inspire du



Ill.51 : KADISHMAN, M. (1999). *Shalekhet*. Berlin, Musée juif.

80. Cela peut passer par la langue employée, comme dans les recueils de poésie en créole guyanais de David Dabydee. Dans l'article « Taak prappa », Kathie Birat explique que Dabydeen tente d'écrire une tradition poétique créole, qui, à cause de l'esclavagisme et de l'impérialisme, a été empêchée. Pour invoquer ces traumas qu'il s'agit de transfigurer, Dabydeen emploie le créole et le mélange à la fois à des motifs issus de la tradition orale, et à des formes venues de la tradition occidentale. Ce qui crée du trouble, c'est que ce recueil est écrit en créole guyanais, mais ne s'adresse pas spécifiquement aux locuteurs de cette langue ; l'illustre la présence d'une traduction dans l'ouvrage. En conséquence, le lecteur se retrouve face à une langue dont il reconnaît des aspects, mais qui lui reste étrangère, par son vocabulaire et sa syntaxe. Le trouble se renforce lorsque les poèmes empruntent des formes occidentales, créant une friction entre la forme connue et la syntaxe inconnue pour un lectorat anglophone.

81. « paradoxical modality » (Foster, 2002, p. 131)

monsieur muscle d'une publicité de chez Bloomingdale), l'autre noir et pendu⁸² (tire d'un dessin humoristique texan des années 1920). Si le premier décor présente la différence sexuée comme motif éculé de notre quotidien, le second tend à suggérer que l'antagonisme racial en est un autre, cache celui-là. Chaque salle est de surcroît divisée en deux registres : au centre de la première se trouvait un paquet de beignets posé sur un socle ; au centre de la seconde une robe de mariée accompagnée de sacs de litière pour chat disposés le long d'un mur (objets et images semblaient récupérés alors qu'ils étaient en réalité fabriqués à la main).⁸³ (Foster, 2019, p. 184)

L'installation, qui fonctionne en diptyque, présente deux espaces qui se répondent, sans qu'un ordre précis de lecture soit à privilégier. Ici, la structure de l'œuvre, non linéaire, est construite par aller-retour entre les deux espaces. La présence simultanée, dans chaque pièce, de papier peint lisse et de sculptures, approfondit et complexifie cette structure. Dans la pièce au papier peint jaune, une narration qui « évolue de façon erratique⁸⁴ » (Foster, 2019, p. 183) est mise en place. Par effet de proximité, le spectateur est incité à mettre en relation l'homme blanc assoupi, l'homme noir pendu et de la robe de mariée au centre de la pièce. La répétition du motif et la différence de nature entre le papier peint et la robe, nous plongent dans un genre de narration désordonnée qui revient sans cesse sur la tension entre l'homme blanc paisible et l'homme noir mis à mort, ainsi que sur le rapport que ces deux hommes entretiennent avec la figure de l'épouse, de la femme promise. Toutefois, l'œuvre ne raconte pas une histoire. C'est pourquoi la structure non linéaire sert plutôt à tisser un lien entre la banalité des tensions raciales et celle des différences sociales liées au sexe. Hal Foster conclut :

82. Dans la version originale, le verbe utilisé est *to lynch*. En anglais, il fait référence au fait de tuer sans qu'il n'y ait de procès quelqu'un pensé coupable par une foule ou une communauté. Néanmoins, son usage en anglais comprend une nuance de sens que le français n'a pas. En effet, *to lynch* s'utilise presque toujours pour parler de lynchages par pendaisons. Très pratiquée aux États-Unis envers les hommes noirs, utiliser ce verbe dénote d'une référence directe à un crime racial notoire.

83. « In one room Guber hung wallpaper of penises and vaginas, anuses and navels, sketched in white line on black ground and punctuated with chest-high drains, and in another room wallpaper of schematic drawings of two men in light blue on pale yellow, one white and asleep (from Bloomingdale's beefcake advertisement), the other black and lynched (from 1920 s Texas cartoon). If the first background presented sexual difference as the overlooked pattern of our everyday lives, the second suggested that racial antagonism is another occluded structure of our daily grinds. Each room was further split into two registers: in the center of the first was a bag of doughnuts on a pedestal; in the center of the second a wedding gown attended by bags of "Fine Car Cat Litter" set along the wall (all object and images looked found but were handmade). » (Foster, 2002, p. 131-132)

84. « moves erratically » (Foster, 2002, p. 131)



Ill.52 : GOBER, R. (1989). *Sans titre (Male and Female Genital Wallpaper et Bag of Donuts)*. Londres, Tate. Vue de l'exposition « Robert Gober : The Heart is Not a Metaphor » au MoMA en 2015.

Mais plutôt que de situer ces oppositions les unes par rapport aux autres, Robert Gober en a entremêlé les termes dans un ensemble qui évoquait les complexités de la peur, du désir et de la douleur au plus profond de notre imaginaire politique des races et de la sexualité.⁸⁵ (Foster, 2019, p. 184)

En effet, malgré la construction en diptyque, l'installation ne se contente pas d'établir un parallèle entre les deux thèmes. Plutôt, ils s'interpénètrent. La salle où il y a la robe de mariée, comme analysée précédemment, évoque bien ces deux thèmes. D'autre part, ce qui les relie dans cette installation, c'est leur banalité admise, le fait qu'ils sous-tendent tous les rapports sociaux aux États-Unis. Les éléments prosaïques qui sont dans les deux pièces (le sachet de donuts, les pièces de tuyauterie, les sachets de litière) et l'utilisation de papiers peints disent bien la banalité de cet arrière-plan.

Face à cette œuvre : « **comment désarticuler tous ces termes – comment les distinguer pour les remettre en question ?⁸⁶** » (Foster, 2019, p. 185) demande Hal Foster, car c'est bien de cela qu'il est question dans les œuvres appartenant à la forme traumatique : un réseau confus de liens, d'idées (rendues confuse par la structure, le cryptage, etc.) Cependant, il ne s'agit pas de remettre les choses en ordre. En effet, cette confusion constitue le pivot de l'œuvre. S'agissant de l'installation de Robert Gober, Foster en dit :

Dans sa mutité traumatique, l'installation laisse entendre que nos

85. « Rather than map this oppositions into one another, however, Gober intertwined the terms in an ensemble that evoked the intricacies of fear, desire, and pain deep in our political imaginary of race and sexuality. » (Foster, 2002, p. 132)

86. « how does one disarticulate all these terms – clarify them in order to question them? » (Foster, 2002, p.132)

traumas liés à l'identité et à la différence sont collectifs autant qu'individuels, que nos vies antérieures racistes et homophobes survivent toujours, sous la forme de cauchemars, dans le présent.⁸⁷ (Foster, 2019, p. 135)

Pour le critique, c'est bien parce que les formes traumatiques sont sans réponse, sans procédure de clarification, qu'elles relèvent de la survivance. Plus exactement, les thèmes traumatiques que met en jeu l'œuvre ne sont présents que comme des ombres : ils teintent toute l'œuvre, mais demeurent troubles. Ainsi, l'œuvre qui appartient à cette catégorie retranscrit la présence de ces spectres dans nos sociétés, sans adopter de discours proprement moral.

Parlant de la blessure sociétale qu'évoque une œuvre relevant de la forme traumatique, Hal Foster la désigne ainsi : « l'affleurement persistant [du] passé⁸⁸ » (Foster, 2019, p. 183). Pour le critique d'art, le temps s'est accumulé sur le passé traumatique ; dans les productions traumatiques, c'est comme si le geste artistique venait éroder le temps, laissant apercevoir les indices enfouis de ces traumatismes. Un même principe est à l'œuvre s'agissant de la présence de l'histoire de l'art dans ces productions. Pour revenir à l'installation de Robert Gober, Hal Foster y voit une filiation avec l'œuvre de Marcel Duchamp. En effet, l'installation fait directement référence à la figure de la mariée, qui est également une figure centrale du *Grand Verre* (aussi connu sous le nom *La Mariée mise à nue par ses célibataires, même*). Foster établit un second parallèle entre l'installation et Duchamp. Selon lui, l'installation reprend la mise en espace des oppositions sexuelles présente dans le diorama *Étant donnés*, dernière œuvre de Marcel Duchamp. Ainsi :



III.53 : GOBER, R. (1989–1996). *Sans titre*. Chicago, Art Institute Chicago.

87. « Traumatically mute, the installation intimated that our traumas of identity and difference are collective as well as individual, and that our racist-homophobic past lives on, nightmarishly, in the present. » (Foster, 2002, p. 132)

88. « the unburied persistence of [the] past » (Foster, 2002, p. 131)



L'installation existait ainsi dans l'ombre non seulement d'une histoire traumatique, mais des signifiants mêmes de l'art; la première aidant à prendre en charge les seconds, et les seconds aidant à encadrer la première, les deux se transformant du même coup l'un l'autre avec la réciprocité que j'évoquais plus haut.⁸⁹ (Foster, 2019, p. 185)

Le traumatisme évoqué par l'installation de Goyer, élément extrinsèque au cœur de l'œuvre, est ce qui permet d'opérer une transformation sur l'élément de référence à l'histoire de l'art (figure, dispositif, forme, etc.). En retour, cette référence vient infléchir le sens des références traumatiques. C'est cette opération dialectique qui donne

à l'œuvre sa dimension de survivance.

Dark Archives

Dans le cadre du graphisme, la majorité des productions relèvent de la commande. Elles sont produites à l'usage d'un client, et répondent donc à un brief. Dans ce contexte, le thème traumatique exploré par l'objet graphique peut être un paramètre du dit-brief. L'enjeu est alors pour le designer ou pour le studio est de parvenir à se saisir du trauma amené par le commanditaire, alors que le designer ne le partage ou ne le connaît peut-être pas. Le livre *Dark Archives*, conçu par le studio Elana Schlenker, est caractéristique de ce type de commande.

Dark Archives, de Andre Bradley, est un ouvrage qui mêle des textes et des photos créés par l'artiste à des documents iconiques trouvés dans les affaires de sa famille. La dimension autobiographique est ici une instance permettant

89. « The installation thus existed in the shadow not only of traumatic history but of significant art; the first helped to charge the second, the second to frame the first, and in the process both were transformed in the reciprocal way noted above. » (Foster, 2002, p. 131)

d'évoquer la condition des noirs aux États-Unis. Plus précisément, le livre s'intéresse aux « **contraintes visuelles et linguistiques imposées aux hommes noirs.** »⁹⁰ Pour interroger cette contrainte systémique, l'auteur a adopté un style fragmentaire. Chez la designer Elana Schlenker, cela a induit un travail formel qui tire parti de l'archive. Les contenus n'ont pas été regroupés dans un unique objet livre. Elana Schlenker a plutôt repris la logique fragmentaire pour diviser en plusieurs sous-ensembles les différents contenus, comme pour recréer une microarchive mobile. Les livrets et les planches de photos sont à l'intérieur d'une pochette brune (ill. 54). Sur celle-ci sont inscrits, dans un corps très petit, le titre du livre, le nom de l'auteur et, sous le titre, la mention « 1-41 ». Cet intervalle indique le nombre de fragments de texte que contient *Dark Archives* : dans les trois livrets, tous les textes sont numérotés (ill. 55). Quand on ouvre la pochette, on découvre cinq objets : trois livrets et deux planches photographiques. Sur les livrets sont aussi – et uniquement – inscrits d'autres intervalles. On comprend alors que celui qui est imprimé sur la couverture correspond à la numérotation des différents textes regroupés dans l'ouvrage et divisés en trois sous-sections. Chaque livret est imprimé sur un papier de couleurs différentes qui sont peu contrastées (gris clair, bleu pastel, crème). Ils sont également de taille différente. Cela permet de lire l'intervalle, qui fait office de titre, sur tous les livrets simultanément.

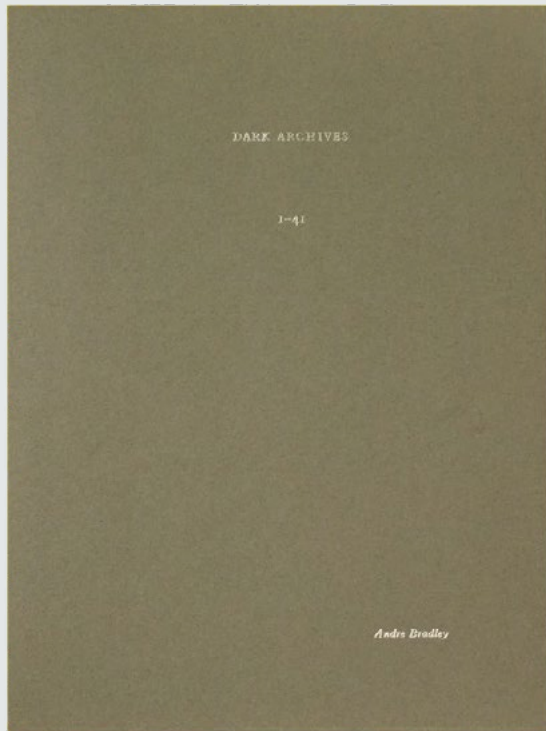
À l'exception des couleurs des papiers, rien ne vient habiller le dénuement de cette édition⁹¹. Les éléments typographiques semblent presque présents à titre indicatif sur *Dark Archives*. La couverture se réduit à la matière colorée du papier, perturbée en quelques endroits par de modestes éléments textuels. Ce « presque rien » graphique, sans ornement, rappelle la simplicité des productions modernes. Plus spécifiquement, cela entre en résonance avec l'adage attribué à l'architecte Ludwig Mies van der Rohe « Less is more », ainsi que les prises de position d'Adolphe Loos dans *Ornement et crime*. Dans cet essai, parlant des gens aisés, Loos fait cette analogie : « **Le légume à son goût sera simplement cuit à l'eau et nappé d'un peu de beurre** » (Loos, 2003, p. 79). Le critique compare ici l'attitude qu'il préconise au regard de l'ornement

90. Nous traduisons : « **linguistic and visual constriction placed on black men.** » (DA, 2015)

91. Le choix d'une feuille de papier doré pour les impressions sur la couverture est quand même ambivalent. On peut y voir une fantaisie, mais ce doré est loin d'évoquer l'opulence et rend un grand service de lisibilité sur le papier sombre de la couverture.

à celle qu'il pourrait avoir à propos de la cuisine. Il préconise des gestes simples et un assaisonnement réduit, comme il recommande aux designers de n'ajouter aucune décoration et de se contenter de faire des objets de bonne facture. Pour Elana Schlenker, le contenu à la fois «**profondément personnel**⁹²» et très en lien avec un traumatisme social est ce qui appelle cette épure graphique radicale qui exacerbe les espaces vides. Réciproquement, cette aridité visuelle permet d'éviter de tomber dans le misérabilisme. C'est ce qui donne ici au témoignage sa qualité de forme traumatique : les violences raciales planent jusque sur la forme dispersable et sobre du livre. La designer propose une forme qui dit ces violences en leur donnant corps, sans en faire une dénonciation pathétique.

Par ailleurs, la composition de la première de couverture, a priori rudimentaire, et même un peu traditionnelle avec son titre et son sous-titre centrés, préfigure la composition à l'intérieur de la pochette. Dans celle-ci se superposent quatre objets graphiques proportionnels (ill. 56). Cela crée une succession de formes rectangulaires concentriques qui marquent l'axe central de la composition. En bas, les initiales «AB», dans un corps typographique beaucoup plus grand que tous les autres textes, dévient par leur poids visuel la composition vers la droite. En tant que telle, cette composition est asymétrique, elle reprend le mode de composition qui s'est imposée avec le modernisme et notamment avec Jan Tschichold, dans son livre *La Nouvelle Typographie* (1928). Mais l'organisation centrée/décentrée élémentaire (plus élémentaire que beaucoup des productions de l'avant-garde) se comprend aussi au regard du thème du livre. Seul le nom de



III.54 : SCHLENKER, E. (2015). *Dark Archives*.
Première de couverture.

92. Nous traduisons : «**deeply personal**» (Ibid.)

l'auteur (ou ses initiales) dévie de l'axe central. Cette déviation apparaît comme la mise en page de la position de l'auteur. En effet, les initiales sortent de l'axe, c'est-à-dire de la rigueur de la composition qui découle directement du thème qu'aborde le livre : les contraintes subies par les hommes noirs dans la société étasunienne. La coercition s'exprime dans une forme simple et aride, presque convenue ; face à cela, la déviation du nom apparaît comme une protestation vis-à-vis de cette forme de contrôle imposée à la communauté noire aux États-Unis.

Ainsi, on repère la logique de réciprocité dont parle Hal Foster. La forme du livre est à la fois teintée par le thème de l'ouvrage et par les influences graphiques historiques. Ils déterminent plusieurs aspects du livre, parfois conjointement, comme c'est le cas de l'épure graphique, parfois séparément, comme c'est le cas de la structure fragmentaire de l'ouvrage. Mais le thème et les références ne font que teinter l'objet graphique, car ils ne décident pas de tous les aspects formels : la couleur des papiers, le format pochette, la police de caractère à empâtement, le papier doré, sont des éléments orientés avant tout par la référence à l'archive. Le thème traumatique et l'ancrage dans l'histoire du graphisme demeurent bien des présences spectrales.

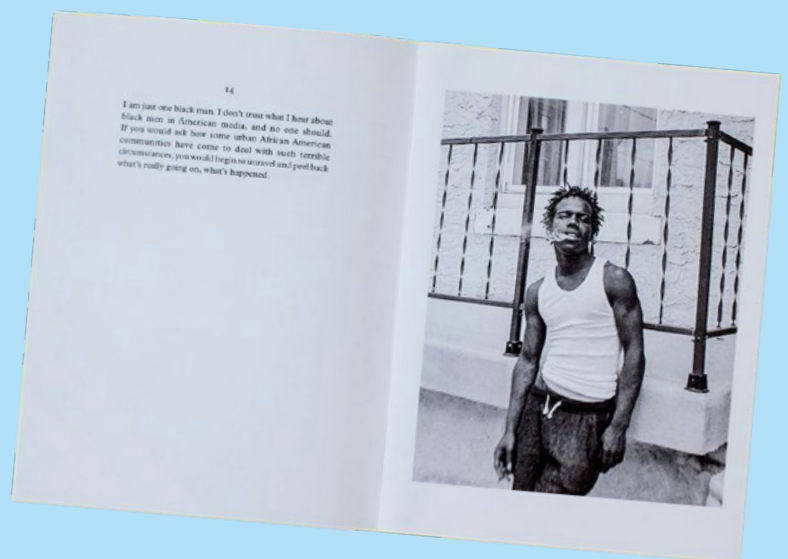
Dark Santa Claus

Ces présences, et particulièrement celle du trauma, sont faciles à déceler dans *Dark Archives* au regard du brief. Cependant, ce n'est pas toujours le cas. Quand les créations graphiques ne sont pas aussi strictement des commandes⁹³, les thèmes et références peuvent être beaucoup plus troubles. L'affiche *Dark Santa Claus* de Frédéric Teschner est un de ces objets qui ne font pas suite à la commande d'un client. Dans la monographie qui lui est dédiée, son ancienne associée Lisa Sturacci nous en dit qu'elle a été réalisée « **pour la Fête**

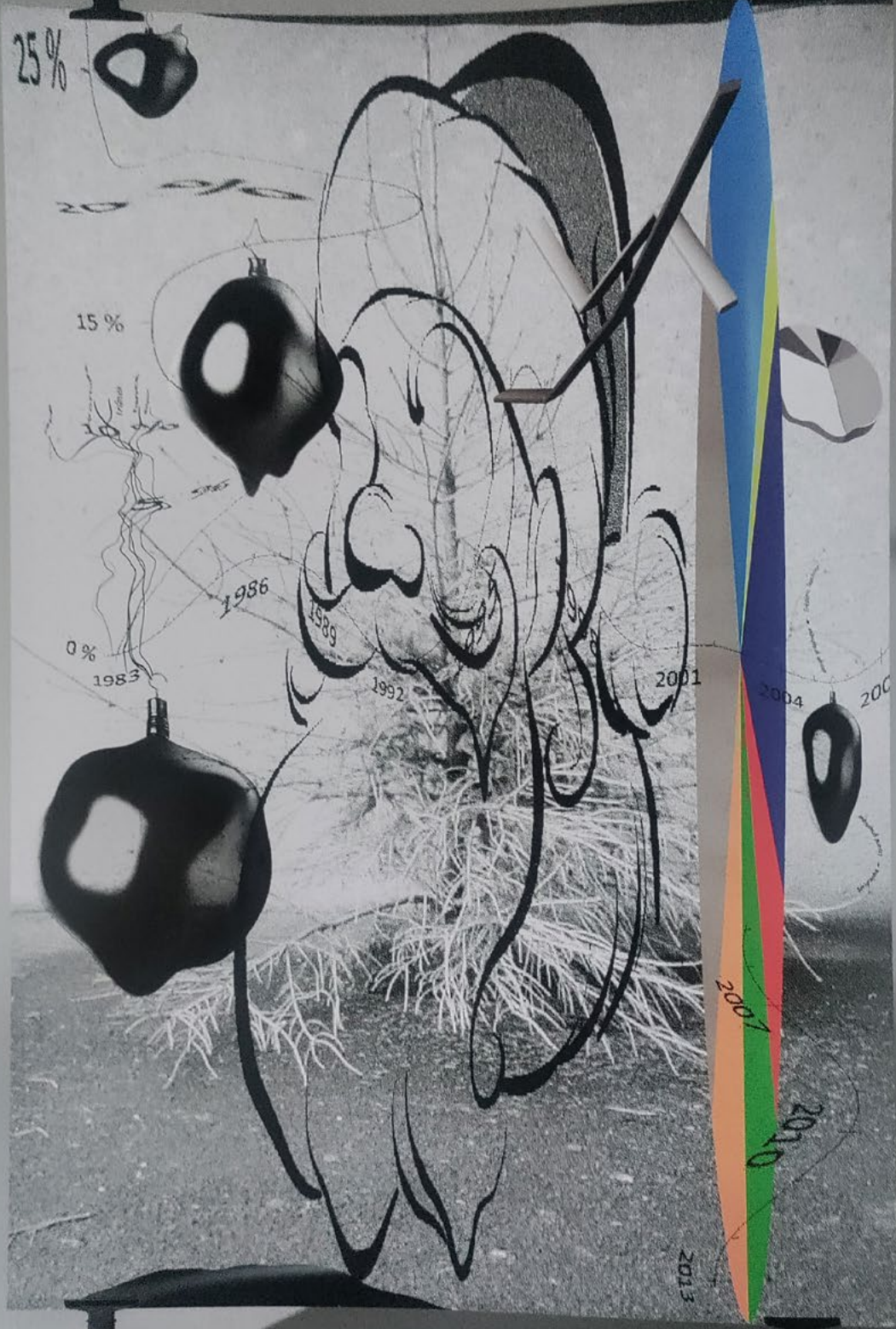
93. Il s'agit des productions pour des festivals de design ou de graphisme, celles faites lors de résidences, celles faites pour des concours, et des « cartes blanches » données par certains commanditaires.



III.55 : SCHLENKER, E. (2015). *Dark Archives*.
Intérieur de la pochette du livre.



III.56 : SCHLENKER, E. (2015). *Dark Archives*.
Double page du livret 10-20.



Ill. 57 : TESCHNER, P. et STURACCI, L. (2015), *Dark Santa Claus*.
Affiche pour la « Fête du graphisme », Paris, 120 x 176 cm.

du graphisme en janvier 2016» (BERNARD *et al.*, 2019, p. 142). Le titre de cette édition était «Célébrer la ville».

Dark Santa Claus (ill. 57) est composée par assemblage d'éléments trouvés, qui s'organise autour d'un dessin transparent «d'un père Noël déniché sur Google» (ibid., p. 142), nous précise Lisa Sturacci. Autour de cette image flottent des diagrammes modélisés en 3D, des boules de Noël coulantes, et les deux axes tordus d'un graphique. Le fond de l'affiche est une photo prise par Frédéric Teschner : on y voit un sapin défraîchi abandonné dans la rue. À l'exception d'un diagramme circulaire multicolore, tout est en nuance de gris. La composition est dense, presque sans espaces vides. Les chiffres, seuls éléments typographiques, n'ont de valeur que celle d'image dans cette affiche⁹⁴.

Hormis le sapin, tous les éléments ont été déformés : le père Noël et le diagramme coloré sont étirés, les diagrammes en 3D sont tordus, les chiffres et le repère associé sont ondulants et pixélisés, les boules en verre dégoulinent «comme le temps qui passe dans les peintures de Salvador Dalí» (ibid., p. 142-143) selon Lisa Sturacci.

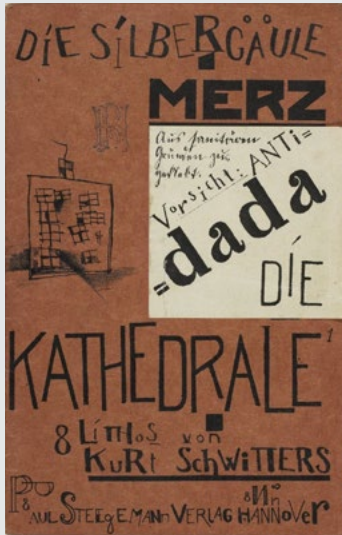
L'assemblage de fragments disparates, d'éléments trouvés dans la rue et en ligne, évoque la méthode de travail bien connue de Kurt Schwitters (ill. 58), qu'il a par ailleurs appliqué à des formes graphiques (ill. 59). La photographie



III.58 : SCWITTERS, K. (1921).
Merzbild 32 A. Das Kirschbild.
Papier imprimé, papier coloré,
bois, métal, liège, encre, crayon
et huile sur bois, 91,8 x 70,5 cm.
New York, MoMA.

94. Pour Lisa Sturacci : «Leurs caractères sont présents pour eux-mêmes» (ibid., p. 143)

du sapin, particulièrement, relève d'un travail de récolte permanent de la part de Frédéric Teschner. Lisa Sturacci en fait la description suivante :



III.59 : SCHWITTERS, K. (1920). *Sans titre*. Lithographie et collage sur papier vélin. Ottawa, Musée des Beaux-Arts du Canada.

Frédéric Teschner capte ces assemblages sauvages qui se répètent de rue en rue en d'infinies variantes, et en dégage des thèmes qui constituent une sorte de matériauthèque :

- les sapins
- les sacs
- les trous
- les taches

Recensés dans des dossiers, ils traînent sur nos ordinateurs et émergent, parfois, comme des signes, sur une affiche (Ibid., 2019, p. 139–140).

Les rebus de la rue constituent un motif récurrent dans ses habitudes de travail, même s'ils n'apparaissent pas toujours aussi directement dans ses productions. L'affiche de Frédéric Teschner contient une certaine mélancolie

à l'égard de ces rebus. Ils ne sont pas juste des objets-images trouvés sur cette affiche, ils sont des déchets en déliquescence.

Cette mélancolie sous-jacente est l'expression de l'élément traumatique qui existe dans cette affiche, quoique bien moins évidente que celui du projet d'Elana Schlenker. Pas exactement tournée vers les enjeux écologiques, cette affiche évoque plutôt la tristesse et la solitude que peuvent provoquer la vue des rues jonchées des déchets modernes, ou l'expérience de descendre tout en bas d'une recherche Google image. La composition de l'affiche est habitée par un mouvement de dégringolade qui semble tout faire sombrer. L'absence de texte « à lire » est évocatrice d'une perte de signification. Ainsi ces éléments soulignent, d'une certaine façon, la condition des déchets, privés d'usages

et laissés à la décrépitude. Les boules de verre coulantes, qui rappellent les montres molles qu'a peintes Dalí, invitent à lire les autres déformations (ondulation des chiffres, étirement des images, etc.) comme autant de processus de décomposition. Regarder cette affiche fait l'effet de regarder un terrain vague. On perçoit une créativité en puissance, mais elle est obscurcie par la détérioration que la consommation moderne engendre.

Cette référence traumatique est infléchie par la référence au processus de récolte et de composition dont Kurt Schwitters est l'un des principaux représentants. En effet, l'affiche ne se compose que d'objets-images trouvés, aucun message n'est écrit pour donner un sens définitif à cet assemblage numérique. L'affiche demeure dans un silence semblable à l'installation de Robert Gober analysée par Hal Foster.

2.3/ LES FORMES SPECTRALES

Les formes traumatiques sont décrites par Hal Foster comme hantées par l'ombre conjointe du trauma qu'elles abordent et des références historiques qu'elles convoquent. Mais cette hantise, inhérente aux productions qui relèvent de la survivance, trouve son expression la plus directe dans la deuxième catégorie que décrit l'auteur dans le chapitre « The Funeral is for the Wrong Corpse », les formes spectrales.

Pour souligner la spécificité du rapport que cette catégorie entretient avec la référence, Hal Foster le compare à trois autres types d'influences qu'une œuvre antérieure peut avoir sur une production. Tout d'abord, il exclut le concept d'« anxiété de l'influence » théorisé par Harold Bloom : **« L'ombrage auquel je pense n'a pas grand-chose à voir avec "l'influence angoissée" décrite par Harold Bloom à propos de la poésie moderne⁹⁵ »** (Foster, 2019, p. 186). Ce concept relève d'un rapport pratiquement personnel entre le poète et les maîtres. Selon les notes de lecture sur *L'Anxiété de l'influence*, ouvrage dans lequel Harold Bloom édifie le concept éponyme, publiées en ligne par la revue Critique d'art et rédigées par Yann Ricordel : **« l'auteur n'accède à l'excellence que s'il sait dépasser l'anxiété, l'angoisse de l'élève écrasé par le génie de son prédécesseur. »** (Ricordel, 2015). Le poète, selon Bloom, doit dépasser, non pas son maître, mais l'angoisse d'être incapable de faire aussi bien que lui. Yann Ricordel précise sa description du concept :

95. « The shadowing I have in mind has little of the "anxiety of influence" described by Harold Bloom in modernist poetry. » (Foster, 2002, p. 134)

Comme la peinture, la sculpture et jusque dans les manifestations les plus actuelles de l'art, la poésie est ainsi prise dans une dialectique de la répétition, où les œuvres canoniques ont un caractère commun et forment ainsi de loin en loin la continuité (Ibid.)

Pour Bloom, les œuvres de références sont un guide commun pour tous les poètes; elles servent de modèles. Dès lors, les poètes s'inscrivent dans la continuité en répétant les modèles et en dépassant l'angoisse de ne pas être aussi bon que leurs maîtres. Le concept de Foster s'éloigne effectivement de celui de Bloom en ce que les catégories de la survivance sont justement des catégories cherchant à proposer une analyse de l'art qui ne soit ni fondée sur la répétition ni fondée sur la réponse par opposition (qui forme une sorte de répétition en elle-même, comme nous l'avons expliqué auparavant)⁹⁶. En outre, l'analyse de Foster n'est pas fondée sur la subjectivité des artistes, mais sur la réalité matérielle de l'œuvre et le réseau de significations qu'elle tisse : l'influence n'est pas dans le vécu de l'artiste, mais se vérifie formellement dans ses œuvres.

Ensuite, il éloigne le rapport d'influence qui opère dans les formes spectrales de celui qui existe dans les œuvres métafictionnelles :

... on trouvera [...] peu d'«influences extatiques» tout au long de l'histoire postmoderne de la méta-fiction hautement spirituelle par des romanciers universitaires comme John Barth et Robert Coover⁹⁷ (Foster, 2019, p. 186)

La notion d'«ecstasy of influence», qu'il attribue à Elaine Showalter, ne fait pas l'objet d'une théorisation par cette dernière⁹⁸. Pour la comprendre, il faut s'intéresser aux types

96. Il a une autre raison, d'ordre méthodologique, qui empêche le concept de Hal Foster d'être exactement semblable à celui de Harold Bloom. Les propositions de Foster s'appliquent aux pratiques contemporaines alors que celles de Harold Bloom concernent les pratiques modernes. Sachant que Hal Foster hérite des théoriciens et philosophes de l'école de Francfort, des penseurs matérialistes, et que son projet s'ancre dans une approche dialectique de l'histoire de l'art, sa démarche est donc liée à un moment donné de cette histoire, différent de son moment moderne. Ainsi, d'un point de vue méthodologique, calquer son analyse sur une analyse moderne serait contradictoire.

97. «neither is there much "ecstasy of influence" along the postmodernist lines of the high-spirited meta-fiction of university novelist like John Barth and Robert Coover» (Foster, 2002, p. 134)

98. En 2007 a été publié l'essai *The Ecstasy of Influence*. Toutefois, cet essai, écrit par le romancier Jonathan Lethem, ne précède pas l'ouvrage de Foster. De plus, Foster attribue le concept à sa collègue Elaine Showalter et non à Jonathan Lethem. Or, celle-ci n'a rien écrit directement en rapport avec ce concept, Hal Foster ne cite d'ailleurs aucun ouvrage ni aucun article. Il est probable que ce concept soit simplement issu de conversations qu'ils aient eues ensemble.

de textes et aux auteurs auxquels elle est rattachée : les romans de John Barth et Robert Coover. Ce sont effectivement des ouvrages connus pour être des métafictions au ton plutôt humoristique. Selon Marc Chénétier, à l'entrée « John Barth » qu'il a écrite pour l'Encyclopædia Universalis, une des visées de la littérature postmoderne a été de : **« rénover les formules d'un art usé par plus de deux siècles d'exploration thématique et formelle »** (Chénétier, s.d.). En utilisant le terme de « rénovation », l'auteur met en avant le fait que les romans postmodernes réinvestissent les procédés et les genres de la littérature qui les précède. Il y a donc bien un rapport d'influence. Cette influence, dans la métafiction, est au service de la réflexion théorique sur la littérature. À l'entrée « Robert Coover » de l'Encyclopædia Universalis, rédigée par Pierre-Yves Pétilion, il est indiqué que la métafiction prend chez ce romancier la forme d'**« une réflexion sur l'origine [...] de tout récit »** (Pétilion, s.d.). C'est cette autoréflexivité qui fait de ces romans des métafictions. L'entrée s'attarde plus loin sur la méthode de Robert Coover dans le cadre de son travail sur la métafiction :

... il entreprend [...] de dresser l'inventaire des « histoires » possibles, de mettre à nu la morphologie des contes du répertoire, puis de les raconter à nouveau sous un angle, ou dans un registre linguistique, qui les « défamiliarise ». (Ibid.)

Il y a donc, dans le travail de métafiction de cet auteur, quelque chose qui s'apparente à la dissection des genres et des œuvres littéraires qui ont fait date. C'est en ce sens qu'on peut dire qu'il y a de « l'influence extatique » : les auteurs décortiquent les œuvres canoniques pour, non sans plaisir, les déjouer ou les détourner. Dans l'entrée « John Barth », Marc Chénétier décrit bien ce rapport entre le romancier et ses influences :

Barth subvertit les mythes et l'histoire par la satire et la parodie. Une langue truculente et jubilatoire détruit les aridités canoniques du récit traditionnel (Chénétier, s.d.)

C'est l'attention extrême aux références et le plaisir pris à les détourner qui différencie cette approche de la forme spectrale décrite par Hal Foster. En effet, la référence y est moins directement perceptible et la forme des œuvres qui relèvent de cette catégorie n'est pas aussi inséparable de cette référence.

Enfin, Hal Foster différencie son concept du : « **cinéma néo-genre pétri d'hommages de réalisateurs sortis des écoles comme Martin Scorsese et Brian de Palma.**⁹⁹ » (Foster, 2019, p. 186) Cette approche tend à revivifier le cinéma de genre. Outre la logique de répétition au cœur d'un tel projet, les influences sont présentes à titre d'hommage. A contrario, les formes spectrales ne s'attachent aucunement à cette idée d'hommage. Les références n'y sont pas glorifiées.

Ainsi le rapport qui existe entre les références et l'œuvre dans les formes spectrales est d'un autre genre. Dans ces œuvres, ce lien est de l'ordre de la persistance. Hal Foster précise :

L'ombrage en question aujourd'hui est plus discret, une sorte d'accentuation et de nuance, comme dans la manière dont *Mrs Dalloway* (1925) vient accentuer et nuancer *The Hours* (1998) de Michael Cunningham.¹⁰⁰ (Foster, 2019, p. 186)

La référence travaille l'œuvre spectrale comme un glacié qui vient teinter, moduler l'œuvre. La référence donne ainsi sa profondeur à l'œuvre, elle la distingue et lui fournit un cadre. Ce lien est spécifique en ceci que, lorsque Foster parle d'ombre, il ne désigne pas un rapport hiérarchique entre références et productions contemporaines. Bien plus, la hantise qui travaille l'œuvre la place dans un *continuum* historique où ses spectres perdurent en elle, malgré elle.

Mais, de même que pour les formes traumatiques, dans les formes spectrales, l'épithète désigne à la fois le rapport entretenu avec l'art passé et le sujet de l'œuvre. Hal Foster, parlant de la spectralité, souligne ceci :

99. « the homage-laden neo-genre cinema of film-school director like Martin Scorsese and Brian de Palma » (Foster, 2002, p. 134)

100. « The shadowing in play today is more muted, a sort of outlining and shading, in the manner that *Mrs Dalloway* (1925) outlines and shades *The Hours* (1998) by Michael Cunningham » (Foster, 2002, p. 134)

... l'ombrage est souvent plus littéralement *spectral* dans l'art contemporain. Il s'annonce comme tel dans de nombreux titres [...] et il intervient aussi formellement dans le choix du genre ou du médium.¹⁰¹ (Foster, 2019, p. 185–186)

Cette catégorie est non seulement travaillée par les ombres que projette les références historiques, mais les productions qu'elle inclue relèvent elle-même, formellement, de l'apparition. La spectralité n'est pas que le mode d'apparaître des survivances de l'avant-garde ; c'est aussi le moyen formel par lequel les genres et les médiums sont transformés. Afin d'illustrer l'esthétique qui se joue dans les formes spectrales, Hal Foster fait appel à des exemples.

Nous allons nous concentrer sur l'exemple qu'il tire de l'art contemporain : l'œuvre de Rachel Whiteread (ill. 60) qui est une entreprise particulièrement cohérente. Depuis la fin des années 1980, elle utilise toujours la même technique : le moulage ; elle réemploie une même gamme de matériaux : la résine, le plâtre, le béton ; elle décline le même geste créateur si particulier que Hal Foster décrit ainsi :

Chacun de ces objets étant utilisé comme un moule, les formes produites correspondent à leur volume en négatif ; elles sont, ainsi, évidentes quant à leur mode de production et ambiguës quant à leurs références.¹⁰² (Foster, 2019, p. 189–188)

Concrètement, en utilisant des objets en tant que moules, les moulages qu'elle produit sont des contre-formes : elle donne corps au vide contenu dans ou sous l'objet. C'est pourquoi ces œuvres contiennent une part



Ill.60 : WHITEREAD, R. (2001). *Sans titre (Stairs)*. Plâtre, fibre de verre et bois, 375 x 220 x 580 cm. Londres, Tate.

101. « often the shadowing in contemporary art is more literally spectral. It is announced as such in many titles [...]; it also operates formally at the level of genre or medium. » (Foster, 2002, p. 134)

102. « As the objects are used as molds, the casting and the negative spaces of these things; as a result they are at once obvious in production and ambiguous in reference. » (Foster, 2002, p. 135)

d'incertitude : si, comme Foster le souligne, il n'y a aucun mystère de production, les formes révélées par Rachel Whiteread n'évoquent rien de commun (ill. 61). Nos habitudes sont telles qu'on ne se figure pas la forme de l'espace qui existe sous une chaise. Hal Foster nous indique : **« bien qu'elles aient l'apparence de formes solides et complètes, elles n'en sont pas moins fragmentaires et spectrales.¹⁰³ »** (Foster, 2019, p. 188). Malgré leur apparence unitaire, ces moulages semblent incomplets. En considérant l'empreinte comme la finalité du processus sculptural, l'artiste renverse la logique du moulage et retire aux objets leur usage¹⁰⁴. Ces formes, sans fonctions, sont devenues étrangères à notre champ de référence. Ce faisant, le moulage s'arrête à la trace, celle d'objets prosaïques, transfigurés en masses schématiques. Dans cette forme fantomale pointe la survivance de formes d'art antérieures :

... ils possèdent eux aussi cette double réflexivité dont j'ai parlé tout à l'heure : ils rappellent à la fois les objets minimalistes et les enseignes Pop, mais ils rendent les deux fantomatiques – esprits d'un passé social.¹⁰⁵ (Foster, 2019, p. 188)

Le minimalisme et les productions vernaculaires constituent donc, ensemble, l'ombre qui encadre le projet artistique de Whiteread.

Parallèlement, il y a dans les traces plus ou moins méconnaissables, mais en tout cas toujours troublantes, de Rachel Whiteread, quelque chose qui tient du souvenir. La spectralité travaille jusqu'aux thématiques de ses œuvres. Hal Foster précise :

... ces traces littérales évoquent des traces symboliques, des souvenirs d'enfance, de famille, des souvenirs communautaires : elles conjurent « l'espace culturel du foyer » comme lieu de commencements écrasés par leurs fins, un lieu hanté par l'absence.¹⁰⁶ (Foster, 2019, p. 188)

103. « though they appear whole and solid, they also seem fragmentary and spectral » (Foster, 2002, p. 135)

104. « Car, alors même que ses sculptures sont tirées d'objets utilitaires et de lieux quotidiens, elles restent dans la négation de leur fonction, elles réifient l'espace en une masse » (Foster, 2019, p. 188) « For though her sculptures are based on utilitarian objects and everyday sites, they negate function and harden space into mass » (Foster, 2002, p. 135)

105. « they too possess the double reflexivity mentioned above: they recall both Minimalist object and Pop signs, but render both ghostly – spirits of the social past. » (Foster, 2002, p. 135)

106. « these litteral traces suggest symbolic traces, memories of childhood, family, and community: they conjure up "the cultural space of the home" as a place of beginnings overwhelmed by endings, as a place haunted by absence. » (Foster, 2002, p. 135)

Ces empreintes sont, chez Whiteread, les réceptacles de réminiscences plus symboliques. Ces réminiscences, celles de la famille et du foyer, dépeignent les moulages comme les instances où se joue « **la persistance de la perte**¹⁰⁷ » (Foster, 2019, p. 188). C'est cette persistance, cette presque-absence, qui caractérise le sujet des formes spectrales. Si ici il s'agit de la vie domestique, ce qui importe dans le thème que traitent les formes spectrales est qu'il se prête à être une persistance¹⁰⁸. Il doit pouvoir apparaître comme étrange¹⁰⁹, mais aussi reconnaissable, à la fois lointain et bien connu.

III.61 : WHITEREAD, R. (1998).
Sans titre (Nine Tables). Béton et
polystyrène, 68,1 x 375 x 519 cm.
Londres, Tate.



La Boule de pétanque

Le design ayant souvent la tâche de mettre en forme des informations, des données, il semble se prêter difficilement à la logique des formes spectrales. En effet, communiquer des informations implique, communément d'afficher une mise en forme claire (ce qui n'empêche pas le design d'être en réalité confus du point de vue discursif). Au demeurant, le design graphique ne se circonscrit pas à délivrer des informations. Il peut tout aussi bien communiquer des sentiments ou des sensations. Alors, la clarté ne semble plus un critère primordial, ce qui laisse une place pour la spectralité.

107. « the persistence of the lost »
(Foster, 2002, p. 135)

108. Un autre exemple que prend Hal Foster est le film *Dead Man* de Jim Jarmush. Dans ce film – qui rend « archaïques et exotiques » (Foster, 2019, p. 186) « archaic and exotic » (Foster, 2002, p. 134) le genre du Western auquel il se réfère – le sujet traité de façon spectral est le *Far West*.

109. Hal Foster insiste sur le fait que les formes spectrales ne relèvent cependant pas de l'inquiétante étrangeté, à la différence des œuvres surréalistes qui investissent pleinement et consciemment cette notion : « elles sont moins unheimlich, en effet, que sans demeure » (Foster, 2019, p. 188) « they are less unheimlich than homeless in effect » (Foster, 2002, p. 135) dit-il en parlant des moulages de Whiteread. S'ils peuvent s'y apparenter à première vue, ce n'est pour Hal Foster, qu'une première impression : ces productions sont moins le retour de choses enfouies que la persistance de ces fantômes.

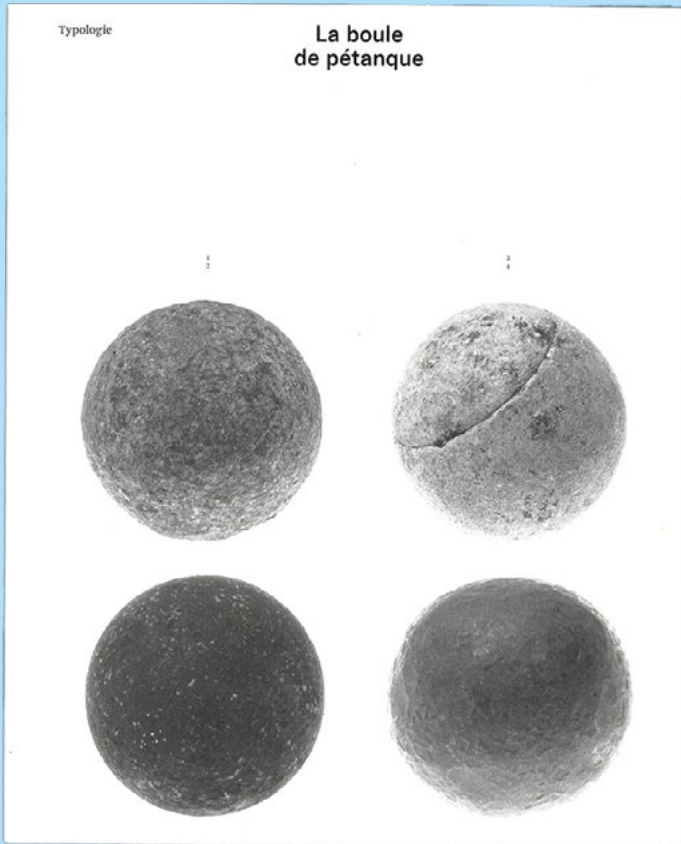
Certains objets graphiques se donnent la tâche de transmettre des informations ainsi que des émotions et des sensations. Les livres des collections Typologie en font partie. Édités par B42, ils s'attachent à faire l'inventaire formel d'un objet de tous les jours, complété d'entretiens, de reportages et d'images d'archives. Présentés comme une ode aux objets du quotidien, ces livres possèdent cependant quelque chose de sépulcral. Les objets sont inventoriés¹¹⁰, on écrit leur histoire comme s'ils étaient tombés en désuétude et qu'il fallait en garder la trace. Cette sensation est largement soutenue par le traitement graphique des publications, et ce plus nettement dans le premier numéro : *La Boule de pétanque* (ill. 62). C'est le seul numéro à avoir été désigné par le studio Teschner – Sturacci, en collaboration avec Anne-Lise Bachelier.

Ce livre est divisé en trois parties : un cahier blanc sur lequel sont imprimées les planches typologiques des boules de pétanque (ill. 63), un cahier de papier gris qui regroupe tous les textes ainsi que les images d'archives (ill. 64), et l'index des planches typologiques sur papier gris également (ill. 65). L'entièreté du numéro est imprimée en noir et blanc¹¹¹. Les livrets de pages grises évoquent le vieux papier. Cette couleur reproduit le contraste de luminosité qui existe entre le papier jaunît et l'encre noire. Mais en déplaçant ce contraste dans une gamme achromatique, l'idée d'ancienneté est ambivalente, car elle est signifiée par un papier déjà coloré et non par son usure. Ce procédé participe de la dimension spectrale du livre. Cette interprétation est corroborée par la façon dont les photographies typologiques, sur le livret blanc, ont été faites et intégrées au livre. Les boules de pétanque sont photographiées frontalement et nimbées de lumière : elles sont éclairées uniformément de tous les côtés, ce qui contrevient à la formation d'ombres portées. Les boules, dont les contours sont ainsi floutés par la lumière, semblent véritablement émerger du blanc de la page¹¹². Au regard des

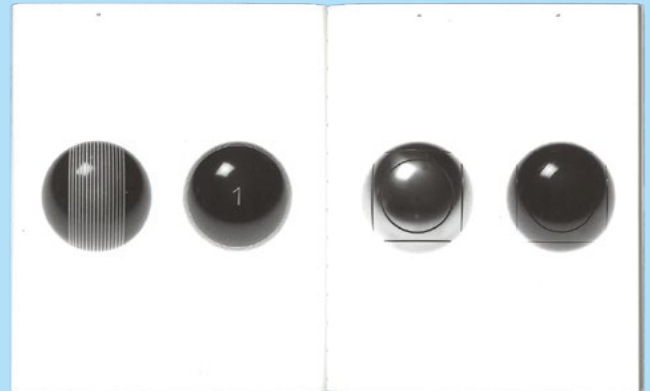
110. La liste exhaustive des publications est la suivante : la boule de pétanque, la caquette en peuplier, la bouteille de vin, le bouchon de liège.

111. Dans les autres numéros, seules les photographies des planches typologiques sont en noir et blanc ; les autres pages sont imprimées en couleur. En outre, le livret gris disparaît. À la place, les textes compilés sont imprimés sur du papier blanc.

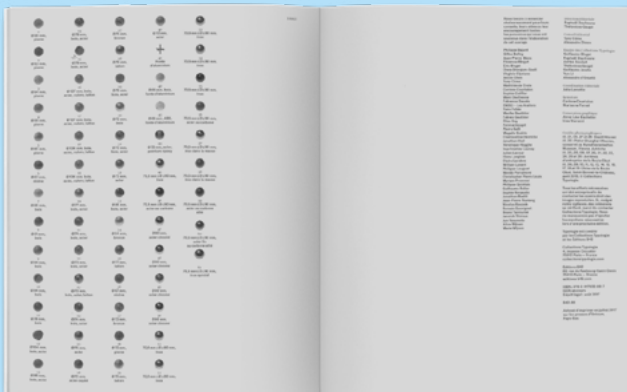
112. Si cet effet tient en partie de la forme sphérique de l'objet, il est remarquable que cette mise en lumière ne soit plus appliquée à partir du deuxième numéro. La frontalité est abandonnée pour visualiser la profondeur de l'objet, mais les caquettes sont également éclairées de façon à ce qu'elles projettent une légère ombre portée tout autour d'elles. Le troisième numéro revient à une prise photographique frontale, mais la lumière périphérique est bien moins intense. Le dernier numéro renverse ce parti pris en photographiant les bouchons de liège sur un fond noir, ce qui, par effet de contraste, dessine très nettement les contours des bouchons.



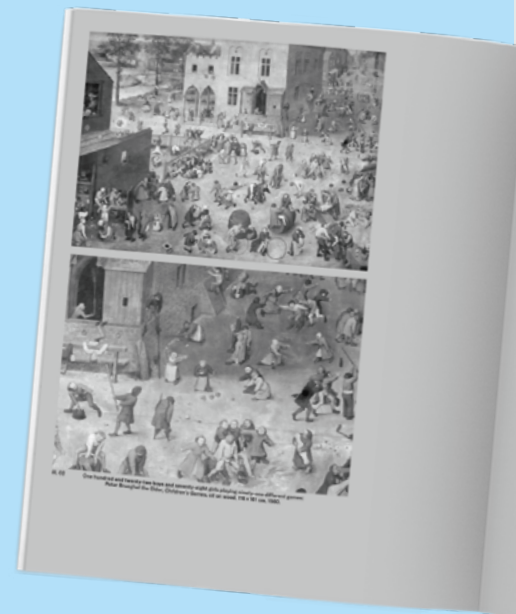
III.62 : BACHELIER, A-L., STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2017). *La Boule de pétanque*. Couverture.



III.63 : BACHELIER, A-L., STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2017). *La Boule de pétanque*. Double page du livre.



III.64 : BACHELIER, A-L., STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2017). *La Boule de pétanque*. Double page du livre.



III.65 : BACHELIER, A-L., STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2017). *La Boule de pétanque*. Double page du livre.

boules de pétanque qui constituent la typologie, ce choix est cohérent : elles sont éraflées, cabossées, déformées par une longue utilisation. Ces objets, maintenant sortis de l'usage, semblent des apparitions dans la publication.

Les planches typologiques se déploient aussi sur la première et la quatrième de couverture (ill. 62 et 66), brisant la hiérarchie traditionnelle du livre. En effet, toutes les boules de pétanque photographiées sont numérotées de façon continue et inventoriées dans l'index. Les photos qui sont sur la première et la quatrième de couverture sont donc également numérotées et incluses dans l'index. Ainsi, la couverture donne l'impression que le livre n'en a pas : on est immédiatement introduit à la typologie, comme un *in medias res* graphique privé de conclusion. Cela participe de l'aspect spectral du livre : il semble que son enveloppe traditionnelle lui a été arrachée. Sans même changer la forme de l'objet, celui-ci devient étranger.

En l'absence de couverture traditionnelle, le livre révèle dès la couverture la grille de composition qui ordonne l'ouvrage. Ce d'autant que, dans les planches typologiques, plus que suivre la grille, les éléments de composition en soulignent sa géométrie régulière. Dans la partie textuelle, la grille est utilisée de façon plus dynamique. Des décalages, des marges changeantes et des vides asymétriques caractérisent ce livret. Son asymétrie est d'autant plus ressentie qu'elle est précédée de plusieurs pages qui ne le sont pas¹¹³. Le livre met en jeu le principe de composition typographique prescrit par Tschichold dans *La Nouvelle Typographie* :

Le principe de l'asymétrie offre à la Nouvelle Typographie une variété infinie de solutions formelles. Il exprime ainsi la diversité de la vie moderne, à l'inverse de la typographie centrée qui, en dehors du changement de caractère (et c'est là la seule exception), n'autorise pas une telle variété.



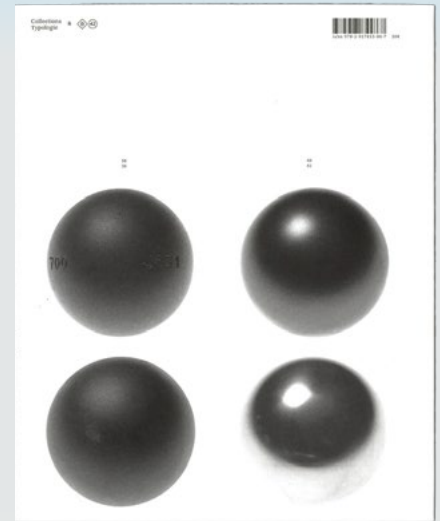
113. Certaines pages des planches typologiques suivent une composition asymétrique, mais elles ne sont pas majoritaires.

Tout en permettant une plus grande flexibilité, la Nouvelle Typographie favorise également la standardisation par l'emploi d'« unités constructives », comme en architecture. (Armstrong *et al.*, 2011, p. 37)

Le principe central d'asymétrie est au cœur de l'entreprise de mise en page de l'ouvrage. De ce principe découlent deux bénéfices : l'utilisation des modules de compositions et des grilles, la diversité de composition permise. Sur le principe, la composition de *La Boule de pétanque* reprend bien ces deux derniers aspects. Mais elle transgresse en plusieurs instances l'impératif d'asymétrie, et ce presque dès la couverture qui, sans le nom de la collection, inscrit en haut à gauche, serait complètement symétrique. L'utilisation répétée pour les titres de textes centrés s'oppose aussi aux principes promus par Tschichold. Ces défaillances rendent spectrale la référence à ce système.

Ainsi, parce qu'il est ici rempli d'« erreurs », parce qu'il est présent et absent, il apparaît comme une survivance. Ce système colore la composition, mais il passe pour vieilli.

Les retours à une organisation centrée, qui transforment formellement la référence, trouvent leur origine dans l'effort typologique du livre. Traditionnellement, les typologies photographiques tendent à être organisées selon une grille, en la remplissant de façon symétrique (un peu à la façon d'une planche entomologique). Si la référence historique oriente la forme du livre, l'objet de ce dernier participe au caractère spectral de cette référence. Précisément, parce que la boule de pétanque est traitée comme un souvenir, comme une présence fantomale, l'ambiance de la publication est éthérée. La référence aux principes de composition de la Nouvelle Typographie est prise dans cette ambiance. Ainsi, puisque cette référence est soumise au même traitement graphique que le thème de l'ouvrage, elle en vient alors à apparaître, elle aussi, comme un spectre.



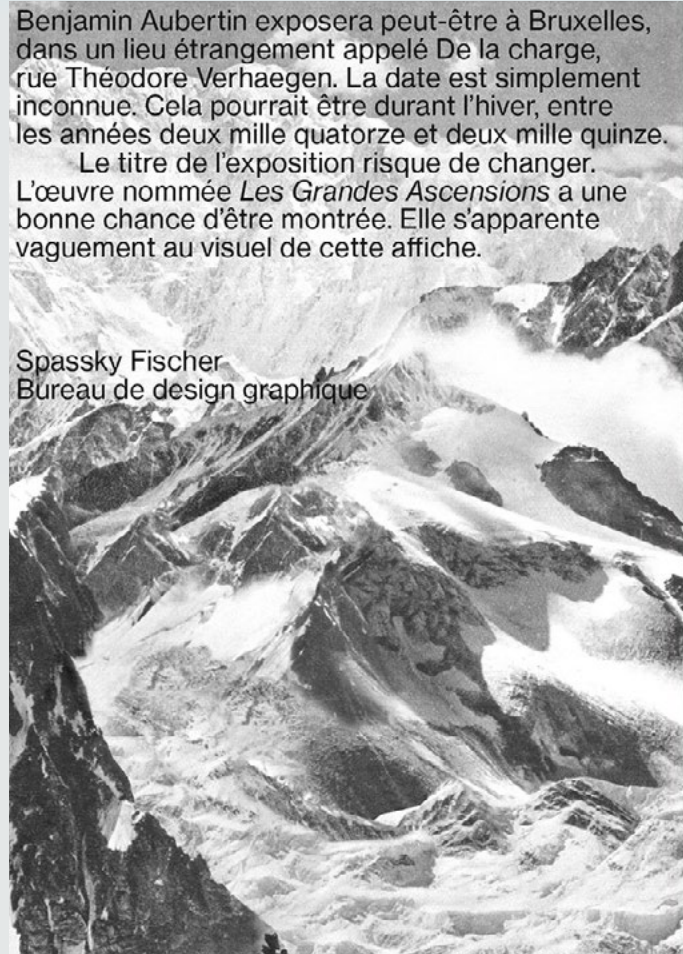
III.66 : BACHELIER, A-L., STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2017). *La Boule de pétanque*. Quatrième de couverture du livre.

De l'inconvénient d'être nez à nez

La *Boule de pétanque* est un objet spectral qui participe toujours de la transmission d'un message clair. Or, comme mentionné auparavant, le graphisme peut s'affranchir de ce rôle en entamant volontairement la limpidité du message. « De l'inconvénient d'être nez à nez » (ill. 67), conçues par le studio de graphisme Spassky Fischer, est un exemple d'affiche qui transgresse complètement l'idéal de clarté attaché au design graphique. Si elle promeut une exposition de l'artiste Benjamin Aubertin, toutes les informations usuellement présentes sur ce type d'affiche sont floues.

L'affiche est assez simple de constitution. Elle se compose de deux éléments : le texte et le fond photo-graphique. Texte et image ont été créés par le studio. Le fond est un photomontage, et le texte a été rédigé par l'un des designers du studio, Hugo Anglade. Il y a retranscrit un échange téléphonique qu'il a eu avec Benjamin Aubertin.

La particularité de cette affiche réside dans son ton allusif. Ce ton est à l'image des informations données par Benjamin Aubertin. Le texte, qui retranscrit ces informations, n'exprime pas grand-chose de plus que l'incertitude qui entoure l'exposition à venir : « Benjamin Aubertin exposera peut-être à Bruxelles », « Cela pourrait être durant l'hiver », « Le titre de l'exposition pourrait changer », etc. De même, le fond n'est pas une photographie d'une des œuvres de Benjamin Aubertin. Dans la conférence qu'il a donnée, avec Manon Bruet, à l'ELISABA (Barcelone), Thomas Petitjean précise :



Ill.67 : SPASSKY FISCHER. (2014). *De l'inconvénient d'être nez à nez*. Affiche pour une exposition de Benjamin Aubertin.

Comme nous n'avions pas de vraie photographie de l'œuvre d'art, nous avons décidé de faire un collage sur Photoshop. Et l'image est faite de quinze photos différentes de montagne.¹¹⁴

Le fond de l'affiche est donc un collage photo qui se contente de ressembler à l'une de ses œuvres. Rien de l'exposition à venir n'est concrètement montré, et même cette image est incertaine, puisque le doute demeure sur le fait que l'œuvre mentionnée sur l'affiche, *Les Grandes Ascensions*, soit effectivement exposée. L'affiche n'a cependant pas un caractère anticipatoire. En effet, cette exposition, dont les designers ne savaient rien d'exact au moment où ils ont fait l'affiche, ne devait regrouper aucune œuvre nouvelle. Elle est donc un objet où le doute conditionne la forme. En ceci, cette forme endosse un caractère spectral. Tout étant fonction de l'absence de sujet définit, le thème de l'affiche finit par être imprégné de doute, transformants en spectres tous les composants de l'affiche.

D'un point de vue typographique, cette affiche est particulièrement représentative de la démarche graphique du studio. Celle-ci, comme pratiquement toutes leurs productions, est faite avec la police de caractère Neue Haas Grotesk¹¹⁵. Cette dernière, connue pour être la police de caractère conventionnelle en design graphique, notamment car elle a été très utilisée dans le Style Internationale, représente, pour le studio Spassky Fischer, un « non-choix ». Hormis le fait qu'il s'agisse d'une typographie harmonieuse et polyvalente, ce qui intéresse le studio c'est que cette police ne dit presque plus rien aujourd'hui, tant elle a été utilisée et banalisée. Quand on la voit, on voit plus les mots et leur sens que le dessin des lettres. Elle a la qualité d'être transparente. Cette transparence est une qualité graphique mise en avant par Beatrice Warde dans sa conférence « Le Verre de cristal ou la typographie invisible » : « **Un caractère typographique, lorsqu'il est bien employé, est invisible en tant que caractère typographique** » (Armstrong *et al.*, 2011, p. 41). Ce principe permet de délivrer le message de l'objet graphique de la façon la plus limpide possible.

114. Nous traduisons : « As we didn't have a real picture of the art piece, we decided to make a Photoshop collage. And this picture is made out of fifteen different pictures of mountain. » (Bruet et Petitjean, 2017)

115. Le studio utilise une version de la Neue Haas Grotesk retravaillée en 2010 par Berton Hasebe et Christian Schwartz pour Linotype. En réalité, bien que les typographes aient repris le nom originel de la font, leur version se fonde sur la Helvetica, commercialisée par Linotype à partir des années 1950.

Or, comme souligné précédemment, dans cette affiche, rien n'est clairement défini. Le message a beau être écrit dans une police de caractère transparente, il n'est pourtant pas clair. Ceci est d'autant plus vrai que sa lisibilité est entamée par le photomontage et que sa forme ne s'apparente pas à ce qu'on a l'habitude de voir sur une affiche. Sa composition s'apparente à celle d'un texte, avec des alinéas et un fer à gauche, ce qui rend la composition beaucoup moins neutre. De plus, l'incertitude exprimée dans ce texte et la mention « Spassky Fischer/Bureau de design graphique » contrevient également à la logique du verre de cristal. Dans l'article « Systèmes d'énonciation » écrit pour le magazine Étapes, Caroline Bouige, à propos de cette affiche, souligne que :

... le studio corrompt l'illusoire neutralité du discours de l'affiche. Il introduit aussi la voix, l'humain et son incertitude dans l'objet (Bouige, 2022)

Au lieu d'effacer la présence d'un geste de création (graphique ou rédactionnel), le ton du texte et la signature appuient l'intentionnalité et l'autorat du studio. La notion de transparence n'est plus qu'une ombre qui plane sur l'affiche sans qu'il soit concrètement réalisé.

Le sujet littéralement fantomatique de cette affiche – la possible exposition – oriente la réception de la référence historique. Parce que le doute est constituant de l'affiche, les idéaux de transparence et de clarté mis en avant par Warde sont tordus, amoindris, comme des traces qui laissent leurs marques sur l'affiche.

2.4/ LES FORMES NON SYNCHRONES

Dans les premières catégories que dépeint Hal Foster, les notions de traumatisme et de spectralité se rapportent à la présence planante des références dans les œuvres. Ce lien entre œuvre et références, caractéristique des productions relevant de la survivance, est un peu plus direct s'agissant des formes non synchrones. Par non synchrone, Hal Foster entend qu'elles « **font usage de genres surannés**¹¹⁶ » (Foster, 2019, p. 189). Il précise :

Il s'agit d'inventer un nouveau médium à partir des restes de formes anciennes et de maintenir ensemble différents repères temporels au sein d'une même structure visuelle.¹¹⁷ (Foster, 2019, p. 189)

116. « feature outmoded genres » (Foster, 2002, p. 137)

117. « The strategy here is to make a new medium out of the remnants of old forms, and to hold together the different temporal markers in a single visual structure » (Foster, 2002, p. 137)

Dans les productions non synchrones, les vestiges de genres, de médiums, de procédés surannés sont directement réinvestis vers la création d'un nouveau médium. L'œuvre qui investit ce dernier prend en charge l'unité visuelle de ces vestiges. Ces différents marqueurs temporels sont réunis en une forme cohérente, et non pas fragmentaire. Ainsi les œuvres non synchrones ne se contentent pas de convoquer ces formes obsolètes¹¹⁸. Elles sont présentes dans l'œuvre, hybridées entre elles (parfois à des formes plus récentes) et à des problématiques contemporaines. Mais Hal Foster note une limite :

Il y a aussi cet autre dilemme qui veut que « le suranné » soit aujourd'hui suranné à son tour, récupéré en tant que dispositif dans le processus même qu'il cherchait à remettre en question – obsolescence aigüe de la mode comme d'autres gammes de marchandises.¹¹⁹ (Foster, 2019, p. 191)

Deviennent obsolètes en permanence de nouveaux médiums, de nouveaux procédés, etc., de par la progression technique et technologique. Toutefois, en mode, en décoration, en cuisine, etc., le renouvellement régulier de ce qui est « à la mode » participe d'un autre genre d'obsolescence. Dans ce cadre, les formes, les procédés, les types d'objets sont mis de côté parce qu'ils sont jugés démodés. C'est par exemple le cas des appliques murales, qui avaient disparu des intérieurs depuis les années 2000 et qui, depuis 2021, sont de plus en plus utilisées par les décorateurs et vendues par les magasins de décoration. Cette obsolescence est problématique en tant qu'elle procède à une récupération de la logique opérante dans les formes surannées. En effet, parce que le système consumériste repose sur une consommation accrue, la réutilisation de codes et de procédés démodés est devenue monnaie courante. Mais cette obsolescence n'est pas du même type que celle que mobilise le suranné. Ce qui est démodé ne l'est

118. Ce qui compte pour obsolète évolue avec le temps, Hal Foster donne cet exemple : « Il n'y a pas si longtemps, le cinéma était le médium du futur ; c'est aujourd'hui l'index privilégié d'un passé récent » (Foster, 2019, p. 192) « Not long ago film was the medium of the future; now it is a privileged index of the recent-past » (Foster, 2002, p. 139). Un médium, ou toute autre forme investie, sont surannés, quand ils l'ont été lors de la conception de l'œuvre. Pour reprendre l'exemple de la vidéo, lorsque Bill Viola crée *Reflecting Pool* dans les années 1970, la technique qu'il utilise n'est pas obsolète au moment où il s'en sert. Au contraire, c'est une innovation puisqu'il utilisait l'une des premières caméras domestiques. Cette technique n'est considérée comme archaïque qu'a posteriori. D'où cette œuvre ne relève pas du non synchrone.

119. « There is the further dilemma that "the outmoded" might now be out-moded too, recuperated as a device in the very process that it once seemed to question – the heightened obsolescence of fashion and other commodity lines » (Foster, 2002, p. 138)

pas longtemps avant d'être remis en avant par le marché. Particulièrement dans la mode, des tendances sont régulièrement mises de côté pour être représentées, quelques années plus tard, comme nouvelles. Chacun se voit ainsi tenté de racheter les mêmes types de produit que ceux dont il s'était débarrassé quelques années avant. A contrario, le suranné tire parti d'une temporalité plus longue. Il ne s'agit pas de reproduire le cycle des tendances dans les formes non synchrones, mais plutôt de proposer un regard différent et différé sur un médium, un objet, une technique devenue dépassée. C'est pourquoi ces formes s'attachent à des médiums ou des techniques anciennes plutôt qu'à des finitions, des ornements, des formes démodées. Prenons l'exemple du formica. Le cycle des tendances remettrait au goût du jour les revêtements effet bois, alors qu'une œuvre surannée tirerait plutôt parti de la résine mélamine qui était utilisée pour faire ces revêtements en Formica, une technique qui a été remplacée par de nouveaux matériaux.

Dans les formes non synchrones, comme dans toutes les formes relevant de la survivance, le principe qui caractérise le lien entre l'œuvre et ses références demeure perméable à des éléments extrinsèques. À ce propos, Hal Foster indique :

... un médium se voit (re)constitué de façon récursive, une récursivité qui reste néanmoins ouverte à un contenu social – d'une certaine manière, et de surcroît, ceci nous rappelle que la « forme » n'est souvent rien d'autre que du « contenu » sédimenté en histoire.¹²⁰ (Foster, 2019, p. 190)

L'œuvre convoque une référence par ritournelle, de sorte à la recomposer, à la réassembler. Malgré cette logique de répétition interne, l'œuvre n'est pas refermée sur elle-même. Plus particulièrement, la façon dont la référence artistique et les sujets extérieurs à cette référence sont réunis met en avant la qualité dialectique des œuvres relevant de la survivance. L'interaction entre la référence et le sujet souligne le fait que les formes sont issues de la solidification des idées dans des pratiques concrètes. En effet, une œuvre contemporaine qui

120. « a medium is (re)constituted in a recursive way that is nonetheless open to social content – in a way, moreover, that reminds us that "form" is often nothing but "content" that has become historically sedimented » (Foster, 2002, p. 137)

réinvestit un médium ancien lui donne corps et en matérialise par la même son histoire et son obsolescence. D'autre part, dans les formes non synchrones, Hal Foster explique que cet élément archaïque :

... montre ainsi les moments oubliés de l'histoire de l'art [...] qui servent d'analogies formelles avec les moments oubliés de l'histoire sociale – oubliés ici au sens de supprimés, d'occultés ou de déplacés.¹²¹ (Foster, 2019, p. 190)

Cette citation se rapporte aux dessins pour projection de William Kentridge, qui prennent pour sujet l'apartheid et ses conséquences. *History of the Main Complaints*, l'un de ces travaux, se concentre sur un homme d'affaires blanc en convalescence dans un hôpital (ill. 68). La projection montre des scans et des IRM de ses affections (ill. 69). Ces images sont entrecoupées de souvenir de violences que l'homme a infligé à des noirs pendant l'apartheid (ill. 70). Les affections de l'homme correspondent aux coups qu'il se souvient avoir donnés. Or, dans le but de faciliter la réconciliation entre les Afrikaners et les noirs, les violences raciales n'ont pas été punies à la fin de l'apartheid. Elles sont un moment de l'histoire sociale qui a été réprimé et finalement ignoré. D'un point de vue formel, les projections intègrent des techniques de film archaïques, notamment les intertitres et l'accompagnement musical des



Ill.68 : KENTRIDGE, W. (1996). *History of the Main Complaint*. Photogramme.

121. « points to lost moments in art history [...] that serve as formal analogues to lost moments in social history – lost in the sense of suppressed, skipped over, or displaces. » (Foster, 2002, p. 138)

films muets (ill. 71), et elles héritent des dessins satiriques, tels que ceux de Georg Grosz (ill. 72). L'œuvre approfondit les procédés cinématographiques obsolètes en les utilisant dans une animation artisanale qui traite d'un sujet grave, et elle réinvente le genre de l'art satirique en lui donnant corps dans un nouveau médium. Ainsi *History of the Main Complaints* participe de l'exploration d'un moment de l'histoire de l'art dont le développement a finalement été abandonné, ainsi que de l'interrogation d'un moment oublié de l'histoire sociale. Cet exemple est marqué par une réciprocité entre les références convoquées par l'œuvre et les sujets qu'elle aborde. Cette réciprocité, pour Foster, est caractéristique de toutes les productions relevant de la forme non synchrone. Elles lient un moment de l'histoire de l'art abandonné à un moment de l'histoire (cette fois-ci sociale) qui a été réprimé. C'est pourquoi les formes non synchrones peuvent parfois tenir de la forme traumatique, comme c'est le cas du travail de Kentridge. Néanmoins, bien d'autres sujets peuvent être concernés par un tel regard rétrospectif. Pour les surréalistes,

qui réinvestissaient déjà des éléments devenus désuets, il s'agissait par exemple des passages couverts. Max Ernst



III.69 : KENTRIDGE, W. (1996). *History of the Main Complaint*. Photogramme.



III.70 : KENTRIDGE, W. (1996). *History of the Main Complaint*. Photogramme.



III.72 : GROZS, G. (c. 1923). *Le premier président allemand Ebert*. Encre de Chine sur papier, 65,2 x 52,2 cm. Paris, Centre Pompidou.

fait par exemple référence à ce type d'architecture dans sa toile *Paris-Rêve* (ill. 73). Loin d'être des traumatismes, les passages couverts sont néanmoins bien des sujets que l'on peut comprendre comme abandonnés par le collectif et exilés dans les recoins de l'histoire.

Toutefois, Hal Foster indique que le projet surréaliste, s'il investit bien des structures, des médiums, des techniques obsolètes à son époque, ne relève pas de la même logique que les formes non synchrones. Se référant au texte de Walter Benjamin *Le Surréalisme*, Foster explique : « l'«**explosion**» des catégories conventionnelles des objets culturels fait [...] partie intégrante du projet surréaliste.¹²² » (Foster, 2019, p.191).

Cela implique que le réinvestissement de références n'avait pas pour but de les renouveler ou de créer de nouveaux médiums, mais plutôt de détruire les frontières qui séparaient les différentes catégories d'artefacts. Par exemple, la place des objets trouvés dans le surréalisme souligne la volonté de problématiser la séparation entre objets d'art et objets pauvres. Dans ce contexte, Hal Foster indique que le projet surréaliste « suppose ainsi un ensemble réifié de médiums artistiques à faire voler en éclats¹²³ » (Foster, 2019, p. 191). Le présupposé de cette démarche est qu'il existe une liste figée de médiums artistiques qu'il s'agit d'ébranler. Cela s'inscrit dans le contexte de l'art moderne du début de siècle. À ce moment, l'art est encore codifié : une peinture se différencie aisément d'une sculpture et les formes hybrides ou indéfinissables ne sont pas admises. Cette codification bourgeoise a éclaté avec les avant-gardes et n'est donc plus pertinente. Ce n'est pas l'objet de la démarche de Foster. En effet, les œuvres non synchrones travaillent non pas à rompre les catégories ou les médiums passés, mais à en élaborer de nouveau à partir d'eux. Néanmoins, Hal Foster reconnaît un lien entre ces deux orientations artistiques :



III.71 : KENTRIDGE, W. (1996). *History of the Main Complaint*. Photogramme.

122. « the Surrealist project [was] to "explode" conventional categories of cultural objects » (Foster, 2002, p. 138)

123. « presumes a reified tabulation of artistic mediums to disrupt » (Foster, 2002, p. 138)

Les surréalistes répertoriaient les signaux mnémoniques cryptés à l'intérieur de ces structures [...]. Ce déploiement de l'asynchrone bouscule les appropriations totalisantes de la culture capitaliste et remet en question sa prétention à l'atemporalité; elle la défie également en se servant de ses propres symboles d'espé-



III.73 : ERNST, M. (1924–25). *Paris-Rêve*. Huile sur toile, 64,8 x 54 cm. New Haven, Yale University Art Gallery.

rance et lui suggère de se rappeler les rêves abandonnés de liberté, d'égalité et de fraternité. C'est cette dimension mnémonique du suranné qui doit continuer d'être déjouée aujourd'hui.¹²⁴ (Foster, 2019, p. 192)

Se référant à l'œuvre théorique de Benjamin, Foster explique que le Surréalisme a permis d'enregistrer les signaux mémoriels contenus dans certains édifices – littéraires et symboliques – industriels (les passages, les salons mondains, etc.). Ces enregistrements, qui ont constitué une première mise en avant du caractère non synchrone de ces édifices, ont permis de mettre en doute l'ubiquité et l'atemporalité présumées du système capitaliste. En invoquant ces signaux mémoriels, les surréalistes ont, selon Benjamin, sur lequel

Hal Foster appuie son analyse, mis à vue les « symboles d'espérance » portés par la bourgeoisie du XIX^e siècle. Dans *Le Surréalisme*, Benjamin, cité par Foster, explique à propos de ces symboles : « **Le développement des forces productives avait ruiné les idéaux du siècle précédent, bien avant que ne s'écroulent les monuments qui les représentaient.**¹²⁵ » (Foster, 2019, p. 191). Dans cette citation, les monuments constituent les « symboles d'espérance ». Ils sont l'incarnation des idéaux portés par la société qui les a érigés, dans le cas qui nous concerne, la société capitaliste du XIX^e siècle. Les idéaux en question sont, entre autres, les valeurs d'égalité,

124. « the Surrealists registered the mnemonic signals encrypted in these structures [...]. This deployment of the nonsynchronous pressures the totalist assumption of capitalism culture, and question its claim to be timeless; it also challenges this culture with wish symbols, and asks it to recall its own forfeited dreams of liberty, equality, and fraternity. It is this mnemonic dimension of the outmoded that might still be mined today. » (Foster, 2002, p. 139)

de liberté et de fraternité citées par Foster. En tant que ruinés, ces idéaux rendent leurs incarnations elles-mêmes surannées. Ce sont ces incarnations que les surréalistes convoquaient dans leurs productions. Ce faisant, les œuvres surréalistes, parce qu'empreintes du souvenir de ces idéaux laissés à l'abandon, invitent leurs contemporains à se remémorer ces espérances dont le souvenir est toujours présent dans leurs sociétés. Cette spécificité du suranné – être un symbole évocateur d'idéaux qui ont été abandonnés – est encore de mise aujourd'hui. C'est cette spécificité, dont les formes non synchrones tirent également parti, qui les différencie de ce qui est « remis au goût du jour » par le cycle des tendances : le suranné s'attache à un idéal alors que les tendances s'intéressent au potentiel de nouveauté qu'une forme obsolète pourrait revêtir.

Pour saisir la façon dont cette catégorie s'exprime concrètement, prenons l'exemple principal auquel Hal Foster fait appel : *Ouverture*, une installation filmique de Stan Douglas (ill. 74). Hal Foster la décrit ainsi :

Ouverture (1989) est une installation qui combine les archives de la Edison Company entre 1899 et 1901 et une bande sonore de *À la recherche du temps perdu* (1913–1922). Les films anciens ont été tournés au moyen d'une caméra montée sur une locomotive alors qu'elle passait le long des falaises et à travers des tunnels en Colombie-Britannique; le livre de Proust est une méditation sur l'état de semi-conscience que l'on connaît entre le sommeil et l'éveil.¹²⁶ (Foster, 2019, p. 193)

L'installation combine des vidéos d'archive, qui montre des falaises et des tunnels, à des extraits audios de l'heptalogie de Marcel Proust. D'un point de vue chronologique, les vidéos faites au tournant du siècle précédent d'une décennie la publication d'*À la recherche du temps perdu*, mais cet ouvrage regroupe une collection de souvenirs à la fois plus anciens et contemporains aux vidéos. Il y a donc déjà des couches de temps entremêlés dans les éléments qui constituent l'installation. Par ailleurs,

125. « The development of the forces of production reduced the wish symbols of the previous century to rubble even before the monuments representing them had crumbled » (Foster, 2002, p. 138–139)

126. « *Ouverture* (1986) is a film installation that combines archival footage from Edison Company from 1899 and 1901 with audio text from *Remembrance of Things Past* (1913–22). The old film was shot from a camera mounted on a train engine as it passed along cliffs and through tunnels in British Columbia; the Proust is a meditation on the state of semi-consciousness that exists between sleeping and waking. » (Foster, 2002, p. 140)

celle-ci reprend le fonctionnement des premiers films sonores, où la musique et le film n'étaient pas produits simultanément ni enregistrés sur le même support. Stan Douglas, cité par Hal Foster, revendique qu'il réinvestit dans son installation cette ancienne modalité cinématographique : « **je me suis toujours intéressé aux utopies manquées et aux technologies obsolètes**¹²⁷ » (Foster, 2019, p. 192). L'artiste ne se contente pas d'utiliser un dispositif désuet, il opère sur lui une transformation formelle par un système de répétition :

Il y a six extraits de Proust et trois morceaux de films (les passages dans les tunnels ayant été rallongés avec de la pellicule noire), de sorte que lorsque le film se répète, il accompagne un texte différent, d'une manière qui fait appel à notre sens de la répétition et de la différence, de la mémoire et du déplacement¹²⁸ (Foster, 2019, p. 193)

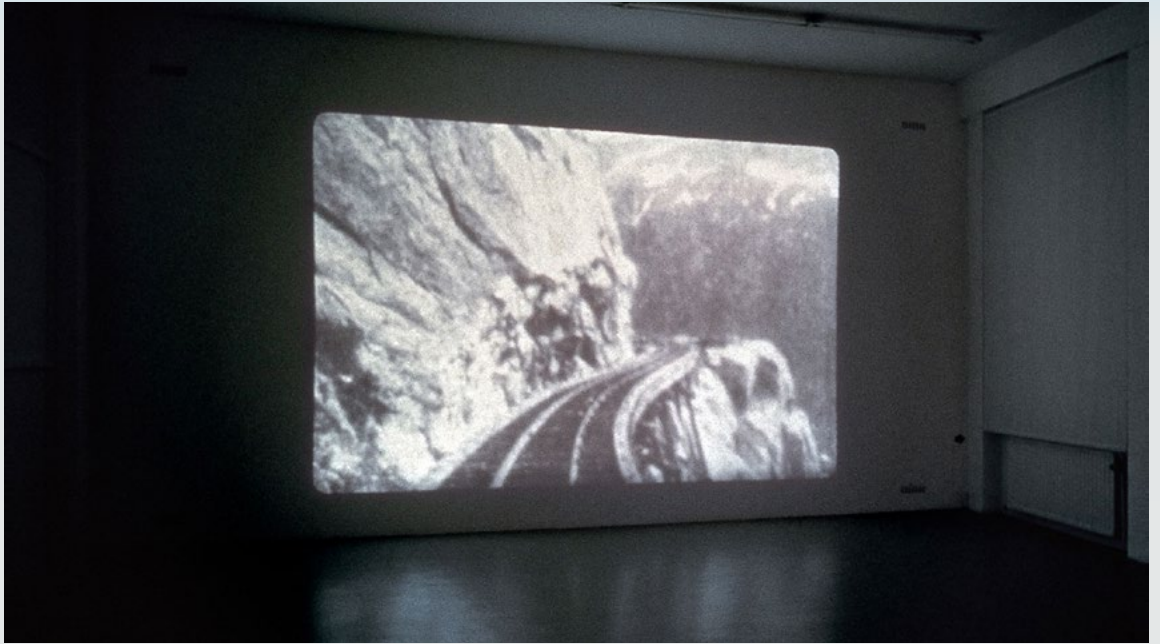
Par la répétition en boucle de son dispositif, des vidéos et des enregistrements sonores qui ne sont pas égaux en nombre, l'artiste synchronise littéralement les vidéos et les enregistrements sonores, mais il dédouble cette synchronisation, créant de la sorte un effet de déplacement. Puisqu'il y a moins de vidéos que d'enregistrements vocaux, ces derniers prennent plus de temps à se répéter que les vidéos. Face à l'installation, notre mémoire immédiate est remise en doute. Le fait d'associer une vidéo à deux bandes sonores distinctes participe de la mise au point d'un médium nouveau, fonctionnant non pas sur le principe de linéarité comme beaucoup d'œuvres cinématographiques, mais sur ceux du retour et de la discordance. L'œuvre propose de faire l'expérience de mêmes souvenirs, pourtant dissemblants.

S'agissant de la thématique de l'installation, Hal Foster commente, à partir d'une citation de Stan Douglas :

Ouverture ne parle pas seulement de la transition entre le sommeil et l'éveil, de la renaissance de la conscience qui est aussi un retour à la mortalité,

127. « I have been preoccupied with failed utopias and obsolete technologies » (Foster, 2002, p. 139)

128. « There are six extracts from Proust and three sections of film (with tunnel passages extended by black leader), so that when the footage recurs it is matched with a different text, in a way that tests our sense of repetition and difference, memory and displacement » (Foster, 2002, p. 140-141)



III.74 : DOUGLAS, S. (1986). *Ouverture*. Projection de film 16 mm en noir et blanc (boucle de 6 minutes) et son, dimensions variables. Galerie David Zwirner.

elle parle du « passage d'une forme narrative d'un médium, le roman, à une autre, le cinéma.¹²⁹(Foster, 2019, p. 193)

L'installation propose certes une réflexion sur l'état qui existe entre sommeil et éveil, passage entre inconscience et conscience éveillée, mais elle s'attarde aussi sur la question de la narration. Plus exactement, par la synchronisation des deux médias et leur actualisation dans une œuvre contemporaine, l'œuvre problématise la narration. L'installation crée un point de rencontre, qui interroge le changement de médium de narration, du roman au film. Ainsi, autant s'agissant du point de jonction entre sommeil et éveil, que de celui entre cinéma et roman, Hal Foster explique que l'installation :

129. « *Ouverture* is concerned not only with the transition from sleeping to waking, with the rebirth of consciousness that is also a return to mortality, but also with "the passing of narrative form from one medium, the novel, to another, the film.» (Foster, 2002, p. 141)

... juxtapose des trouées – dans l'expérience subjective comme dans l'histoire culturelle – à travers lesquelles on entraperçoit, on perd de vue puis on entraperçoit de nouveau des alternatives inédites pour le moi et pour l'expression.¹³⁰ (Foster, 2019, p. 193)

Ouverture constitue un instant de synchronicité entre plusieurs points de rupture – la limite entre sommeil et éveil et la limite entre vidéo et roman – du sujet et des références qu'elle investit. De cette manière, elle dessine des alternatives, des déviations à l'histoire et à l'expérience consciente, où les deux polarités susmentionnées coexistent.

I Write Artist Statements

Les techniques du design graphique sont particulièrement touchées par l'obsolescence. En effet, en tant que champ du design, le graphisme opère avec des outils produits par l'industrie et compatibles avec elle. Cela permet en général au designer de rester compétitif et efficace. Néanmoins, utiliser ces outils industriels régulièrement mis à jour n'empêche pas d'introduire des procédés obsolètes dans les projets. C'est ce qu'Elana Schlenker s'est proposé de faire pour l'identité développée pour I Write Artist Statement. Comme son nom l'indique, cette entreprise se spécialise dans l'écriture des textes dont ont besoin les artistes pour communiquer sur leur travail (CV, déclaration sur une œuvre, communiqués de presse, etc.). L'identité a donné lieu à des cartes de visite (ill. 75), une publication (ill. 76), mais aussi des infolettres (ill. 77) et un site web¹³¹ (ill. 78) développé par Henry Van Dussen.

Le travail de I Write Artist Statement repose sur un processus de passage : les services qu'ils proposent ont pour but « **d'aider les artistes à traduire en mots leur travail visuel**¹³² ». I Write Artist Statement se veut une sorte d'interface entre la forme visuelle d'un travail artistique et la forme textuelle de ce travail. De ce point de vue, le projet I Write Artist Statement contient en lui une part de non-synchronicité. Bien qu'il s'inscrive dans une logique de

130. «juxtaposes moments of rift-in subjective experience as well as in cultural history – when other possibilities of self and expression are glimpsed, lost, and glimpsed again.» (Foster, 2002, p. 141)

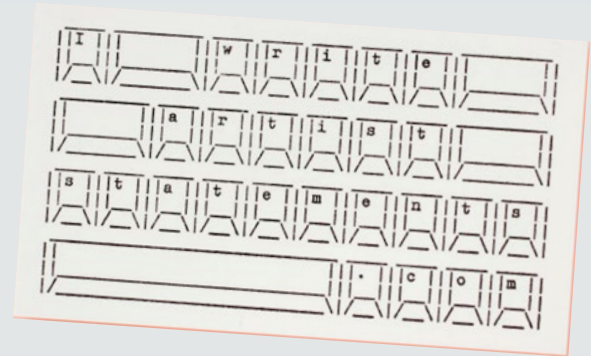
131. Aujourd'hui, le site web de I Write Artist Statement n'a conservé de sa forme originale que les illustrations qui avaient été commandées à Elana Schlenker.

132. Nous traduisons : « **of helping artists translate their visual work into words** » (WA, 2020)

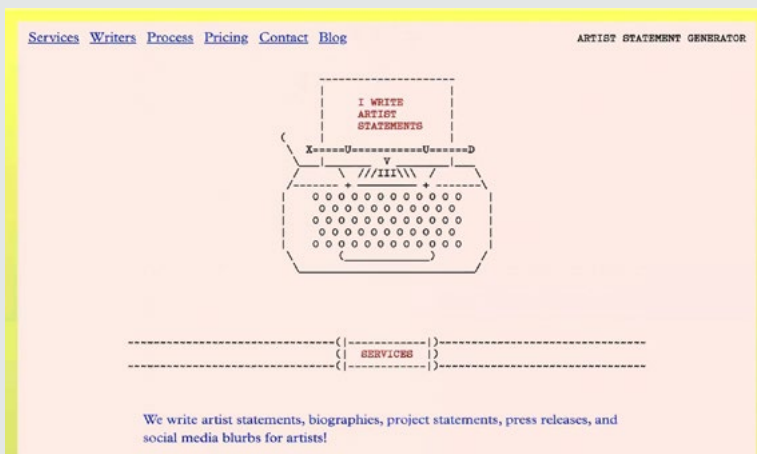
communication, il propose de faire la jonction entre deux modes de discours, à la différence que la place pour cet entre-deux n'existe que lors des rendez-vous entre rédactrices et artistes et ne se consolide pas dans une forme tangible. C'est là qu'intervient le travail d'Elana Schlenker. Inspirée par cette idée de passage, inhérente aux services vendus par I Write Artist Statement, et par ce « **nom terre à terre**¹³³ », elle a donné corps à ce point de jonction.

Le site web est l'élément central de cette identité puisque c'est la principale plateforme qui met en contact les rédactrices et les artistes. Sur celui-ci, on peut voir les différents éléments au cœur de cette identité (ill. 78 et 79). Des codes vieillis d'Internet y sont repris. Déjà en 2016, la plupart des sites web utilisaient préférentiellement des polices de caractères linéales. Or I Write Artist Statement est exclusivement conçu avec des polices à empâtements, dont des mécanes. Les hyperliens soulignés, jusque dans le menu, le bleu sur tous les textes, ainsi que les séparateurs décoratifs entre les différentes sections contribuent à l'aspect désuet site.

Les séparateurs sont des « **dessins ASCII, qui utilisent des lettres et d'autres glyphes pour créer des images.**¹³⁴ » Toutes les illustrations sont également des dessins ASCII. Ces dessins, construits à partir de la norme d'encodage



Ill.75 : SCHLENKER, E. (2016). Carte de visite de I Write Artist Statements. .



Ill.78 : SCHLENKER, E. (2016). Site internet de I Write Artist Statements. Page d'accueil, détail.

133. Nous traduisons : « **no-nonsense moniker** » (ibid.). « monicker » est un mot beaucoup plus familier que « nom », mais il n'y a pas de dimension moqueuse dans « monicker », c'est pourquoi nous avons choisi de ne pas le traduire par « sobriquet ».

I _____
 (name)

My name is _____ and I am
 (name)

and I am a _____ from _____.
 (noun) (place)

I am writing to tell you what a big fan I am of
 your _____.
 (music/acting/writing/miming/whatever)

I first came across your work _____ years ago, when
 (number)

I was _____ years old. It made me feel _____,
 (age) (adjective)

_____ and _____. For me, you
 (adjective) (adjective)

are not just a _____, you represent
 (occupation)

_____, _____ and the idea that
 (noun) (noun)

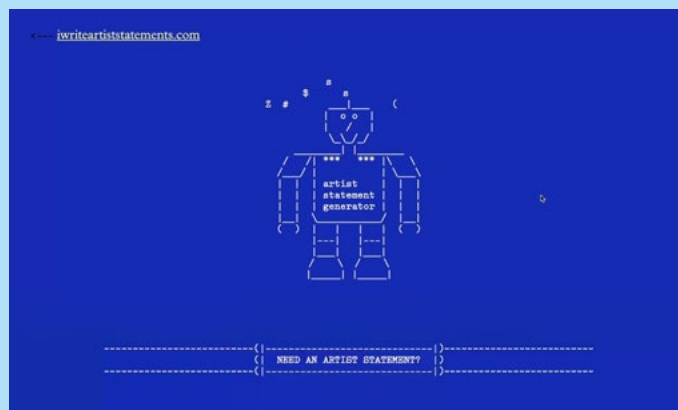
some one can _____,
 (verb) (noun)

regardless of how _____ they may be. Please find
 (adjective)

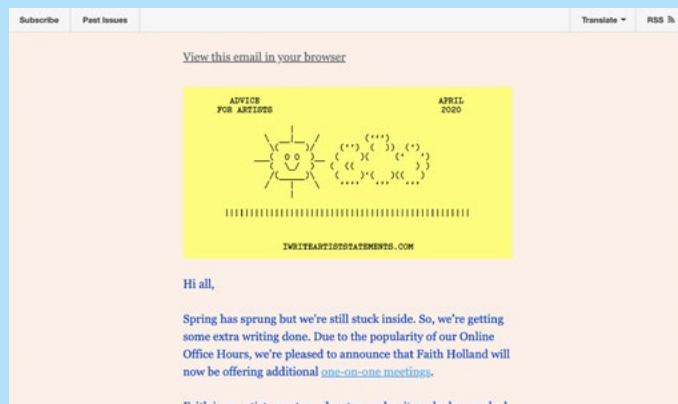
a _____ enclosed
 (color) (object)

with this letter as a token of my appreciation.

_____, _____
 (complimentary close) (name)



III.80 : SCHLENKER, E. (2016). Site internet de I Write Artist Statements. Page de génération de texte, détail.



III.77 : SCHLENKER, E. (2016). Infolettre pour I Write Artist Statements.

ASCII. Héritiers des dessins faits à la machine à écrire par les dactylographes, les dessins ASCII ont commencé à se répandre avec les premiers ordinateurs (avant que n'existent les ordinateurs domestiques). Aujourd'hui, si certains usagers créent et transmettent encore ce type de dessin, ils semblent avoir disparu de l'habillage des sites web. Avant 2010, on en trouvait encore dans un certain nombre de blogs, mais la pratique a perdu sa prévalence au profit d'images photographiques et haute résolution. Ce site Internet réinvestit cette forme d'art populaire éculée, en mélangeant dessins originaux et archives. « **L'esthétique [du site web] est lo-fi**¹³⁵ », elle repose sur peu d'éléments qui sont par ailleurs volontairement archaïques, ce qui rend l'expérience de navigation étrange : le site récupère des vestiges d'Internet pour les faire exister dans une interface pourtant contemporaine¹³⁶.

Toutefois, c'est lorsque ces principes d'identité sont appliqués à des documents imprimés que la non-synchronicité est la plus saisissante. En effet, il y a une vraie dissonance à imprimer un fanzine entièrement écrit et illustré à partir de la norme ASCII (ill. 76). Ces dessins n'ont initialement d'existence que sur les moniteurs des ordinateurs ; les déplacer sur des formats imprimés crée vraiment l'idée d'une histoire alternative pour le design graphique, où les ordinateurs sont bien devenus prévalents dans la conception, mais sans le recours aux logiciels de PAO. De plus, ces illustrations faites à partir de lettres rejouent pleinement le renversement que propose I Write Artist Statement. Dans ces dessins, les lettres et les symboles typographiques composent une image en perdant leur qualité de texte, alors qu'en parallèle, I Write Artist Statement transpose en texte le travail visuel des artistes qui font appel à ses services. Ces deux formes d'entre-deux sont réunies par une technique obsolète qui souligne leur caractère non synchrone en tant qu'elle aussi, plus spécifiquement sur les supports imprimés, endosse cette qualité.

H A V R E

Production de commande, l'identité de I Write Artist Statement propose une interprétation des thématiques de travail d'un

134. Nous traduisons : « **built from ASCII drawings, which use letters and other glyphs to create pictures.** » (Ibid.)

135. Nous traduisons : « **the aesthetic [of the website] is lo-fi** » (Ibid.)

136. Le site livré par Elana Schlenker et Henry Van Dussen incluait un générateur de texte permettant de visualiser en temps réel les modifications apportées par le visiteur au texte, ainsi qu'une plateforme de vente.

client, pour les orienter vers des enjeux non synchrones d'entre-deux et de réinvestissement de l'obsolète. Si leur présence est certes contingente, ces enjeux demeurent une réponse au brief. Or dans certains projets, la non-synchronicité de l'objet graphique n'est pas liée aussi explicitement à la commande. C'est par exemple le cas des productions destinées à l'exposition, faites sans cahier des charges. En 2011, à l'occasion de l'événement « Une saison graphique », Frédéric Teschner a bénéficié d'une carte blanche pour créer des objets graphiques. Il a ainsi créé le polyptyque H A V R E, produit en collaboration avec l'imprimeur sérigraphie Jean-Yves Grandidier.

Le polyptyque se compose de cinq affiches. Sur chacune d'entre elles est imprimée une photographie d'un panneau de béton où figure une lettre du mot « Havre » (ill. 81). Ces panneaux constituent un ensemble trouvé dans un terrain vague de la ville, ancien insigne du Havre tombé dans l'oubli. Les photos sont cadrées de telle façon que la partie inférieure de l'affiche est dévolue à l'environnement végétal du terrain vague dans lequel les panneaux ont été abandonnés, au milieu des détritiques. Aux photos sont surimprimés d'autres éléments trouvés dans la ville au cours de déambulations (noms de bateaux, structures architecturales, photographie d'ensemble des panneaux, etc.). En outre des trames bitmap et des trames sérigraphiques en noir et blanc altèrent certaines zones, géométriques, des affiches.

Les photos de ces cinq panneaux de béton sont des objets proprement non synchrones. Probablement issus de la reconstruction du Havre d'après-guerre, ces panneaux de bétons sont abandonnés depuis plusieurs années, détériorés. Le polyptyque les remet en avant, les faisant à nouveau porter l'image de la ville. En effet, ils supportent littéralement des signes glanés dans la ville : les éléments d'architecture, les bribes typographiques et les noms de bateaux amarrés au port. L'environnement du Havre se réaffirme sur les affiches, disant ainsi une histoire alternative.

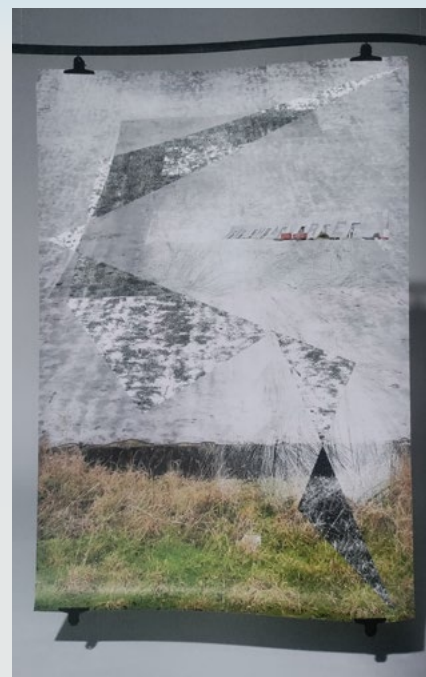
Du point de vue formel, les techniques au cœur de ces affiches, bien que leur utilisation perdure, sont déjà obsolètes. Dans la monographie dédiée à Frédéric Teschner, Jean-Yves Grandidier indique à propos de la sérigraphie :

Sachant que [l'offset] se vend bien, l'entreprise Agfa a, par exemple, travaillé avec l'université de Francfort à concevoir des logiciels pour l'offset. En revanche, ni Agfa, ni personne n'a intérêt à investir dans la recherche et le développement de logiciels spécifiques à la sérigraphie, cette technique devenant rare sur le marché graphique mondial (BERNARD *et al.*, 2019, pp. 125-126)

Actuellement, l'innovation industrielle pour la sérigraphie a cessé. Les développements que la technique connaît sont donc des procédés créés, voire bricolés, à la marge. Alors qu'elle vient de l'industrie, la sérigraphie est devenue une pratique artisanale. En tant que technique de production, la sérigraphie ne peut donc être considérée comme pleinement actuelle. La technologie du bitmap, centrale dans le travail de Teschner, est à comprendre de la même façon. En effet, les formats .png et surtout .tiff ont depuis longtemps remplacé le format .bmp. De plus grande résolution, ils ne souffrent pas de perte de qualité à l'export. Mettre en place des trames bitmap dans un projet datant de 2011 est de ce fait anachronique. Mais, en s'hybridant, le bitmap et la sérigraphie répètent et intensifient leur logique de trame. Ainsi, Jean-Yves Grandidier indique que la sérigraphie s'en voit transformée :

... il y a à la fois une trame ronde classique, un bitmap qu'il a généré, et une trame à nous, adaptée à nos outils, et le tout dans la même couche d'impression (Ibid., p. 127)





III.81 : TESCHNER, F. (2011).
H A V R E. Polyptyque de cinq
 affiches en 120 x 176 cm.

Grâce à leurs expérimentations avec le bitmap, le sérigraphie et Teschner ont pu produire des typons incluant plusieurs types de trames, une technique qu'ils ont inventée pendant la création des affiches. Les techniques surannées sont donc bien combinées de sorte à dessiner un nouveau médium, une alternative technique à ce que l'histoire du graphisme a façonné.

Les turbulences visuelles créées par les trames posent un regard nouveau sur les panneaux de béton et pénètrent indifféremment toutes les images. *H A V R E* recoupe ainsi des marqueurs temporels, de l'histoire du Havre et de la création graphique, dans un polyptyque qui les imbrique formellement les uns dans les autres.

2.5/ LES FORMES NON CONGRUENTES

Comme les formes non synchrones, la dernière catégorie de la taxonomie de Hal Foster procède de la négation d'un autre concept. En l'occurrence, les formes non congruentes se caractérisent par opposition à la notion de congruence. Cependant, le mot « congruent » n'a pas exactement les mêmes sens en français et en anglais¹³⁷. Il est donc pertinent de revenir sur sa définition dans les deux langues. En français, selon le portail lexical du CNRTL, dire de quelque chose qu'il est congruent signifie qu'il convient, qu'il s'ajuste bien. En anglais américain, « *congruent* » recouvre plus de sens. Selon le *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary*, « *congruent* » peut certes se rapporter au fait d'être en accord, de correspondre, mais ce mot a deux autres significations. Un objet est *congruent* lorsque, plus précisément, ses constituants sont en harmonie ; on dit aussi de deux formes géométriques parfaitement superposables qu'elles sont *congruent*. Ces deux autres définitions de *congruent* permettent de mieux cerner le sens que Hal Foster donne à ce mot dans le chapitre « The Funeral is for the Wrong Corpse ». S'agissant des œuvres non congruentes, ce n'est pas qu'elles ne s'ajustent pas, c'est plutôt que les différents éléments qu'elles engagent ne sont pas en harmonie. Les formes non congruentes mettent en jeu une dissonance.

L'objet de cette dissonance, ce sont des traces. Hal Foster indique : « la stratégie [...] de l'*incongru* [...] consiste à juxtaposer les marques d'espaces différents.¹³⁸ » (Foster, 2019, 194). Les formes non congruentes, comme les formes non synchrones, s'intéressent aux traces. Mais ces traces, à la différence des formes non synchrones, ne véhiculent pas une dimension temporelle. Au lieu de réunir des traces à valeur de marqueurs temporels, les formes non congruentes réunissent des traces à valeur topologiques. Par exemple, au lieu de regrouper des technologies artistiques ayant appartenu à différentes périodes, une forme non congruente s'attacherait plutôt à regrouper des logiques créatives issues de différents médiums. L'action *The Nightwatch*¹³⁹ menée par Francis Alÿs dans la National Portrait Gallery à Londres détourne par exemple les codes du portrait et de la performance (ill. 41). Cette action, qui consiste à lâcher un renard sauvage dans un musée, remplace l'acteur humain, central dans les performances et les happenings, par un animal sauvage¹⁴⁰. Placé au milieu des portraits, le renard est filmé par les caméras de surveillance de la galerie. Le portrait classique est reconfiguré par la vidéo surveillance, système qui caractérise les sociétés occidentales aujourd'hui. En outre, *The Nightwatch* vient rapprocher les traces de deux espaces : la galerie, symbole culturel de civilisation et d'éternité, et le renard qui incarne tout à la fois l'espace naturel et la saleté urbaine. On observe dans cette œuvre, ce qui corrobore la citation, que ces traces ne sont pas regroupées dans une unité visuelle cohérente, mais simplement juxtaposées. Les productions non congruentes ont donc, contrairement aux formes non synchrones, un caractère d'assemblage.

D'autre part, les formes non congruentes tendent à enchevêtrer ces traces à des éléments créés par l'artiste à l'occasion de l'œuvre. Parlant de ces formes, Hal Foster signale effectivement qu'« elles compliquent leurs objets récupérés par l'intermédiaire d'objets inventés, elles recadrent des espaces donnés¹⁴¹ » (Foster, 2019, 194). Les formes non congruentes

137. J'exclus de cette comparaison le sens que congruent a en algèbre, qui n'est pas pertinent dans ce contexte et qui est strictement le même dans les deux langues.

138. « the strategy of the incongruent [...] is to juxtapose traces of different spaces. » (Foster, 2002, p. 141)

139. Ce titre reprend le nom du célèbre tableau *La Ronde de nuit* de Rembrandt (*The Night Watch* en anglais).

140. La présence d'animaux sauvages dans des performances n'est pas nouvelle. Un des exemples les plus importants est la performance de Josef Beuys *I Like America and America Likes Me* où l'artiste s'enferme avec un coyote. Néanmoins, Josef Beuys est bien celui qui performe dans cette œuvre et le coyote n'occupe pas la place usuelle de l'artiste.

141. « it complicates found things with invented ones, reframes given spaces » (Foster, 2002, p. 141)

complexifient la réception de ces traces en les combinant à des éléments d'invention. Ce faisant, les sites et les lieux désignés par les traces sont redéfinis, réinventés. Toutefois, quand Hal Foster parle de ces traces topologiques, il ne désigne pas seulement des bribes de catégories artistiques délimitées. Les traces désignent effectivement ces éléments, mais aussi les fragments relatifs au sujet de l'œuvre. Ce faisant Hal Foster ajoute que, bien souvent, les œuvres non congruentes créent et abandonnent des souvenirs, uniques à l'espace dont l'artiste a extrait des traces.

Autre particularité des formes non congruentes, leur rapport avec les procédés, les genres, les médiums d'avant-garde est souvent médiatisé par un lien avec les post-modernismes et les néo-avant-gardes. Hal Foster explique :

J'ai suggéré plus haut que le champ élargi de l'art postmoderne avait pour une large part implosé, que généralement les dispositifs récupérés de la néo-avant-garde avaient eux-mêmes été atténués. Paradoxalement rendu possible par la distance historique et/ou la différence de son contexte d'inscription géopolitique, l'art de ces artistes a transformé ce champ implosé en point de départ pour une pratique de nouveau en extension dans laquelle certains aspects et de l'art postmoderne et de l'art de la néo-avant-garde ont été recouverts.¹⁴² (Foster, 2019, p. 194)

La pratique des artistes qui produisent des formes non congruentes prend ainsi bien souvent racine dans les domaines plastiques postmodernes et les dispositifs des néo-avant-gardes, des pratiques ayant pourtant perdu leur pertinence et s'étant



Ill.82 : ALÿS, F. (2004). *The Nightwatch*. Vidéo de 19 minutes, deux cartes, sept dessins, papiers imprimés et livre, dimensions variables, photogramme de la vidéo. Londres, Tate.

142. « Above I suggested that the expanded field of postmodernism has largely imploded, and that the recovered devices of neo-avant-garde art are mostly attenuated. Paradoxically, enabled by historical distance and/or geopolitical difference, these artists have turned this imploded field into a departure point for an expansive practice again, in which certain aspects of both postmodernism and neo-avant-garde art are recovered. » (Foster, 2002, p. 141)

essoufflées. Ce qui a permis à ces artistes de rendre ces champs de nouveau fertiles à une vaste exploration, c'est le recul historique et géopolitique qu'ils entretiennent avec ces pratiques. Plus loin, Foster qualifie les pratiques non congruentes de « **postcoloniale**¹⁴³ » (Foster, 2019, p. 194). Il souligne ainsi la distance géopolitique critique entre les artistes qui s'inscrivent dans la logique non congruente et les plasticiens postmodernes et néo-avant-gardistes. Ce recul critique est ce qui permet aux pratiques non congruentes d'investir certains aspects du postmodernisme et des néo-avant-gardes, sans relever de la logique de répétition.

Pour expliciter ce point, prenons l'exemple que mobilise Foster : le travail sculptural de Jimmie Durham. Hal Foster signale, parlant du réinvestissement de logiques postmodernes dans les formes non congruentes :

À l'instar de la « sculpture dans le champ élargi », cette sculpture postcoloniale dans le champ incongru se définit elle-même, en tout cas initialement, par la négative¹⁴⁴ (Foster, 2019, p. 194)

L'expression « sculpture dans le champ élargi » fait référence à l'article éponyme de Rosalind Krauss, dont nous avons parlé en partie 1. Le concept de « champ élargi » lui permet de circonscrire les pratiques spatiales postmodernes. Comme nous l'avons vu, c'est un diagramme (ill. 1) à quatre pôles : construction *in situ*, structures axiomatiques, site balisé et sculpture. Ces quatre pôles dérivent de la combinatoire des termes architecture, paysage et de leur négatif : non-architecture, non-paysage. Or pour dans ce diagramme, la sculpture se définit négativement, par la conjonction des termes non architecture et non-sculpture¹⁴⁵. Comme la sculpture postmoderne qui se définit comme « ni architecture, ni paysages », la sculpture non congruente se définit négativement, par ce qu'elle n'est pas. C'est ce que confirment les propos de Jimmie Durham cités par Hal Foster : « **"ni le monument ni la peinture ni l'image"**¹⁴⁶ » (Foster, 2019, p. 194). L'artiste, parlant de son travail, définit ses

143. « postcolonial » (Foster, 2002, p. 141)

144. « like postmodernist "sculpture in the expanded field," this postcolonial sculpture in the incongruent field is defined, at least initially, in the negative » (Foster, 2002, p. 141-142)

145. Cette définition de la sculpture est celle mise en œuvre par les modernes selon Rosalind Krauss.

146. « "Not the monument, not the painting, not the picture" » (Foster, 2002, p. 142).

« objets sans nom¹⁴⁷ » (Foster, 2019, p. 194) par la négation de formes identifiées, comme si le langage ne pouvait pas les nommer correctement.

Comme les trois autres catégories, les formes non congruentes intègrent un contenu extrinsèque, à caractère politique, qui constitue le sujet de l'œuvre. Hal Foster relève une autre citation de Jimmie Durham à ce propos :

Une fois de plus, tout bénéfique est tiré ici de la double réflexivité : « ce que l'art peut bien être... à l'intérieur d'une situation politique ».¹⁴⁸ (Foster, 2019, p. 195)

Les œuvres de Jimmie Durham sont pour la plupart des sculptures construites d'objets trouvés, à la fois manufacturés et naturels. Elles représentent le plus souvent des personnes ou des animaux, comme c'est le cas de *Malinche*¹⁴⁹ (ill. 83). Ces sculptures rappellent formellement le collage *Monogram* (ill. 84) de Robert Rauschenberg. Mais le propos extrinsèque de ses travaux, à savoir la place de l'identité – controversée¹⁵⁰ – indigène dans l'espace artistique américain, participe à transformer ces collages en des espèces d'icônes ou de totems dépourvus de culte. Ces œuvres posent ainsi un questionnement sur l'art, sur ce qu'il peut être, mais donnent un contexte politique

147. « unnamable objects » (Foster, 2002, p. 142)

148. « Again a double reflexivity is at premium here : "what sort of thing [art] might be ... within a political context." » (Foster, 2002, p. 142).

149. Ce nom fait référence à une native américaine qui aida l'Espagne à conquérir l'Amérique.

150. Jimmie Durham a prétendu être un descendant de la tribu Cherokee durant toute sa carrière. L'artiste a fondé sa pratique artistique sur cette revendication ethnique. Elle constitue le plus souvent le propos extrinsèque de ses œuvres. Bien que plusieurs commissaires d'expositions, critiques et institutions (comme la Tate) font encore mention de cette descendance, ce fait a été démenti par les tribus Cherokees, qui ne lui connaissent aucun parent Cherokee. Plusieurs articles sur le site d'information Indian Country Today en font mention depuis 2015. Depuis, l'information est bien documentée en ligne. Mais en 2002, date de publication de l'ouvrage, cette information était difficile d'accès, il est donc probable que Foster n'ait pas pu la vérifier.



Ill.83 : DURHAM, J. (1988–1992). *Malinche*. Goyave, branches de pin, bois de chêne, peau de serpent, soutien-gorge en polyester trempé dans la résine acrylique et la peinture dorée, aquarelle, feuille de cactus, toile, tissu en coton, métal, corde, plumes, bijoux en plastique et œil de verre, 177 cm x 63 cm x 89 cm. Ghent, Stedelijk Museum voor Actuele Kunst (S.M.A.K).

spécifique à cette question¹⁵¹. Plus largement, les productions non congruentes intègrent donc à l'œuvre un propos politique¹⁵². Dans ce cadre, Hal Foster rappelle que les questionnements de Jimmie Durham : **«sont cernés par des procédés de la néo-avant-garde renouvelés à travers des déplacements et/ou une certaine mise à distance.»**¹⁵³ (Foster, 2019, p. 195). Les enjeux artistiques et politiques au cœur de son travail sont donc explorés dans le cadre d'un renouvellement des dispositifs néo-avant-gardiste. On peut étendre cette remarque à toutes les pratiques non congruentes. Alors, les problématiques artistiques et les propos politiques que contiennent les œuvres non congruentes, qui constituent le contexte dans lequel l'art est interrogé, sont en retour éprouvés dans le contexte d'un renouvellement de dispositifs artistiques. À noter que la logique de déplacement soulignée ci-avant avec l'exemple de Francis Alÿs est ce qui permet ce renouvellement.

Pour expliciter les caractéristiques formelles qui découlent de la logique non congruente, Hal Foster s'appuie sur un second exemple : le travail de Gabriel Orozco. Foster signale à propos de cette œuvre, comme celui de Durham : **«Ni le monument ni l'image : Gabriel Orozco mélange souvent ces catégories avec la vie quotidienne.»**¹⁵⁴ (Foster, 2019, p. 195). La pratique artistique d'Orozco, qui introduit souvent des éléments de la vie ordinaire, n'appartient ainsi pas à un genre artistique donnée. Plus exactement, ce n'est pas que chaque œuvre de l'artiste explore une catégorie artistique différente, mais plutôt que chacune de ses œuvres ne peut être assimilée à une catégorie donnée. Cette impossibilité de décrire avec exactitude ce qu'est l'œuvre est le propre des formes non congruentes. En effet, ces productions subvertissent les catégories, les dispositifs et procédures qu'elles investissent.



III.84 : RAUSCHENBERG, R. (1955–59). *Monogram, Freestanding Combine*. Huile, papier imprimé, reproductions imprimées, métal, bois, talon en caoutchouc et balle de tennis sur toile, avec huile sur chèvre angora et pneu sur socle en bois monté sur quatre roulettes, 106,6 x 160,6 x 163,8 cm. Stockholm, Moderna Museet.

151. La limite de cette analyse est que plusieurs des œuvres de Jimmie Durham mélangent les traditions de plusieurs tribus indigènes, d'une façon assez insensible, et instrumentalisent ces cultures comme outils de *storytelling*.

152. Pour illustrer cela, Hal Foster prend d'autres exemples, dont une œuvre de David Hammons où ce dernier vendait des boules de neige. Vendus «à la sauvette», ces objets que l'on ne considère pas usuellement comme des marchandises poussent le système des échanges marchands jusqu'à la parodie. Hammons interroge les échanges marchands auxquels nous procédons tous.

153. «are framed with neo-avant-garde devices that are renewed through displacement and/or estrangement» (Foster, 2002, p. 142).

154. «Not the monument, not the picture: Gabriel Orozco often mixes these categories with mundane life.» (Foster, 2002, p. 137)

S'attardant sur son travail *Yielding Stone* (ill. 85), Hal Foster le souligne :

Dans *Yielding Stone* (1992) il fait rouler une boule de pâte à modeler dans la rue de façon à ce qu'elle récupère toutes sortes de débris urbains : ici, la tradition du modelage est rejouée comme une pratique quasi automatique dans laquelle c'est le monde de tous les jours, et non l'expression artistique, qui produit les marques.¹⁵⁵ (Foster, 2019, p. 195)



Ill.86 : OROZCO, G. (1993). *La D.S. Citroën DS modifiée*, 140,1 x 482,5 x 115,1 cm. Paris, Fond National d'Art Contemporain.



En faisant rouler la boule de pâte à modeler, ductile, dans la ville, l'artiste n'a plus le premier rôle dans le modelage : la ville elle-même se charge de transformer la plasticine. Se sont accrochés à elle tous les détritiques jonchant le sol sur lequel elle a roulé. Les traces littérales du milieu urbain supplantent ainsi les traces du geste artistique. L'artiste ne donne plus forme à la matière. À la place, celle-ci sert de matière sur laquelle sont relevées les traces de la rue. Ce faisant, l'œuvre déplace le modelage dans un nouveau territoire, nous dit Hal Foster :

Orozco est à même de transférer les attributs d'un médium dans un autre, comme avec *Yielding Stone* où l'indexicalité associée à la photographie devient propriété de la sculpture.¹⁵⁶ (Foster, 2019, p. 196)

155. « In *Yielding Stone* (1992) he rolled a plasticine ball in the street in such a way as to pick up random bites of urban detritus: here the tradition of modelling was recast as an almost automatist practice, in which everyday world, not the expressive artist, made the marks. » (Foster, 2002, p. 142).

156. « Orozco may transfer the attributes of one medium to another medium, as in *Yielding Stone* where indexicality associated with photography becomes the property of sculpture. » (Foster, 2002, p. 142–143)



Ill.85 : OROZCO, G. (1992). *Yielding Stone*. Pâte à modeler, 36,8 x 39,4 x 40,6 cm. New York, MoMA.

Yielding Stone déjoue la logique du modelage en y important les bribes d'un autre médium. En relevant les traces, ce travail engage la problématique de l'indice, qui tire son origine dans la photographie. L'importation est telle que la logique indicielle, comme principe, investit la sculpture dans sa structure même. En effet, la forme et le protocole de *Yielding Stone* sont entièrement fonction de ce principe.

Toutefois, si dans *Yielding Stone*, c'est la méthode indicielle qui retranche le modelage dans une forme hors catégorie, la catégorie artistique peut être enfreinte selon d'autres modalités. Prenant une deuxième œuvre de l'artiste, Hal Foster le démontre :

157. En anglais, *to carve* se rapporte à une découpe précise, par extrusion de matière. Dans un contexte artistique, cela se réfère plutôt à la gravure sur bois ou à la sculpture au burin.

158. « In *La DS* (1993) Orozco shifted not the agency of sculpture but the object. Rather than conventional materials of wood or stone, he cut an old Citroën DS in half, excised a portion, and stuck the two parts together again: here the tradition of carving was reshaped into an almost readymade practice, in which destruction and reclamation were also combined. » (Foster, 2002, p. 142).

159. Bien sûr, ce n'est pas le premier à utiliser la voiture comme matériau sculptural. Les compressions de César ont aussi, avant lui, utilisé cet objet pour produire des sculptures. Toutefois, la spécificité d'Orozco est d'appliquer un geste qui n'est pas propre à ce matériau, alors que César, lui, reprend le geste classique de la décharge pour en faire une sculpture. Cela ne diminue en rien la filiation entre *La D.S.* et les compressions de César, mais cela permet de comprendre en quoi le travail d'Orozco est de l'ordre de la non-congruence, contrairement à celui de César.

Dans *La D.S.* (1993), c'est non pas l'agencement de la peinture, mais l'objet qu'il a modifié. Au lieu de matériaux conventionnels comme le bois ou la pierre, il a sculpté une vieille Citroën DS en la coupant en deux, il en a prélevé une partie avant de recoller les deux morceaux restant ensemble : ici, la tradition du découpage¹⁵⁷ est transformée en une pratique du *quasi-ready-made* dans laquelle la destruction et la récupération sont également combinées.¹⁵⁸ (Foster, 2019, p. 196)

Dans ce second exemple, c'est l'emploi d'un objet inhabituel comme matériau de taille qui déjoue la limite de la catégorie artistique (ill. 86). La voiture¹⁵⁹ est découpée, creusée, taillée,

comme un bloc de pierre ou de bois. De cette façon, Orozco s'inscrit à la fois dans une pratique de destruction et de restauration de la catégorie, d'où l'ambivalence des formes non congruentes. En effet, il rompt radicalement avec la taille traditionnelle, mais propose tout de même une œuvre qui investit cette pratique.

Le processus de travail de Gabriel Orozco, dans sa globalité, est finalement décrit par Foster comme la pratique de « [replier] le médium sur le médium, l'espace sur l'espace¹⁶⁰ » (Foster, 2019, p. 196). En appliquant à un médium donné une logique de travail propre à un autre, en juxtaposant une variété de marqueurs spatiaux, les œuvres d'Orozco relèvent de la superposition. Les couches de sens s'additionnent les unes aux autres selon une ordonnance autrement fragmentée.

Le Mucem

Le design graphique a beau déjà être une catégorie du design, il recoupe lui-même différentes catégories de pratiques : édition, affichage, UI, packaging, motion, branding, web design, dessin de motifs, etc. Il est donc possible d'importer dans une catégorie donnée des éléments issus d'une autre, ainsi que de compromettre les principes admis de certaines pratiques. Un exemple intéressant est l'identité visuelle du Mucem, telle que pensée

par le studio Spassky Fischer. Celle-ci renverse de façon systématique la logique du *branding* tout en demeurant bien identifiable.

Lorsque le studio était chargé de la communication du Mucem entre 2016 et 2023, ils ont eu la tâche de repenser l'identité du musée. À l'exception de la révision de l'écriture de l'acronyme « MuCEM » devenu « Mucem », la plupart des éléments attendus dans une identité n'ont pas été créés (ill. 87). Le studio n'a pas dessiné de logo, il n'a pas choisi une police de caractère représentant le musée, il n'a pas défini une palette



Ill.89 : SPASSKY FISCHER. (2017).
Affiche pour l'exposition « Nous sommes foot » au Mucem.

160. « Folding medium onto medium, space onto space » (Foster, 2002, p. 143)



III.87 : SPASSKY FISCHER. (2017). Documents et brochures pour le Mucem.



III.88 : SPASSKY FISCHER. (2016). Trois affiches pour les expositions d'août 2016 au Mucem.

s'ajoute un mode de composition facilement déclinable. Tous les supports visuels s'organisent en plusieurs rectangles disposés de façon orthogonale les uns à côté des autres (ill. 88). Enfin dernier principe véritablement systématique, les éléments textuels sont toujours organisés de sorte à ne pas se superposer, et sont, dans un document donné soit à l'horizontale, soit à la verticale, mais jamais une combinaison des deux.

Hormis ces trois principes, trois autres récurrences, qui ne font toutefois pas partie du système. Tout d'abord, le choix typographique se limite à une seule police de caractère, la Neue Haas Grotesk. Toutefois, ce n'est pas un élément constitutif de l'identité. Comme mentionné s'agissant d'autres projets, le fait d'utiliser exclusivement cette police pour tous les niveaux de lecture est un choix générique. Le studio applique cette logique à presque tous ses projets. Deuxièmement, les documents sont pour la plupart structurés autour de plusieurs aplats de couleurs vives. Pour autant, les couleurs ne sont ni limitées à une gamme stricte, ni nécessaires : il y a des documents qui enfreignent la règle (ill. 89.). Enfin, la plupart des documents intègrent des photographies prises par la photographe du studio. Mais ce n'est pas un élément régulier : certains documents n'ont pas de photos (ill. 90) et toutes les photos ne sont pas créées par le studio, ce qui introduit une part d'irrégularité¹⁶².

Ces paramètres limités ne sont toutefois pas limitatifs : l'identité du Mucem est très souple. En outre, elle est construite autour de principes inhabituels ou secondaires, plus proches de ceux qu'on utiliserait à l'intérieur d'un livre ou d'une revue. Le studio Spassky Fischer a volontairement décidé de mettre en place l'identité à partir d'outils et matériaux graphiques qu'on ne prend usuellement pas en compte pour faire du *branding*. Ainsi le système d'identité est déplacé sur un terrain nouveau, qui remet en question le principe de marque. C'est ce qu'exprime le studio dans cette citation extraite de l'article « Système d'énonciation » écrit par Caroline Bouige :

C'est aussi une manière de s'éloigner de la forme publicitaire. Nous souhaitons transmettre ce que porte l'institution [...], pas son nom. (Bouige, 2022)

162. D'une part ont été utilisées des photos d'archive ; d'autre part, certains projets ont été réalisés avec des photographes ne faisant pas partie du studio, comme les affiches pour « Plan b » (ill. 91), dont les photos ont été réalisées par Paul Rousteau et Pierre Girardin.

Ici, le studio explique l'un des effets obtenus par le fait de ne pas utiliser de logo, et de mettre le nom du Mucem dans la même police de caractère et à la même échelle que le reste des textes. Ce principe, qui est utilisé dans les affiches de l'événement « Plan b » (ill. 91) participe de l'idée qu'une marque est un ensemble de valeur, mais renverse l'attendu selon lequel il faudrait un logo, une police de caractère unique et une palette chromatique pour l'exprimer.

Cette identité souple et presque morcelée, à la fois par la variété quelle permet et par les surfaces rectangulaires qui découpe les supports graphiques, a été pensée en correspondance avec les enjeux que porte le Mucem. Dans la conférence donnée pour Type Paris, Thomas Petitjean rappelle :

Le Mucem est un musée des civilisations, il va donc y avoir tellement de contenus différents, tellement d'approches différentes.¹⁶³

En tant que musée des civilisations, le Mucem a une approche de l'exposition beaucoup plus hétéroclite qu'un musée d'art ou un musée paléontologique par exemple. Cette variété se reflète dans la collection très diversifiée du musée. Cette grande diversité est démultipliée par la pluralité de territoires englobés dans la collection (pour rappel, le Mucem acquiert des objets liés aux civilisations de toute l'Europe et de tout le pourtour méditerranéen). Il regroupe donc littéralement des traces de territoires différents dans sa collection et dans ses expositions. L'approche du studio, qui donne corps à une identité multiforme, répond ainsi à la non-congruence inhérente de l'approche muséale du Mucem.

Dé-dallage, projet de fin d'études

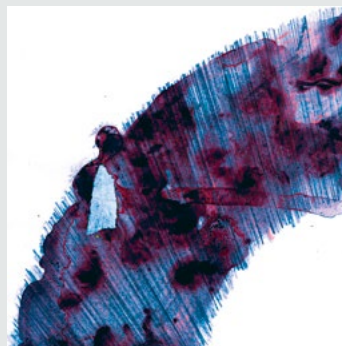
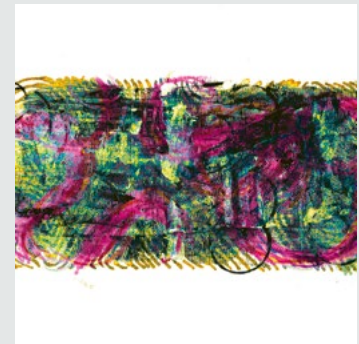
Pour mon projet de fin d'année, c'est aussi la direction non congruente que j'ai finalement empruntée, afin de tester les limites de la forme affiche. J'ai décidé de travailler avec la grille modulaire, car c'est un outil fondamental dans le design graphique avec lequel j'ai entretenu un rapport particulièrement peu critique. Un des moyens que j'ai trouvé pour transformer la logique de la grille a été de changer son échelle d'application.

163. Nous traduisons :
« The Mucem museum is a society museum, so you will have so many different content, so many different approach » (Anglade et Petitjean, 2018)

Lorsque j'étais en stage, j'ai eu à concevoir une large de gamme de supports pour la communication d'un spectacle de danse contemporaine. Tous les objets graphiques étaient des variations autour d'un visuel d'affiche central. Produire cet ensemble m'a fait réaliser à quel point, dans ce type de projet, l'affiche est déclinée. Ainsi, d'une certaine façon, elle est décomposée et éparpillée en plusieurs formats disséminés dans différents espaces. De là, j'ai eu l'idée de me servir du module comme moyen de, littéralement, décomposer l'affiche. Ainsi, au lieu de régler les rapports entre les composants de l'affiche, la grille de composition vient définir les rapports entre les supports.

Conçu pour la communication de l'association attac, le projet est un système d'affichage qui permet de composer n'importe quel message. Le système comprend onze modules avec des lignes et des textures différentes (ill. 92). Grâce à ces onze modules, il est possible d'écrire toutes les lettres de l'alphabet latin, en majuscule et en minuscule, ainsi que les chiffres arabes.

Ce faisant, l'affiche est découpée en fragments littéralement juxtaposés (ill. 93). Cette approche, qui décompose la grille modulaire, propose un mode d'affichage polyvalent. D'un côté, les modules permettent d'écrire tous les messages que l'on veut, ce qui donne de l'autonomie à l'organisme qui communique et permet de modifier le message au besoin, en ajoutant ou en remplaçant quelques modules. D'autre part, ce système permet d'adapter la communication à l'espace d'affichage. Selon les lieux où l'on colle les affiches, il n'y a pas toujours la même place, et parfois la paroi n'est pas unitaire (décrochés, grilles d'aération, vitres, etc.). En procédant à une construction par petits modules, le système d'affichage s'adapte à ces contraintes, prenant une forme corrélée au lieu d'affichage. Entre autres, cela permet de disperser et de fragmenter le message dans plusieurs espaces, sans être limité par des espaces d'affichages conventionnels.



III.92 : DUBOIS, E. (2025).
Dé-dallage. Trois modules
du système : deux modules
en 13,7 x 13,7 cm et un module
en 19,6 x 19,6 cm.

L'approche graphique est véritablement pensée comme une décomposition de la grille modulaire en suivant la logique du puzzle (plus exactement du tangram, car celui-ci ne contraint pas à créer une image prédéfinie). Ce faisant, le système d'affichage est adaptable à chaque situation d'usage et à chaque paroi où il est accroché, ce qui souligne la particularité de chaque environnement. En outre, la logique de juxtaposition propre aux formes non congruentes est ici renforcée par les creux qui se créent entre les modules faisant des tailles différentes et par le fait que chaque module soit construit sur une texture graphique différente. Le caractère non congruent de ce dispositif répond au maillage régional de l'association qui implique des dissemblances de fonctionnement, de programmation et d'identité en fonction des territoires d'implantation des différents sièges.

Ill.93 : DUBOIS, E. (2025). *Dé-dallage*. Affiche représentant les majuscules types que l'on peut dessiner avec le système, 42 x 59,4 cm.



3

LES

IMPLICATIONS POLITIQUES DE LA SURVIVANCE

3.1. REPOLITISER LA PRODUCTION GRAPHIQUE	160
3.2. UNE ALTERNATIVE À L'ESTHÉTIQUE DE LA PROFUSION	172
3.3. POSTURES AMBIVALENTES ET LIMITES ÉCONOMIQUES	185
3.4. LA RÉCUPÉRATION	200
3.5. LA PERSISTANCE DE LA SÉDITION	212

3.1/ REPOLITISER LA PRODUCTION GRAPHIQUE

Enjeux politiques de la survivance

Les analyses de projets que nous avons avancées, à partir de la transposition de la typologie créée par Hal Foster pour parler de l'art contemporain, indiquent que ces quatre catégories trouvent un écho dans le design graphique. S'il serait séduisant d'en conclure à la pertinence de cet outil d'analyse comme prisme de lecture du graphisme contemporain, il est toutefois prématuré d'en juger à ce stade de la réflexion. En effet, bien que cette taxonomie fonctionne pour l'analyse formelle de projets choisis, elle n'a pas été conçue par Hal Foster simplement pour catégoriser les formes que prend l'art contemporain.

Hal Foster l'indique à plusieurs reprises, ce prisme de lecture a deux ambitions, que l'on peut qualifier de politiques. La première est que cette lecture réengage l'historicité de l'art, en offrant une alternative présentisme. Cet enjeu

mérite d'être interrogé s'agissant du design graphique, car cette pratique tend à favoriser ce présentisme, alors que le design, s'il cherche à s'inscrire dans son temps, ne tend pas de façon inhérente à effacer la progression du monde, de la technique, ni du design lui-même. La possibilité d'un graphisme qui inclue sa propre dimension historique est un enjeu majeur de la transposition des catégories de Foster au design graphique.

La deuxième ambition politique des catégories créées par Foster est l'inclusion d'un propos extrinsèque à l'art dans les œuvres. Ce propos, à caractère idéologique, mais ne portant pas sur l'art, a donc trait à des enjeux sociaux. La perméabilité de la pratique artistique à des enjeux sociaux extérieurs permet à l'art d'être de nouveau en prise avec la contemporanéité (même si elle n'est plus la seule discipline à l'être ni la plus pertinente). Hal Foster, dans son essai «The Funeral is for the Wrong Corpse», explique le rapport entre l'œuvre et ce propos extérieur :

Elles mettent ainsi le doigt sur la semi-autonomie du genre ou du médium, mais ceci d'une manière réflexive qui ouvre sur des enjeux sociaux («un monde clos qui ouvre sur le monde»¹⁶⁴, comme le dirait un artiste contemporain)¹⁶⁵ (Foster, 2019, p. 182)

Pour l'art de la survivance, il ne s'agit pas de revenir à une production artistique dépendante des besoins socioculturels du moment. Les problématiques sociales contemporaines qu'abordent les œuvres de la survivance ne représentent donc pas leur but ou leur raison d'être. Ces problématiques soulignent plutôt la perméabilité et la valeur indexicale de l'art de la survivance s'agissant de la contemporanéité. Dans la mesure où le design graphique est souvent un instrument de communication, il est, en apparence, plus en prise avec les enjeux économiques de la structure qui communique que les enjeux sociaux du monde contemporain. Aussi, la typologie de Foster permet d'interroger le but explicite de l'objet graphique et de s'intéresser à ce qui, d'extrinsèque au projet, peut poindre. En outre, cela offre la possibilité, lors

164. Cette citation est attribuée au plasticien Stan Douglas

165. «In this way these practices point to a semi-autonomy of genre or medium that opens onto social issues ("a close world that is open to the world" is how one contemporary artist puts it)» (Foster, 2002, p. 130)

de la création graphique, d'introduire dans le projet des enjeux sociaux qui ne sont pas à l'initiative du commanditaire, en passant par un régime formel d'entremêlement.

Ces deux ambitions, selon Foster, constituent les enjeux politiques du paradigme qu'il propose. En tant que paradigme, il a donc vocation à donner un cadre à la critique artistique, et à fournir une orientation à la pratique contemporaine. Dans le cadre d'une transposition au graphisme, il faut donc mesurer la propension politique de la survivance et les impacts potentiels que l'adoption d'un tel cadre peut avoir sur la pratique du design graphique.

La survivance dans la critique du graphisme

Précédemment, nous nous sommes intéressés à chacune des quatre catégories délimitées par Hal Foster, et nous avons soumis des exemples choisis à une analyse selon le prisme de ces catégories. Il a ainsi été question de produire un discours critique sur des productions de design graphique.

Dans ce cadre, le modèle de la survivance permet notamment de reconstituer la pratique graphique à son histoire. En effet, puisque l'on s'attache à repérer des procédés, des médiums, des formes, des principes, des techniques développées par des pratiques passées, on met l'accent sur ce qui apparente les objets graphiques contemporains aux productions antérieures. Néanmoins, désigner cette proximité ne suffit pas pour réhistoriciser le design graphique : nombre de productions qui mettent en jeu l'esthétique de la profusion, bien qu'elles convoquent des formes tirées de l'histoire du graphisme, contreviennent pourtant à la dimension historique de la pratique contemporaine. Nous l'avons déjà indiqué dans la première partie, dans l'essai « Design et Crime », Foster pose plusieurs arguments qui corroborent une telle analyse. Ce qui est intéressant, c'est qu'il n'est pas le seul auteur à percevoir que les formes historiques font l'objet d'une réactivation présentiste. Dans son livre *Le Réalisme capitaliste*, Max Fisher fait un constat semblable : « **Le modernisme est dorénavant quelque chose qui peut ressurgir à intervalle régulier, mais uniquement sous forme d'une esthétique figée** » (Fisher, 2018, p. 14). Selon

cette observation générale que fait Fisher, le modernisme, entre autres, peut réapparaître dans les pratiques créatives récentes. Néanmoins, ces réapparitions ne sont que ponctuelles et ne proposent que la mobilisation de certains aspects formels développés par la modernité. Ainsi, la modernité est immobilisée, sans possibilités d'élaborer de nouvelles formes à partir d'elle. Au contraire de ce rapport instrumental, la reconnexion qu'offre la survivance est plus profonde qu'un simple rapport formel à l'histoire du design graphique.

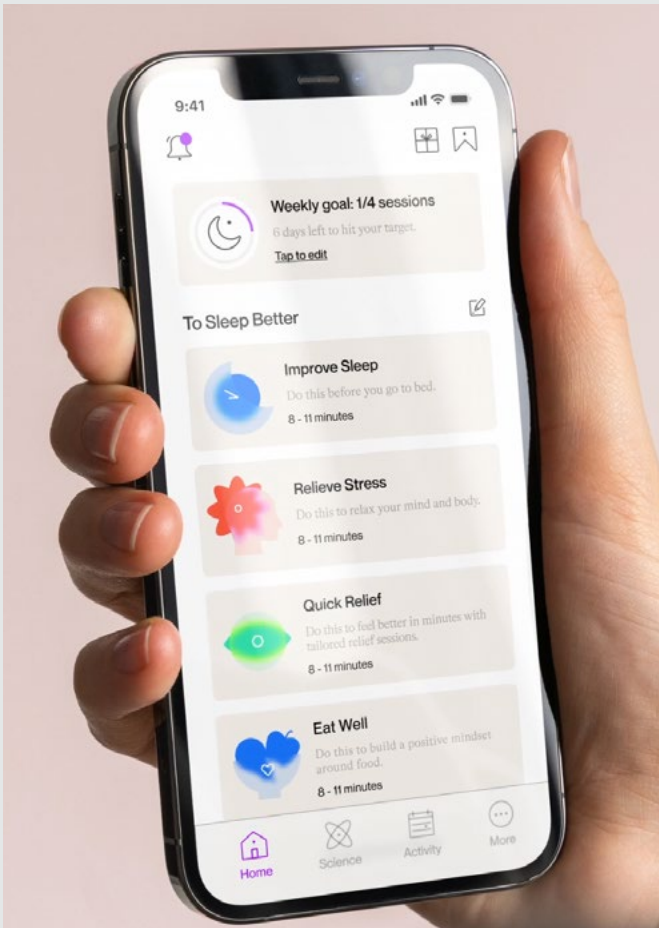
D'un point de vue esthétique, cette reconnexion s'inscrit dans une logique d'élaboration/altération. Foster insiste effectivement sur le mot « transformation » plutôt que tout autre. Ce faisant, il souligne l'idée d'une modification, à partir d'un état précédent de la création. La notion d'élaboration/altération que nous choisissons ici permet de souligner l'historicisation de cette logique de transformation. Certes, les références ne constituent pas des emprunts à l'histoire, mais elles ne sont pas non plus des objets d'expérimentation gratuits. Comme le soulignent les exemples de Foster que nous avons rapporté, les références sont souvent transversales dans la pratique d'un artiste. Et si elles ne sont pas transformées de la même façon dans chaque œuvre, il ne s'agit pas de les remixer. Les œuvres proposent plutôt une exploration d'un possible devenir (hypothétique ou concret) d'un médium, d'un genre, d'une technique, etc.

Dans le design graphique, la survivance permet donc de comprendre une part des objets graphiques contemporains comme des expériences formelles à partir de l'héritage moderne. Dans ce cadre, les productions qui relèvent de la survivance, parce qu'elles transforment leur référence, s'inscrivent dans une logique de subversion. Toutefois, puisque ces formes s'inscrivent dans une logique évolutive, il ne s'agit pas de faire une *tabula rasa* et travailler en faisant fi du passé (une attitude qui incline vers le présentisme). La référence étant directement retravaillée, on peut la sentir en filigrane dans les productions de la survivance. Dans les projets que nous avons analysés, les procédés, les médiums, les genres, etc., que nous avons repérés étaient effectivement travaillés en ce sens, transformés et transgressés. Par exemple dans *La Boule*

de pétanque (ill. 62 à 66), designé par le studio Teschner – Sturacci et Anne-Lise Bachelier, les principes de composition asymétrique promus par la Nouvelle Typographie sont à la fois repris et contrariés. Les pages sont, pour l'essentiel, construites de façon asymétrique, mais certains titres sont composés centrés et quelques pages sont symétriques. Hormis l'intérêt graphique de ces infractions dans la séquence visuelle que forme le livre, cela interroge le principe graphique d'asymétrie. On peut retrouver une telle logique dans d'autres types de projets, même des projets qui s'inscrivent dans des pratiques professionnelles plus *corporates*. Par exemple, l'identité et le design de l'application d'autohypnose Reveri, élaborés par le studio new-yorkais Mother Design, tirent sa force d'interactions colorées (ill. 94). La palette de couleur, très saturée, a la particularité de ne pas être symbolique. « [I]nspiré par les TEP scans¹⁶⁶ d'activité cérébrale¹⁶⁷ », précise le studio, les couleurs ne sont pas « apaisantes ». De plus, ces couleurs sont associées à des concepts inattendus (ill. 95 et 96) : du bleu pour l'alimentation, de l'orangé pour la détente, du vert pour la rapidité, etc.

Cette façon de se détourner des associations symboliques usuelles fait écho à la pratique de Josef Albers. Dans leur livre *The Graphic Design Idea Book*, Steven Heller et Gail Anderson expliquent à propos d'Albers :

Il plaide contre le fait « d'appliquer mécaniquement des lois ou des règles d'harmonie des couleurs, ou de simplement en insinuer l'existence » en raison



Ill.95 : MOTHER DESIGN. (2023). Application Reveri. Écran d'accueil de l'application.

166. Cette imagerie médicale s'appelle la tomographie par émission de positons. C'est une imagerie fonctionnelle en trois dimensions.

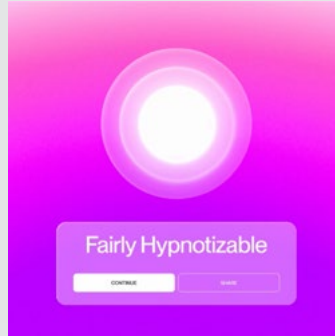
167. Nous traduisons : « [I]nspired by PET scans of brain activity » (R, s. d.)

de la nature subjective de la perception (il est pratiquement impossible de voir une couleur isolée¹⁶⁸, qui n'interagirait pas avec son environnement).¹⁶⁹

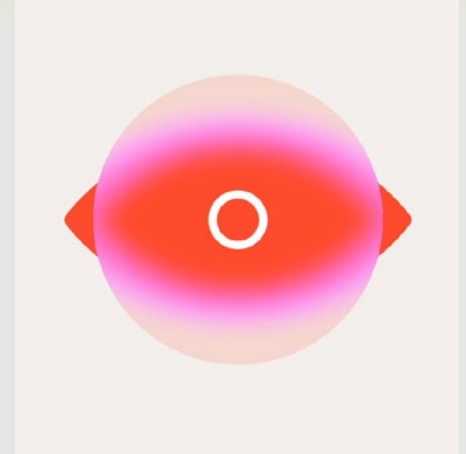
Joseph Albers, qui fut professeur au Bauhaus et eut une importante influence sur le design graphique, privilégiait un rapport purement formel aux couleurs, comme le souligne notamment sa série *Hommage au carré* (ill. 97, 98). Dans l'identité de Reveri, bien que les couleurs saturées s'inspirent de l'imagerie fonctionnelle, elles ont été

sélectionnées selon un même rejet du symbolisme. Néanmoins, le choix d'utiliser des flous et des dégradés déploie cette logique dans un autre domaine. La couleur, floutée, se fait matière. Comme le soulignent certains visuels où certains éléments textuels sont troubles (ill. 99), ce flou fait référence à l'accommodation visuelle, associé à la focalisation du regard. En mettant l'accent sur ce phénomène biologique, qui joue un rôle clef dans l'autohypnose, l'identité de Reveri renforce son ton scientifique. Ainsi, le caractère scientifique de l'application vient accentuer l'absence de symbolique des rapports colorés, mais aussi infléchir ces combinaisons arbitraires en leur donnant une matière nouvelle par des dégradés et des flous.

D'autre part, partir de l'idée de survivance lorsque l'on analyse les formes graphiques contemporaines permet de s'intéresser aux enjeux extrinsèques qui viennent travailler le projet. En effet, une production graphique s'attache aux



III.94 : MOTHER DESIGN. (2023). Application Reveri. Écran de test d'hypnose de l'application.



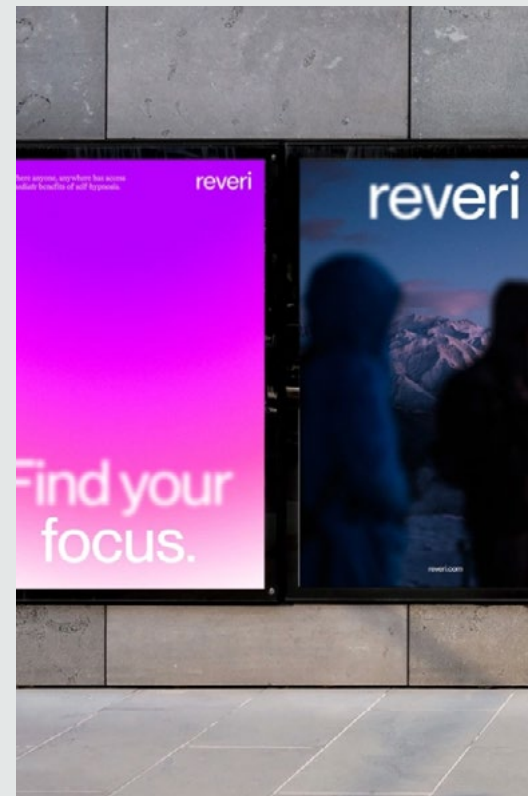
III.96 : MOTHER DESIGN. (2023). Application Reveri. Icône.

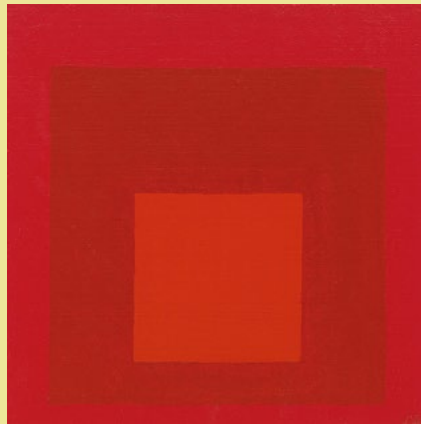
168. Cette idée a été mise en évidence par le chimiste Michel-Eugène Chevreul, dont le travail a eu une influence notable sur le monde de l'art par le biais de son ouvrage *De la loi du contraste simultané des couleurs*. Selon le chercheur George Roque, dans *Art et science de la couleur*, le travail de Chevreul correspond plus à la catégorisation de l'effet visuel de la juxtaposition de couleurs qu'à une notice d'harmonisation.

169. Nous traduisons : « He argued against 'mechanically applying or merely implying laws or rules of colour harmony', because of the subjective nature of perception – it is almost impossible to see a colour by itself and not interacting with its surroundings. » (Anderson and Heller, 2016)

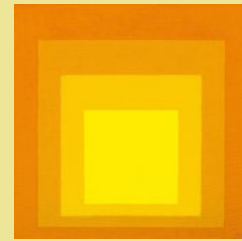
valeurs du commanditaire et à des principes formels donnés, mais elle peut aussi introduire des questionnements plus personnels du designer, ou plus politiques. L'identité conçue par Elana Schlenker pour I Write Artist Statement soulève des questions d'ordre démocratique par rapport au design graphique. Les dessins ASCII qui constituent le cœur de l'identité de l'entreprise ont la spécificité d'être reproductibles par n'importe quel usager, sur n'importe quel ordinateur. Alors, les éléments les plus reconnaissables de l'identité sont totalement appropriables : les commanditaires peuvent créer de nouveaux dessins et n'importe quel usager peut les dupliquer et s'en servir pour son propre usage. Les implications sont doubles. D'un côté, les commanditaires ne sont en théorie pas dépendants d'un designer pour faire évoluer l'identité ; en réalité, ce n'est pas complètement vrai : comme le montrent les captures d'écran du site tel qu'il est aujourd'hui, le site a perdu de sa singularité en n'étant pas mis en forme par Elana Schlenker et Henry Van Dusen, les dessins ASCII et les couleurs ne supportent pas à eux seuls l'identité qu'avait conçue Elana Schlenker. D'un autre côté, les éléments de l'identité ne peuvent pas être protégés d'être reproduits à l'identique, d'autant qu'une partie des dessins ASCII utilisés sont tirés de l'ASCII Art Archive. Tout ce qui sert à construire ces images est visible, mesurable et de fait copiable. En faisant appel à cette forme graphique primaire, à la fois vernaculaire (elle n'est pas l'œuvre des professionnels) et *underground* (elle n'est pas extrêmement répandue hors des communautés en ligne), l'identité de I Write Artist Statements met le doigt sur la question de la propriété intellectuelle, qui est centrale dans le design et l'économie capitaliste.

La typologie construite par Hal Foster permet ainsi de souligner la valeur subversive et contestataire qui peut s'immiscer dans le design graphique contemporain, en incluant le design de commande, loin des limites que pose une lecture purement médiatique de celui-ci.

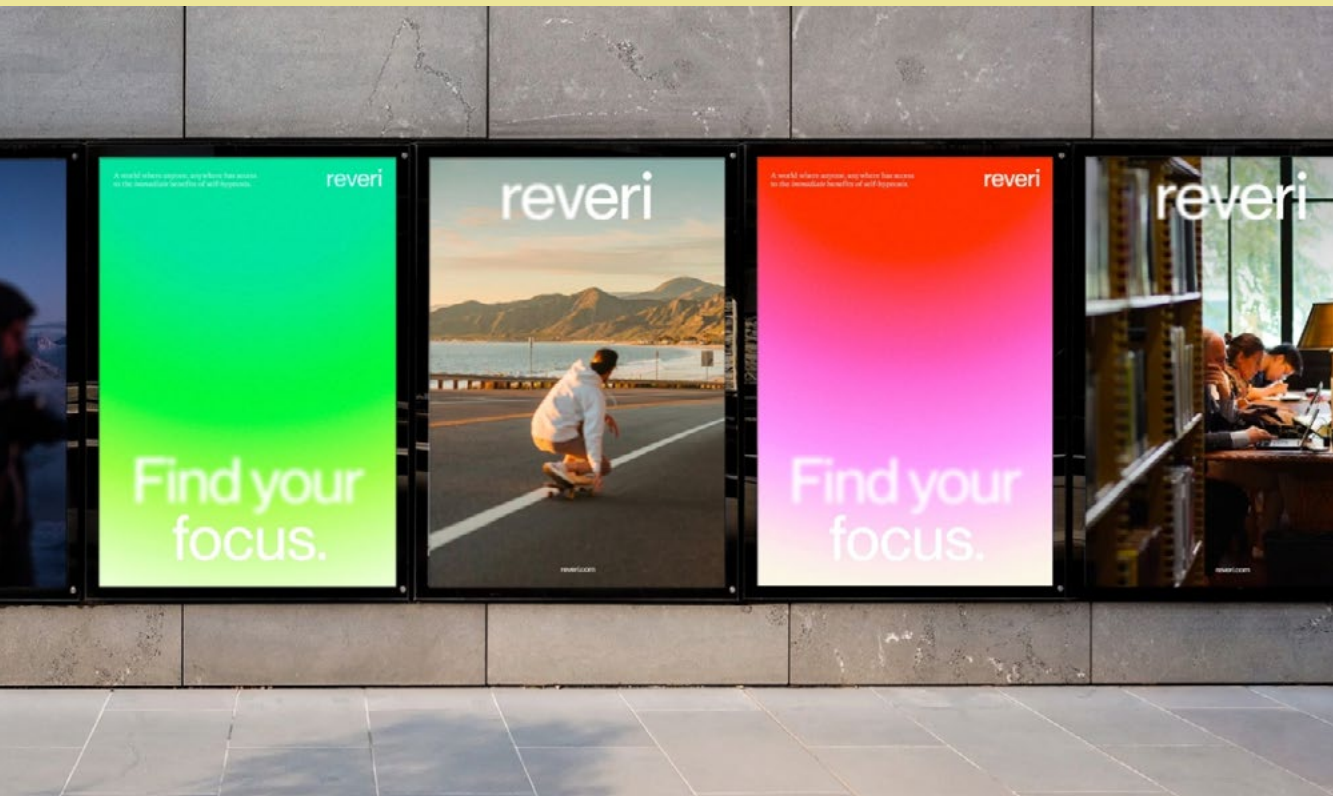




Ill.97 : ALBERS, J. (1969).
Homage to the Square.
 Huile sur isorel, 40,3 x
 40,3 x 0,4 cm. New York,
 Guggenheim Museum.



Ill.98 : ALBERS, J. (1969).
*Study for Homage to the Square:
 Starting.* Caséine et huile sur
 Isorel, 40,2 x 40,2 cm. New York,
 Guggenheim Museum.



Ill.99 : MOTHER DESIGN. (2023).
 Campagne publicitaire pour Reveri.
 Six affiches promotionnelles.

La survivance comme approche de création

Pour un designer, la survivance offre une alternative claire et substantielle au pluralisme que déplore Foster s'agissant de l'art contemporain. Ce pluralisme, également délétère dans la pratique du graphisme, trouve son avatar le plus manifeste dans les pratiques médiatiques. En effet, les principes d'énumération et de multiplication des effets favorisent une approche pluraliste au design graphique dans la mesure où ces deux logiques de création favorisent un renouvellement (ou plutôt une rotation) des formes graphiques et des effets si l'on veut un design qui se démarque à première vue du reste de l'environnement graphique. Ces principes, et *a fortiori* le design médiatique, engendrent un rapport dépolitisé aux formes graphiques historiques, et tout particulièrement à leurs dimensions révolutionnaires, ou marginalisées. Dans l'esthétique de la profusion, propre à ces formes médiatiques, ces formes, et les procédés qui leur sont associés, en viennent à être utilisées (et donc considérées) par le designer comme des ressources que l'on peut mobiliser et combiner à la guise, selon les besoins du projet. Le problème de cette approche est qu'elle décontextualise les formes de leur origine et donc des enjeux sociopolitiques qu'elles portaient. Elles sont victimes d'apraxie, dénuées de sens autre que formel. Les formes ne transmettent plus qu'une certaine ambiance, qu'un certain *mood*. Lorsque l'on crée un projet selon cette logique, l'accumulation des effets engendre une façon de travailler particulière. L'attention du designer est dirigée vers l'harmonisation des effets et la gestion des contrastes qui existent entre eux. De ce fait, les formes ne sont plus prises dans une logique évolutive, contrairement à ce qui s'est produit lors de la modernité d'après-guerre par exemple. Alors que le module de composition, démocratisé par le Bauhaus, est devenu un système mathématique complexe de grille modulaire grâce au travail de Müller-Brockmann pouvant être utilisé de façon non orthogonale, les formes graphiques reprises par le design médiatique sont peu altérées. La couverture du roman 11/22/63 de Stephen King designé par Rex Bonomelli reprend par exemple les images à grosse trame du début de la photo-reproduction, mais cette trame ne devient pas autre chose qu'un symbole de l'ancien.

La façon dont s'est construit le projet de fin d'études a impliqué que j'avais connaissance des théories de Hal Foster lors de la conceptualisation du projet. Cette disposition de travail était inédite puisque son analyse n'a pas fait l'objet d'une transposition au design graphique. De ce point de vue, la mise en place de ce projet à constituer une expérience pour tester l'intérêt de ce cadre pour la création graphique. Dès lors, se placer du côté de la survivance, en tant que créateur permet d'éviter l'écueil repéré s'agissant des pratiques médiatiques. Le cadre de la survivance permet en effet d'interroger le sens des formes que l'on convoque. En adoptant cette attitude, les formes, les genres ou les dispositifs graphiques historiques dans lesquels on pioche ne sont plus de simples ressources. Elles s'approchent bien plutôt de devenir de véritables moteurs de création, que l'on peut aimer rejouer, mais que l'on pensera à remettre en question et à apporter une transformation, plutôt que de les faire stagner dans une forme donnée. S'agissant de mon projet *Dé-dallage*, penser le module de composition dans son histoire m'a permis de mobiliser cet outil de travail en ayant conscience du propos idéologique qu'il a contenu. Au lieu d'effacer ce qui en faisait des objets politiques, l'approche de la survivance favorise la réception des formes graphiques comme des vecteurs idéologiques, qui lorsqu'on fait référence à eux, influence le message porté par la création graphique que l'on est en train de produire.

D'autre part, puisqu'elles invitent à l'introduction de problématiques extérieures, d'ordre sociopolitique, les formes de la survivance incitent aussi le designer à penser ses propres productions comme des objets vecteurs d'idéologies, au-delà des valeurs qui représentent le commanditaire. Ce point m'a paru absolument évident lors de la conception de mon projet de fin d'études. Le système d'affichage que j'ai conçu a été pensé comme un outil accessible et agentif. S'il y a des configurations «de base» pour chaque caractère, rien n'oblige l'utilisateur à les respecter, et les modules qui sont de simples lignes droites ouvrent la possibilité d'agrandir les lettres, en hauteur et en largeur (ill. 100). Sur le principe, ce système se rapproche du tangram : il y a des compositions prédéfinies, mais les modules permettent de créer

d'autres choses. Par exemple, il est possible de faire des lettres plus anguleuses, ou même de faire des dessins. En outre, la taille des modules a été pensée pour être facile d'accès : tous peuvent s'imprimer sur du A4 ou du A3, ce qui permet une reproduction domestique. Ce système de communication modulaire aurait potentiellement pu promouvoir n'importe quelle marque, n'importe quel produit. Mais cette idée m'a rapidement bloquée. En effet, des valeurs démocratiques et une culture du D.I.Y. ont porté la mise en place de mon projet. Il y avait une dissonance entre ces aspects et la création d'une campagne de communication pour une marque de streetwear par exemple. Il paraissait contradictoire d'avoir développé un système agentif, si c'était pour en faire un outil de *branding* pour une marque qui a un important budget de communication. C'est pourquoi je me suis finalement tournée vers la structuration d'un système de communication à usage de l'association attac. J'aurais pu prendre une autre association, mais une association à caractère politique telle qu'attac permettait d'exemplifier le propos idéologique du projet.

En ce qui concerne les graphistes contemporains, qui n'ont pas connaissance de la thèse de Foster, certains de leurs propos permettent d'estimer qu'ils entretiennent un rapport réflexif qui vise à introduire des enjeux idéologiques dans leurs projets. Le studio Spassky Fischer, par exemple, a tenu des propos qui vont dans ce sens. Avec l'identité du Mucem, qu'ils ont déployé sur multitude de supports pendant sept ans, ils ont travaillé à réduire, voire abolir



III.100 : DUBOIS, E. (2025). Dé-dallage. Projections numérique d'un affichage, différentes versions du « E » majuscule.

la hiérarchie visuelle entre le nom du musée et les événements présentés. Caroline Bouige, dans l'article «Systèmes d'énonciation, Spassky Fischer», qu'elle a écrit pour la revue Étapes, rapporte cette citation :

Pour le Mucem, nous avons souhaité que le nom de l'institution soit prononcé de la même voix que le nom des expositions ou des autres informations, et non comme un logotype que se grefferait au-dessus. (Bouige, 2022)

Dès le début de leur travail pour le Mucem, les membres du studio avaient la volonté de ne pas mettre en exergue le nom du musée. Cette volonté n'était pas une fantaisie formelle pour Spassky Fischer. Comme nous l'avons déjà mentionné dans la partie précédente, «**[c]**» **est aussi une manière de s'éloigner de la forme publicitaire**» (Ibid.) pour le studio. En mettant le nom «Mucem» au même niveau hiérarchique que le reste des informations textuelles, Spassky Fischer revendique une communication qui ne fait pas la promotion de l'institution muséale comme s'il s'agissait d'une marque. Les documents qu'ils ont conçus, et plus particulièrement les affiches, proposent une autre vision du musée. En étant à la même échelle que le reste des textes, le studio dessine l'idée d'un musée comme espace de dialogue, entre son identité intrinsèque et les œuvres, les expositions qu'il accueille et qui l'altèrent. Dans ce contexte, c'est bien parce que ce travail investit le champ traditionnel que constitue le *branding* que le studio peut interroger les présupposés et les implications politiques propres à l'identité visuelle d'un musée. Et ces interrogations, d'ordre idéologique, prennent racine et prennent corps dans les procédés graphiques qui remettent en question les principes usuels du *branding*.

3.2/ UNE ALTERNATIVE À L'ESTHÉTIQUE DE LA PROFUSION

L'industrie du design graphique, dans son pendant médiatique, est régie par un principe de rentabilité, que ce soit dans la production ou dans les effets sur les ventes. Or la notion de survivance permet au graphisme et aux graphistes d'interroger des problématiques idéologiques et politiques. Si cela autorise le design à intégrer des enjeux idéologiques, cela introduit également la possibilité de remettre en question le *statu quo* qui découle du principe de rentabilité propre au design médiatique. Parce que le paradigme de la survivance réintroduit une historicité dans le design graphique, ces pratiques s'opposent *de facto* à la logique présentiste associée au design contemporain pour Hal Foster. Les formes médiatiques ne sont pas simplement interrogées au regard de leur domination culturelle, mais surtout parce qu'elles participent d'un rapport anhistorique à la création, et dans une plus large mesure au monde.

Dès lors, les pratiques qui s'inscrivent dans la logique de survivance sont plus à même de se détourner des formes associées aux pratiques médiatiques. Que ce soit en partant directement du prisme de la survivance, comme c'est

le cas de mon projet de fin d'études, ou que ce soit à partir d'un rapport conscient aux références et à leur valeur historique, le projet se construit dans un contexte plus propice à l'interrogation des formes graphiques *mainstream*. D'un point de vue formel, il est alors plus facile d'opérer à une mise à distance des effets et des procédés « convenus » dans les médias à partir de cette posture de travail. Les ressorts graphiques peuvent être pensés hors des usages promus par les médias de masse, à la marge.

Les productions qui relèvent de la survivance peuvent offrir un contrepoint au régime de la profusion. Cependant, cela ne signifie pas qu'il n'y ait ni répétition, ni énumération, ni multiplication d'effets dans ces productions. Ce que permet la survivance, c'est éviter de rentrer dans une logique de la surenchère. La répétition sera plutôt une répétition formelle d'un même objet graphique, que la répétition d'éléments visuels renvoyant à un même sens. L'énumération proposera plutôt une grille de composition densément remplie, avec peu de niveaux de hiérarchie à gérer, qu'un ensemble dense avec plus de quatre types de textes, des images et des illustrations. La multiplication des effets sera plutôt un empilement d'effets qui produit une unique forme ou texture, que l'amas d'effets différents sur un support visuel.¹⁷⁰

Le principe de répétition

La répétition est le premier principe qui est en jeu dans l'esthétique de la profusion. De façon usuelle, elle s'attache à la réitération par le motif ou le module, comme ce qu'on peut l'observer dans l'allée du supermarché.

Avec sa série *Campbell's Soup Can* (ill. 101), Andy Warhol reprend ce principe. Néanmoins, ce n'est pas nécessairement la forme



Ill.101 : WARHOL, A. (1962). *Campbell's Soup Cans*. Acrylique et peinture-émail métallisée sur toile, trente-deux panneaux au format 50,8 x 40,6 cm, dimensions variables. Neaw York, MoMA.

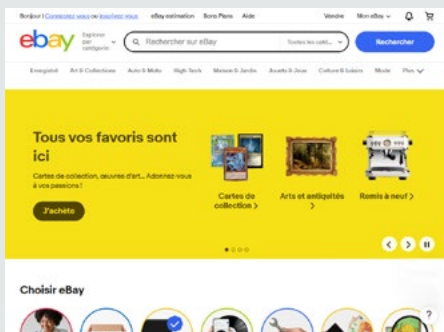
170. Ces principes que nous avons repérés peuvent également être approfondis jusqu'à l'échec. Contrevenant à la lisibilité de tout message commercial, ces formes sortent du design médiatique par l'épuisement de l'esthétique de la profusion. Cette analyse sort du cadre de ce mémoire, mais il est important de mentionner que ce type d'approche existe également ; quoiqu'elle ne relève pas de la survivance, c'est un autre moyen de s'extraire du médiatique et du commerciale.

la plus opérante dans le design graphique. Le plus souvent, la répétition opère sur le niveau sémantique : un même sens est répété sous plusieurs formes dans un même support.

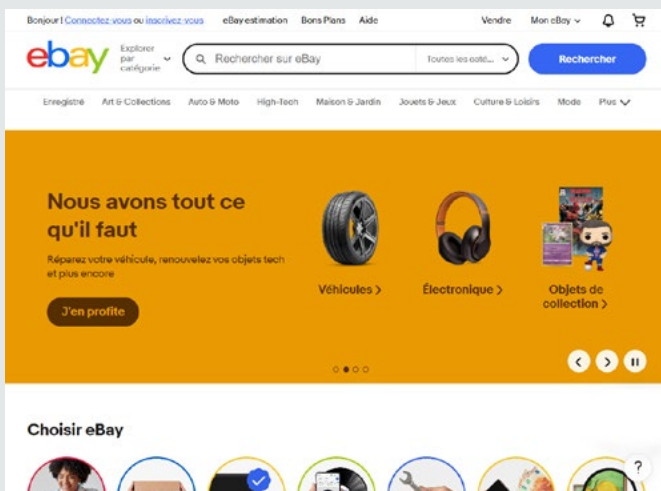
Pour prendre un supermarché « contemporain », la page d'accueil du site web d'eBay est remarquable (ill. 102 et 103). Sa structure visuelle est construite autour d'un réseau de répétitions d'informations. Le haut de la page d'accueil est chapeauté de trois menus, les uns en dessous des autres. De plus, la liste de toutes les catégories de produits vendus sur eBay, qui constitue le troisième menu du site, apparaît également dans le menu déroulant « Explorer par catégorie ». Outre cette répétition fonctionnelle, on observe plusieurs répétitions sémantiques. Le nom de l'entreprise apparaît quatre fois en plein texte, et cinq

fois si on compte le typogramme. On repère quatre mentions évoquant la recherche ou l'exploration, ainsi qu'une icône de loupe. La répétition des contenus sémantiques est aussi présente dans la bannière défilante du site. Les mentions « J'achète », « j'en profite » et le pictogramme de charriot de course pointent tous vers le fait que le site est destiné à l'achat/vente. Plus encore, les deux premiers visuels font la promotion de mêmes contenus : l'un indique « Tous vos favoris sont ici », et le

second « nous avons ce qu'il vous faut ». Quoique le second se pose plus du côté du besoin, que de l'envie, les deux sont dirigés vers le fait que sur eBay se trouve exactement ce que l'on cherche, et dans les deux cas, les objets de collections sont mis en avant.

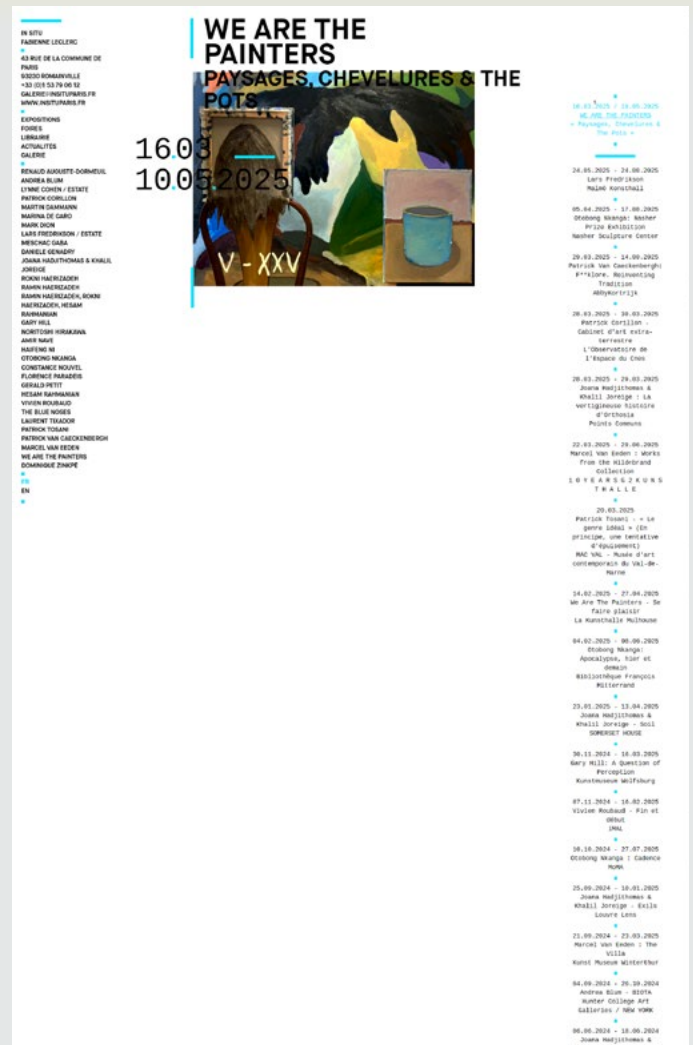


Ill.102 : EBAY. (Sans date). Ebay. Page d'accueil du site web français, bannière 1, le 21 mars 2025.



Ill.103 : EBAY. (Sans date). Ebay. Page d'accueil du site web français, bannière 2, le 21 mars 2025.

A contrario, les projets graphiques qui relèvent de la survivance sont beaucoup moins répétitifs dans leurs contenus. Pour prendre un exemple qui soit également un site Internet, observons le site de la galerie In Situ – Fabienne Leclerc¹⁷¹, désigné par Teschner – Sturacci en 2013 (et qui n'a d'ailleurs pas changé de design depuis) et développé par CURATOR STUDIO. Sur ce site web, les pages se composent généralement de deux menus : un à droite, qui est le menu général, et un dans la page, soit à gauche (ill. 104), soit en dessous du visuel principal (ill. 105). Ce second menu propose toujours des informations différentes du premier, et ne répète aucun ensemble de texte du menu général. D'un point de vue textuel, le mot galerie apparaît bien deux fois, mais dans l'une de ces deux occurrences, c'est purement circonstanciel : le mot galerie est le nom d'utilisateur de l'adresse e-mail de contact. De même pour le nom de la galerie « In Situ », qui est le nom du site Internet, et du même coup, le nom du serveur qui héberge l'adresse e-mail. Ces deux éléments textuels sont les seules répétitions des pages de ce site Internet. Du point de vue de la structure, le site est organisé autour de deux éléments géométriques : le carré et le filet de couleur. Chacun sert une fonction différente : les carrés séparent les contenus et les filets attirent l'attention sur des contenus donnés. Ces éléments graphiques



Ill.104 : STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2013). Galerie In Situ – Fabienne Leclerc. Page d'accueil (extrait). Consulté le 24 avril 2025.

ne répètent pas le sens de l'autre. De même, les textes en couleur indiquent que l'on a sélectionné un contenu donné ou qu'on s'apprête à le faire. Ces textes ne sont pas en plus soulignés ou ombragés. La mise en couleur des textes est un des deux seuls procédés graphiques utilisés par le site, le second étant la superposition de *headers* à l'image de couverture de la page. Cette simplicité formelle est un aspect cultivé par Frédéric Teschner. Dans un entretien mené par Sandrine Maillet et Anne-Marie Sauvage pour la *Revue de la Bibliothèque nationale de France*, Teschner indique :

... j'ai développé dans les sites Web une esthétique retenue, très économique, et une recherche d'efficacité. [...] Sans m'en rendre compte, c'est plutôt cette esthétique que j'ai d'emblée saisie et proposée comme une écriture, quasiment « de résistance », face au « tout numérique ». (Maillet et Sauvage, 2013)



Ill.105 : STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2013). Galerie In Situ – Fabienne Leclercl. Page de présentation du travail de l'artiste Auguste Dormeuil (extrait). Consulté le 24 avril 2025.

Le designer s'attache à un certain dépouillement graphique dans ses web design. Cette approche est ouvertement une réponse à l'esthétique dominante en ligne, qui s'apparente à l'esthétique de la profusion que nous avons repérée.

L'énumération graphique

Outre la répétition, l'autre principe qui s'apparente à l'allure des allées de supermarché est celui de l'énumération. Celles-ci ne sont pas simplement remplies du même produit en plusieurs exemplaires. Dans l'imaginaire, le supermarché ne correspond non plus au temps des pénuries, mais à celui de l'abondance : une myriade de produits d'un même

genre s'aligne sur des rayons de plusieurs étages, sans aucun de trous. Le supermarché est une grille bien remplie.

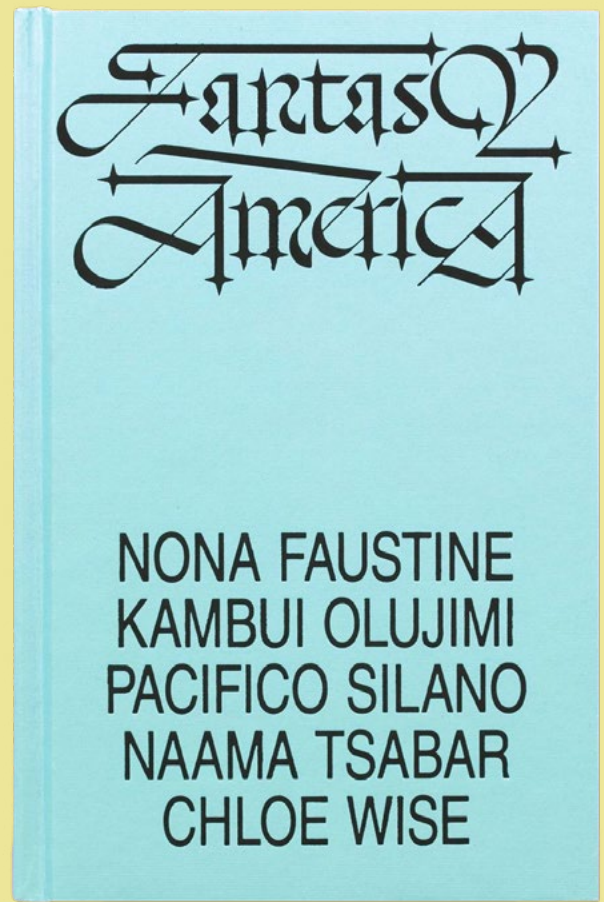
Pour prendre un second exemple, relevant cette fois de l'édition, prenons la page d'un numéro de Science et Vie Junior (ill. 106). Sur la page, qui contient un genre d'entretien, on observe que le « blanc », qui témoigne pour beaucoup de la préciosité d'une édition¹⁷², est pratiquement réduit au minimum (minimum néanmoins lui-même entamé) : un peu d'espace autour de l'exergue, une marge d'un centimètre à droite, et des marges plus grandes en pied et en tête. Cela résulte de la présence d'informations dans toutes les zones : le surtitre et des images détournées d'insectes en haut, le numéro de la page et une autre image en bas, les crédits graphiques à gauche, et tout le reste, s'il n'est pas dédié au corps du texte, est occupé par une image ou des informations secondaires. Tout est visible, lisible, mais presque sans hiérarchie. Par exemple, les informations secondaires, en bas à droite, sont dans une police plus grosse et dans un genre de cartouche. Tout est rempli, presque à craquer. Oppressante, l'énumération participe de l'effet de trop-plein et renforce l'impression de bombardement visuel et d'angoisse qui peut déjà naître lorsqu'il y a répétition. De l'énumération découle une texture visuelle très dense. À la fois complexe et opaque, elle rend l'objet lisse, sans profondeur : tout ce qu'on veut montrer l'est.

Dans des projets qui relèvent de la survivance, l'énumération de différents éléments et la densité visuelle qu'elle provoque sont rares. Multiplier les références, et donc les éléments visuels de natures différentes, empêche généralement de traiter les références dans leur complexité

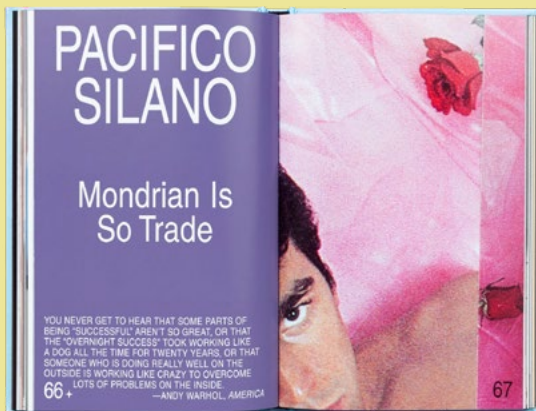


Ill.106 : ANSERMET, F. et VERNIER, C. (2009). Le premier bug. Magazine (numéro 243 de Science et Vie Junior), page 30, 273 x 233 x 2 mm.

172. C'est ce que nous rappelle Olivier Bessard-Banquy dans son essai sur l'histoire du livre imprimé en France « Le livre entre noir et blanc : l'espace de la page imprimée ». La gestion du blanc sur la page et sa grande quantité est depuis le XIX^e siècle, l'apanage des éditions luxe, et il nous explique qu'« avec l'apparition du livre de poche, les marges vont en disparaissant toujours davantage. » (Bessard-Banquy, 2007)



III.107 : SCHLENKER, E. *et al.* *Fantasy America*.
Couverture du catalogue.



III.109 : SCHLENKER, E. *et al.* *Fantasy America*. Pages 66 et 67.



III.110 : SCHLENKER, E. *et al.* *Fantasy America*. Pages 94 et 95.



historique et donc de leur apporter une transformation. Parce que les formes de la survivance s'attachent à la transformation formelle de leurs références (médium, genre, thème, technique, etc.), donc à leur compréhension approfondie, elles en limitent souvent le nombre. Le livre *Fantasy America*, conçue par Elana Schlenker, en collaboration avec quatre autres designers (Élise Rigollet, Jordi Ng, Mimi Jiao et Wei Huang pour le lettrage) témoigne de ce fait. Issu de l'identité de l'exposition d'art contemporain « Fantasy America », il transpose les ressorts graphiques de la signalétique d'exposition dans un catalogue. « Tirant son nom de la publication inaugurale d'Andy Warhol America (1985)¹⁷³ », « Fantasy America » porte sur la culture américaine et ses médias. Dans ce cadre, cinq artistes furent invités à revisiter « l'œuvre [d'Andy Warhol] à travers leurs propres pratiques, proposant un portrait de la vie aux États-Unis à un moment où l'organisation politique et sociale du pays est remise en cause¹⁷⁴ ». Il s'agissait donc, pour les artistes, de poser un regard contemporain sur une problématique historiquement liée au Pop Art. Dans ce cadre, plutôt que de reprendre des codes de l'esthétique de la profusion propre aux médias, comme l'a fait le pop art, le catalogue emprunte une voie qui s'éloigne de tout principe d'énumération. Dès la couverture, seulement deux éléments de

texte, de la même couleur, se partagent l'espace : le lettrage dessiné par Wei Huang et le nom des artistes (ill. 107). Un large espace vide est aménagé entre ces deux éléments. Dans l'édition, on repère également une densité de contenus assez faible. Par exemple, dans une double page dédiée à une œuvre de Naama Tsabar, les blocs de textes et les images sont séparés par de grandes marges et le numéro de la page est entouré de blanc, quitte à déformer le bloc de texte (ill. 108). À ces vides s'ajoutent deux grands rectangles vides, ainsi qu'une large marge intérieure au niveau du bloc de texte de la page de gauche. En outre,



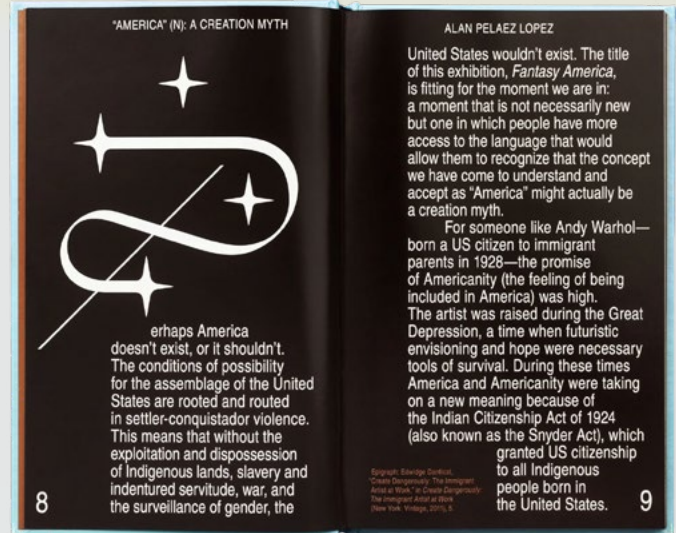
173. Nous traduisons : « Taking its name from Warhol's seminal publication America (1985) » (FA, 2021)

174. Nous traduisons : « [Andy Warhol's] work through their own practices, offering a picture of American life in a moment of political and social reckoning. » (Ibid.)

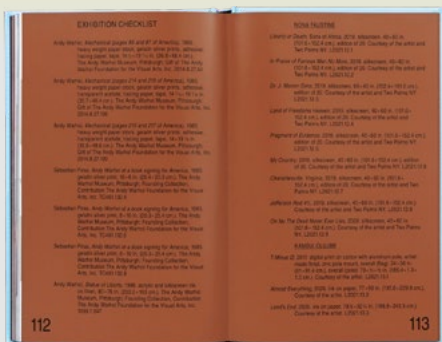
cette double page ne comporte que cinq types d'éléments graphiques : le texte de labour, une étoile à quatre branches qui indique le début du paragraphe, les photos, le nom du chapitre et le numéro de la page. Contrairement à l'exemple précédent, les différents textes sont tous composés avec le même caractère, avec seulement trois types de variations : la graisse, la taille et la casse. Tous les textes, ainsi que l'étoile sont en noir, comme c'était le cas sur la couverture. Seul contrepoint à cette économie graphique qui caractérise tout l'ouvrage est la couleur des pages : la page de chapitre de chaque artiste est d'une couleur différente (ill. 109 et 110), et les pages qui ne sont dédiées à aucun d'entre eux sont sur fond soit noir soit ocre (ill. 111 et 112). Il ressort de cette édition une forte cohérence graphique que n'ont pas les objets de design médiatique qui mettent en jeu le principe d'énumération.

La multiplication des effets

Enfin, étudions le troisième principe qui travaille nombre de productions de design médiatique : la multiplication des effets. Répondant à la logique du spectaculaire qui domine les médias, l'effet ne se suffit plus en tant que tel. Dans des objets graphiques conçus selon cette logique, les effets s'accumulent : superposition, dégradé, ombre portée, flou, pixélisation, trame, bichromie, etc. Parfois, multiplier les effets mène à leur entremêlement. Avec un outil comme Photoshop, on peut facilement produire des images ou des textures avec une dizaine d'effets sans que cela soit sensible sur l'objet final. Dans un tel cas de figure, les effets agissent comme des couches superposées de glaci



Ill.111 : SCHLENKER, E. et al. *Fantasy America*. Pages 8 et 9.



Ill.112 : SCHLENKER, E. et al. *Fantasy America*. Pages 112 et 113.

approche de la création (ill. 113). Du point de vue de la composition, on repère déjà quatre moyens visant à diviser l'espace. L'affiche est découpée en plusieurs rectangles de couleurs, eux même organisés par des formes ovales. Dans le rectangle du bas, un filet sépare les logos des sponsors du reste de la composition. Le tout est enclos dans un cadre composé d'une suite d'ovales. S'agissant des textes, on observe un même foisonnement. La plupart sont composés dans une linéale humaine en bold ou en light. Les chiffres sont en général écrits avec une police à empâtement très contrastée. Mais les textes principaux, le typogramme et la date de l'événement ont la particularité d'introduire une nouvelle police pour presque chaque caractère. De plus, bien que «18th» n'utilise qu'une seule font, le «th» est un lettrage. En tout, on compte près de neuf styles de caractère, et cinq de plus en ajoutant le lettrage et le typogramme. Imprimée en risographie, la superposition et les mélanges de couleur sont les principaux effets que cette technique engendre. Néanmoins, l'affiche ne s'en contente pas. Un dégradé de couleur est appliqué au cadre, aux lettres «K» et «C» du typogramme et à un élément décoratif. La lettre «C» comporte également un décalage

dans une peinture à l'huile. Le principe de multiplication des effets ne fonctionne pas comme ça dans le design médiatique. Dans ce cadre, la multiplication est caractérisée par le fait que chaque effet reste discernable des autres, soit parce qu'ils sont juxtaposés, soit parce qu'ils sont exagérés.

L'affiche promotionnelle du festival universitaire «CMYK», dédié aux illustrations et aux objets imprimés, conçue par Nicholas Stevenson, est un exemple parlant de cette

Ill.113 : STEVENSON, N. (2024). Affiche pour l'édition 2024 du festival CMYK, Risographie.



le titre de l'exposition qui occupe toute la longueur du bord supérieur, une photographie et sa légende placées directement sous la moitié gauche du titre, et un bloc de texte en bas, qui regroupe quelques informations sur le musée et les sponsors. Comme dans la majorité des projets du studio, une seule police de caractère est utilisée. A contrario de la diversité de caractères que l'on retrouvait dans l'affiche du festival «CMYK», selon les mots de Caroline Bouige dans son article «**Systèmes d'énonciation – Spassky Fischer**», les designers du studio «**assume[nt] une certaine homogénéité typographique**» (Bouige, 2022). Une composition efficace répond à cette épure typographique. La photographie, en noir et blanc, est à la fois le seul point de clarté de l'affiche et l'unique élément iconographique. Elle est encadrée d'un liserait blanc, géométrique, net. Sa présence oriente efficacement le regard, sans circonvolutions. De plus, tous les blocs de textes sont alignés à la grille de ligne de base, ferrés à droite ou occupant toute la largeur de l'affiche (sans empiéter sur les marges). Cette épure résulte d'un travail de simplification à partir de leurs premières propositions d'affiches pour le Mac Val. Sur ces premières affiches, n'ayant pas repris le logo du musée, le studio avait eu l'idée d'appliquer le nom du musée, en larges lettres, par-dessus la composition. Comme un «label», le nom placé à l'oblique était immanquable. On peut le voir dans les affiches de l'exposition «Cherchez le garçon» (ill. 115), réalisées deux ans auparavant. Avec l'affiche pour «Sans réserve», Spassky Fischer diminue la gamme des effets graphiques de l'identité du musée. Hormis le cadre blanc autour de la photographie, l'affiche n'a plus qu'un effet : le choix typographique. Contrairement à la plupart des projets du



Ill.115 : SPASSKY FISCHER. (2015). Affiche pour l'exposition du Mac Val «Cherchez le garçon».

studio, la police de caractère utilisée n'est pas la Neue Haas Grotesk. Il s'agit de la Times Gothic, dessinée par Hugo Anglade. Cette police de caractère épaisse et accidentée avait pour les membres du studio un rôle particulier. Cités par Caroline Bouige, ils expliquent :

L'idée de départ était de réaliser des affiches qui évoquent celles des anciennes fêtes de village [...]. Nous avons envie de désactiver le côté élitiste de l'art contemporain (Ibid.)

Derrière ce choix de police de caractère, il y a bien quelque chose qui relève de la référence. Dans un court article dédié à l'identité du Mac Val pour la revue Étapes, Marion Bothorel pointe effectivement que **« Spassky Fischer réalise une proposition vernaculaire inspirée des affiches de rue pour les brocantes ou pour les tournois de pétanque » (Bothorel, 2018)**. La Times Gothic exprime en effet quelque chose de plus que les mots qu'elle écrit (contrairement à la Neue Haas Grotesk, particulièrement neutre aux yeux des membres du studio Spassky Fischer). Ici la police de caractère constitue ainsi l'effet unique sur lequel est construite l'affiche.

3.3/ POSTURES AMBIVALENTES ET LIMITES ÉCONOMIQUES

La notion de survivance ouvre des possibilités politiques pour le design et les designers, ainsi qu'une alternative à la fois formelle et méthodologique à l'esthétique de la profusion. Dans mon projet de fin d'études, cette notion a eu une influence directe sur le type d'objet graphique que j'ai choisi de concevoir. Néanmoins, il est important d'observer que, chez les designers que nous avons étudiés, l'entièreté de leur pratique n'est pas parfaitement conforme à ce principe. Certains choix graphiques, certains projets, sortent du cadre de la survivance.

Les productions graphiques sont soumises à un marché très compétitif où la renommée d'un designer ou d'un studio ne suffit pas à définir d'un prix de vente. Le design graphique n'est pas, à la différence de l'art, un produit de luxe : dans l'économie capitaliste telle qu'elle se caractérise aujourd'hui, toute entreprise, tout produit, toute institution a besoin d'un minimum de communication. Tous ces clients potentiels sont face à un choix : « à qui commander notre communication ? » Missionner des designers graphistes,

engager une agence de communication, essayer de le faire soi-même en ligne, faire des visuels avec une IA, etc. Pour les graphistes, même les plus importants sur la scène internationale, il s'agit d'être compétitif : proposer les meilleurs délais, créer les outils les plus faciles à utiliser, offrir le projet le plus original, etc. Partie prenante du système économique, les productions graphiques ne peuvent pas se détacher des pressions de celui-ci.

Systematicité et rentabilité

Cet enjeu de rentabilité contraint les choix formels faits par les designers. Pour rester compétitifs et alléger la quantité de travail dédié à chaque projet, des décisions graphiques, parfois drastiques, sont prises. Les outils de travail auxquels se limite le studio Spassky Fischer répondent en partie de cette logique. C'est particulièrement vrai concernant leur utilisation pratiquement systématique du caractère Neue Haas Grotesk. Dans une interview radiophonique, menée par Victoire Le Bars pour *Duuu Radio, Hugo Anglade indique :

Ça a été une forme de soulagement, comme le disait Thomas. Réfléchir à un caractère à chaque nouveau projet, c'est consacrer du temps, c'est effectivement l'adapter à une grille qui doit être prévue en fonction. C'est beaucoup de choses sur lesquelles du coup on ne passera pas du temps aussi. (Le Bars, 2020, 15 décembre).

Dans leur contexte de travail, évacuer la question de la police de caractère leur a permis de se consacrer à d'autres aspects graphiques, car ne pas en changer est un réel gain de temps. Le principal avantage de cette approche est qu'elle permet de ne plus se préoccuper de choisir une police de caractère unique pour chaque projet. Avoir une unique police de caractère qu'on applique à chaque projet permet aussi de ne pas avoir à trouver des combinaisons de *font* qui fonctionnent bien ensemble. Autre gain de temps : il n'est plus nécessaire de créer une grille de ligne de base à chaque nouveau projet. Mais n'avoir qu'une seule police de caractère présente aussi des

avantages dans la relation client : puisque son usage devient une particularité du studio, sa « marque de fabrique », il n'est plus nécessaire d'expliquer le choix typographique au client, aspect qui est renforcé par le fait que la Neue Haas Grotesk est particulièrement neutre et usuelle dans le monde du graphisme. Cela accélère la relation avec le commanditaire, et augmente ainsi encore un peu leur efficacité. Enfin, n'avoir qu'une seule *font* est un grand avantage d'un point de vue économique : au lieu d'acheter plusieurs de polices pour chaque projet, ou de dépendre d'Adobe, le studio a investi dans un caractère, bien dessiné, qu'il applique à presque tous ses projets depuis 2016. En outre, le studio a systématisé d'autres principes. Caroline Bouige, dans son article « Système d'énonciation », rapporte que :

Spassky Fischer tend également à généraliser la justification des paragraphes dès lors que le nombre de pages, de colonnes ou de supports nécessiterait des réglages de drapeau chronophages (Bouige, 2022)

La justification des textes fait également partie des éléments que le bureau de graphisme évacue de sa réflexion graphique pour les documents longs. Encore une fois, cela permet d'être plus rentables, car les réglages de la justification peuvent être entièrement automatisés sur InDesign, ce qui n'est pas le cas des textes en drapeau. Bien que les productions du studio ne relèvent pas de l'esthétique de la profusion, ces formes sont plus qu'informées par le système économique. Ce dernier détermine des attitudes de travail et favorise des formes spécifiques. La systématisme de certaines logiques graphiques peut ainsi tendre vers une répétition à l'échelle du porte-folio du studio.

Les recettes graphiques comme identité

Cette répétition engendre une ligne créatrice donnée. Les outils de travail, comme des ingrédients, déterminent une « recette » qui donne une image de marque au studio. Par la systématisme de son travail, dont l'aspect est particulièrement cohérent, Spassky Fischer propose un travail qui vient les identifier

auprès de commanditaires potentiels. Ce n'est pas exactement un style, car les « ingrédient » n'implique pas un traitement semblable à chaque projet, mais pour un commanditaire, c'est l'image qui s'en dégagera. Cette question de « recette » est aussi présente dans le travail de Frédéric Teschner. Du fait de son intérêt marqué pour l'image pixel, presque toutes ses productions intègrent cette notion dans leur forme. Dans l'entretien « Pixels et trames, Frédéric Teschner », mené par Sandrine Maillet et Anne-Marie Sauvage, le designer explique ceci :

Beaucoup d'éléments dans mes travaux sont ainsi liés à la trame ou à la pixélisation, aux différents niveaux de résolution des images, à la précision, et à l'échelle. (Maillet et Sauvage, 2013)

Dans le travail de Teschner, et particulièrement dans ses affiches, mais aussi dans d'autres objets graphiques, les éléments graphiques sont abîmés, distordus. Les images sont détériorées par des trames et des filtres de couleur (ill. 116). Les lettres sont tourmentées : compressées, ondulantes, flottantes, etc. (ill. 117). Ces *gimmicks* tendent vers l'effet en ce qu'ils sont réutilisés d'un projet à un autre, combinés avec d'autres. Par exemple, pour l'agenda de la saison 2009-2010 du centre d'art contemporain de Chelles, les photographies qui accompagnent le texte sont traitées avec une trame, et certaines zones géométriques apparaissent en bichromie (ill. 118). En 2013, il reprend la trame en demi-teinte dans l'affiche « Le monde transforme change l'art », pour le projet HQAC mené par Stefan Shankland (ill. 119). Cette fois-ci, la trame est appliquée à une photo entièrement en noir et blanc, sur laquelle apparaissent un diagramme et des mots, tous plus ou moins ondulants.



Ill.118 : TESCHNER, F. (2009). *Journal des églises centre d'art contemporain de la ville de Chelles 2009-2010*. Double page.



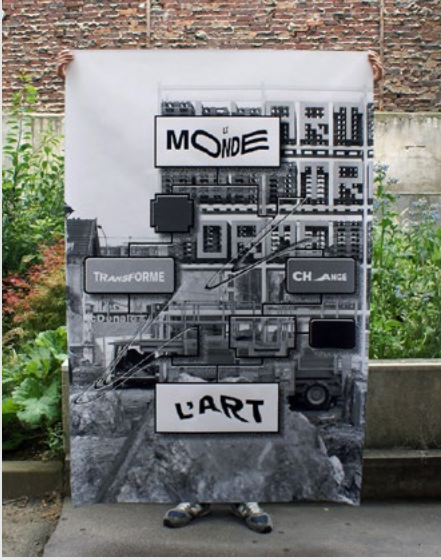
Ill.116 : STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2014). Flyers pour la saison 2014–2015 du Centre dramatique national Nanterre–Amandiers.



Ill.117 : STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2015). *Parcours de la collection #7, L'Effet Vertigo*. Première de couverture du catalogue pour le Mac Val.

Ces deux principes, particulièrement prévalents dans la pratique de Frédéric Teschner, sont par exemple également combinés dans le polyptyque *H A V R E* (ill. 81). Avoir un objet que l'on travaille de façon récurrente en graphisme peut faire pencher le travail du designer vers une logique de l'effet. Dans la mesure où la profession implique de répondre à un grand nombre de commandes par an, cela ne laisse probablement pas le temps pour réinventer à chaque fois les procédés graphiques qui transforment la référence historique.

Or, comme nous l'avons déjà vu, tout le travail d'une artiste comme Rachel Whiteread, bien que systématique, est quand même considéré par Foster comme relevant de la survivance. La limite est fine entre systématisation radicale de l'approche créative et logique de l'effet. Dans un monde marchand, se démarquer de la concurrence est primordial. Avoir sa « marque de fabrique » est un moyen de le faire, tout en offrant une vision du monde donnée, ce qui permet au client de se projeter dans une collaboration avec tel studio ou tel



Ill.119 : TESCHNER, F. (2013). *Le Monde transforme/change l'art*. Affiche pour le projet HQAC de Stephan Shankland. Sérigraphie, 120 x 176 cm.

graphiste. La récurrence de certains traitements graphiques chez Frédéric Teschner, et plus encore le système défini par le studio Spassky Fischer, se situent tous deux sur cette limite. Hormis déterminer une pratique assez radicale, ces approches du graphisme, si elles ne visent pas particulièrement à définir une identité de marque, tendent toutefois à créer des habitudes graphiques, des modèles à réemployer. Bien que ces démarches ne constituent donc pas exactement un retour au design médiatique, elles nous font nous interroger sur la mesure dans laquelle une pratique du design peut réellement se défaire du médiatique, dans notre économie politique actuelle.

Du graphisme incompatible avec les enjeux professionnels

Dans la mesure où le design graphique semble difficilement détachable de toute logique médiatique dans le cadre où il est directement en prise avec une multitude d'enjeux économiques, s'attacher sans compromission à la notion de survivance peut induire une sortie du design comme savoir-faire mis au service d'autrui. Le design graphique résulte en effet le plus souvent d'une commande. Dès lors, les préoccupations soulevées par Hal Foster ne peuvent pas toujours être satisfaites. Puisque le client a le dernier mot, il peut, en dernière instance, rejeter un projet ou exiger des modifications qui dénaturent le projet tel qu'il a été pensé par le designer. Un projet de graphisme est le plus souvent la confluence entre l'idée que s'en fait le designer graphique et les enjeux (souvent mercantiles) du client. Cette rencontre peut engendrer des conflits.

C'est une situation qu'a rencontrée le bureau Spassky Fischer, lors de la conception de l'identité graphique de l'École Supérieur d'Art des Pyrénées. Lors des discussions pour définir le brief, d'importantes difficultés sont apparues. Dans la conférence donnée par Manon Bruet et Thomas Petitjean à l'ELISABA de Barcelone, Thomas Petitjean raconte :

... c'était assez compliqué parce que nous avons commencé à travailler sur l'identité de l'établissement, mais les gens venant du pôle artistique de l'école nous ont dit qu'ils se méfiaient du design graphique. [...] Nous avons compris que nous ne pouvions pas travailler de la façon habituelle.¹⁷⁵

L'école d'art des Pyrénées, qui résulte de la réunion de l'école d'art de Tarbes et de l'école d'art et de design de Pau a ainsi la spécificité de réunir dans l'équipe pédagogique des designers graphiques et des artistes plasticiens. Lorsque les membres du studio ont entamé les discussions avec les responsables, les artistes plasticiens ont immédiatement verbalisé une défiance farouche à l'encontre du design graphique. C'est pourquoi il leur a fallu mettre en place une nouvelle méthode de travail pour concevoir l'identité visuelle de l'école. Ainsi, le studio a créé un protocole, qui s'inspire de **« l'art conceptuel, comme le "certificat" de Sol LeWitt¹⁷⁶ »**, indique Thomas Petitjean. Fondé sur une approche issue de l'art conceptuel, et notamment inspiré par les *Wall Drawings* de Sol LeWitt, le studio n'a donc livré qu'un texte (ill. 120), qui contient une liste de règles à suivre et à interpréter. Mais, dans les faits, ce protocole n'a jamais vraiment été utilisé. Petitjean explique :

En réalité ça a été un énorme échec. [...] nous ne voulions leur livrer que [...] ce protocole, mais ils nous ont demandé : « Nous sommes très contents de cette idée, mais la secrétaire ne sait pas vraiment se servir d'InDesign, donc vous devez nous créer un entête ». Nous avons dit « OK, faisons cet unique entête ». Et après, ils nous ont dit : « nous avons ce livre pour les étudiants que nous devons designer, et c'est assez pressé, donc pouvez-vous nous le designer s'il

175. Nous traduisons : « it was quite difficult because we started to work on the corporate identity but the guys from the art part told us they don't trust graphic design. [...] We realised that we couldn't work like the usual way » (Bruet et Petitjean, 2017, mai)

176. Nous traduisons : « conceptual art like the "certificate" from Sol LeWitt » (Ibid.)

vous plaît ? » Donc nous l'avons designé. Mais après ça [...], nous avons arrêté [...]. Ce qu'ils ont fait, c'est qu'ils ont scanné l'entête que nous leur avons créé et ils l'ont mis partout. Donc le protocole n'a jamais vraiment été utilisé.¹⁷⁷

Malgré le fait que ce protocole réponde aux attentes des responsables de l'établissement, concrètement, il ne correspondait pas à leurs besoins réels. En effet, dans la mesure où l'école n'avait pas de graphistes internes pour appliquer l'identité à chaque nouveau document, le protocole était proprement inutilisable par eux. Or, pour le studio, avoir à créer tous les documents de l'école n'était pas leur but, après avoir écrit la charte. Dès lors que Spassky Fischer a arrêté de produire des documents pour l'ESA Pyrénées, l'établissement a réutilisé l'entête créé par le studio (ill. 121) sur l'entièreté de sa communication. En 2021, l'école utilisait encore cet entête sur les bulletins (ill. 122), alors qu'elle avait changé de nom (devenu École Supérieur d'Art et de Design des Pyrénées, soit ESAD Pyrénées) et de logo. Le parti pris radical du studio, inspiré de l'art postmoderne, n'a finalement jamais abouti à une identité viable pour leur commanditaire, qui a finalement fait réaliser leur identité, quelques années plus tard selon une modalité plus conventionnelle, par d'autres designers.

RÈGLES DE COMPOSITION D'UN DOCUMENT	LE CORPS DE TEXTE	LES LETTRES
LA VALEUR DES MARGES CORRESPOND À 5% DE LA LARGEUR TOTALE DU DOCUMENT. L'ENSEMBLE DES MARGES DU DOCUMENT EST IDENTIQUE. AUCUN ÉLÉMENT TEXTUEL N'EST PLACÉ DANS LES MARGES. L'ESPACE RESTANT EST DIVISÉ DANS SA LARGEUR EN TROIS PARTIES ÉGALES.	DE LA MENTION « É S A PYRÉNÉES » EST TROIS FOIS SUPÉRIEUR À CELUI DE LA MENTION « — Pau Tarbes ». CES MENTIONS APPARAISSENT DANS LA MÊME COULEUR.	LES UNES EN-DESSOUS DES AUTRES, ET CENTRÉES ENTRE ELLES. LES ESPACES ENTRE LES SIGNES DU MOT SONT OPTIQUEMENT IDENTIQUES.
LES MENTIONS MINIMALES PRÉSENTENT SUR LE DOCUMENT SONT : « É S A PYRÉNÉES » + « — Pau Tarbes ».	LA MENTION « É S A PYRÉNÉES » EST DÉCOMPOSÉE ET DISPOSÉE DE LA MANIÈRE SUIVANTE :	L'ENSEMBLE « É S A PYRÉNÉES » APPARAÎT DANS LA MÊME VARIANTE DU CARACTÈRE CHOISI, EN LETTRES CAPITALES.
LE CARACTÈRE TYPOGRAPHIQUE EMPLOYÉ EST LE MÊME SUR L'ENSEMBLE DU DOCUMENT, IL NE COMPORTE PAS D'EMPATTEMENT.	LA LETTRE « É » EST ALIGNÉE À LA MARGE SUPÉRIEURE ET PLACÉE SUR LE PREMIER TIERS DU DOCUMENT.	LA MENTION « — Pau Tarbes » EST PLACÉE DANS UN DES ANGLES OPPOSÉS AU MOT « PYRÉNÉES ».
LE DOCUMENT NE COMPORTE PAS PLUS DE TROIS VARIANTES DIFFÉRENTES DU CARACTÈRE TYPOGRAPHIQUE EMPLOYÉ (EXEMPLE : LIGHT, BOLD ET BOLD ITALIQUE).	LA LETTRE « S » EST ALIGNÉE À LA MARGE GAUCHE ET CENTRÉE DANS LA HAUTEUR DU DOCUMENT.	N.B. LA MISE EN FORME DES CONTENUS PROPRES À CHAQUE DOCUMENT N'EST SOUMISE À AUCUNE RÈGLE SUPPLÉMENTAIRE, À L'EXCEPTION DE CELLE DU BON SENS.
	LA LETTRE « A » EST ALIGNÉE À LA MARGE INFÉRIEURE ET PLACÉE SUR LE PREMIER TIERS DU DOCUMENT. ELLE EST RENVERSÉE DE 90° PAR RAPPORT AU SENS DE LECTURE GLOBAL DES AUTRES MENTIONS.	
	LE MOT « PYRÉNÉES » EST ALIGNÉ À LA MARGE DROITE ET CENTRÉ DANS LA HAUTEUR DU DOCUMENT. IL EST DISPOSÉ EN COLONNE :	

Ill.120 : SPASSKY FISCHER. (Sans date). Protocole de l'identité de l'ESA de Pau.

177. Nous traduisons : « this was a big failure, actually. [...] we wanted to give them only [...] these guidelines, but they asked us: "We are really happy with this idea, but the secretary doesn't really know how to use InDesign, so you have to make us one letterhead." We said: "ok, let's do this one letterhead." And then after they told us like: "We have this book for the student we have to design and it's quite the rush so could you please design it." So, we designed it. But after that [...] we stopped. [...] What they did is that they scanned the letterhead and they put the letterhead everywhere. So, it never really happened. » (Ibid.)



III.121 : SPASSKY FISCHER. (Sans date). Entête pour la papèterie de l'ESA de Pau.

À viser consciemment des préoccupations qui relèvent de la survivance, alors que cela va parfois à l'encontre des attendus des commanditaires, le design graphique encourt le risque de se détourner de la commande. La prévalence du graphisme destiné à être exposé souligne déjà que cette tendance existe dans le design graphique. Il existe en effet plusieurs centres d'art spécialisés dans l'exposition du design graphique en

France. C'est le cas du Signe à Chaumont, où se tient tous les ans le festival de l'affiche, ou du Bel Ordinaire à Billière, dont la moitié des expositions sont dédiées au graphisme et qui accueille des designers en résidence (ce fut par exemple le cas de Sophie Cure, en 2021).

Ainsi les designers qui voudraient créer des objets s'inscrivant essentiellement dans des problématiques soulevées par la notion de survivance pourraient être enclins à ne faire que des projets personnels, manquant alors la fonction sociale du graphisme. C'est une ambivalence qui a beaucoup préoccupé Frédéric Teschner durant sa carrière. Il évoque cela dans l'entretien qu'il a donné à Sandrine Maillet et Anne-Marie Sauvage :



III.122 : Anonyme. (2021). Relevé de note de l'ESAD de Pau. 21 x 29,7 cm.

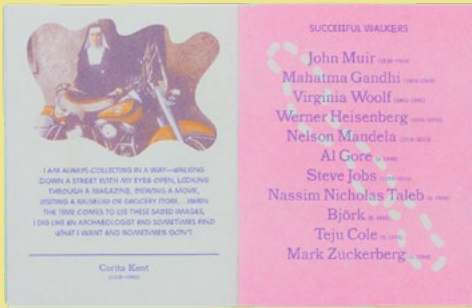


III.123 : SCHLENKER, E. (2016). Facebook *Slow Down...* campaign. Affiche sérigraphiée.

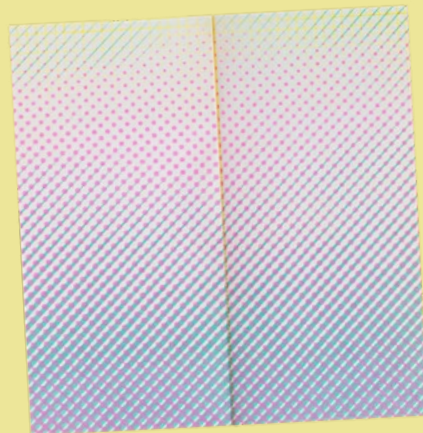


III.124 : SCHLENKER, E. (2016). Facebook *Slow Down...* campaign. Affiche sérigraphiée.

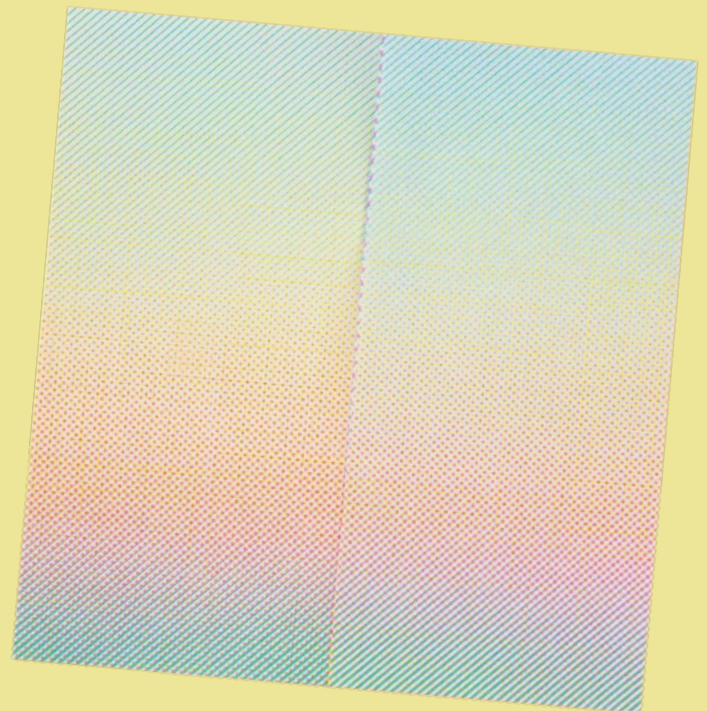
III.126 : SCHLENKER, E. (2016). *Small Things*. Affiche sérigraphiée.



III.125 : SCHLENKER, E. (2016). *A Brief History of Taking Your Time: From BC to RN*. Fanzine risographié pour la Facebook *Slow Down...* campaign. Double page du fanzine.



III.127 : SCHLENKER, E. (2017). *Sunset Samples*. Double page du fanzine imprimé en risographie.



III.128 : SCHLENKER, E. (2017). *Sunset Samples*. Double page du fanzine imprimé en risographie.

Je suis assez tiraillé entre plusieurs désirs. J'ai celui de me mettre en position de fabriquer moi-même des projets et, en même temps, je crois que le graphiste doit continuer à exercer son rôle dans la cité (Maillet et Sauvage, 2013)

Ce rôle social du graphisme, assumé et théorisé par les designers constructivistes, est aussi un aspect point central de la profession de graphiste pour Teschner. Sa place au sein du monde social, son rôle de communicant lui tient à cœur. Et pourtant, le designer a aussi le désir d'explorer des problématiques personnelles dans des créations qui sortent de la commande au sens stricte. Le polyptyque *H A V R E* et l'affiche *Dark Santa Claus* que nous avons analysés sont des projets de ce type. Régulièrement en résidence, Teschner a, tout au long de sa carrière, mené des projets plus personnels, en lien avec l'image et sa détérioration, problématiques qu'il ne pouvait pas nécessairement approfondir dans ses travaux de commande.

Cette ambivalence est également notable dans la pratique d'Elana Schlenker. Celle-ci a commencé sa carrière de designer en concevant une revue sur la Typographie appelée *Gratis Type*. Mené dans son temps libre, ce projet personnel n'a été distribué qu'à toute petite échelle, comme un tirage d'art l'aurait été. Une fois son studio monté, elle a continué à mener des projets personnels, et a aussi régulièrement participé à des résidences. Pendant deux ans, Schlenker a entre autres fait partie du programme de Meta Open Art « Designer in residence » au cours duquel elle a réalisé trois projets. Le premier, autour de la question du temps et du ralentissement, se compose de deux affiches et d'un petit livret risographique (ill. 123 à 125). Les deux objets graphiques sont assez peu expérimentaux. Le second projet est un poster créé à l'occasion de la fin de la première résidence (ill. 126) ; il célèbre la collaboration. Cet objet est presque une illustration, la ligne de texte en



bas de la page étant à peine visible. Le dernier projet est une entreprise purement expérimentale. Il consiste à travailler matériellement, à l'aide de trames, la couleur de photos de couchers de soleil (ill. 127 et 128). Les deux derniers projets en particulier se détournent assez franchement de l'impératif de la commande. Bien que ces trois dernières années, la designer graphiste n'ait pas participé à d'autres résidences, l'abondance de projets ne répondant pas particulièrement à des commandes interroge sur le statut du design graphique dès lors que les enjeux de la survivance et les thématiques personnelles apportées par le graphiste viennent à dominer sa pratique, au risque de la faire basculer dans l'art.

De façon un peu moins extrême, j'ai senti une friction entre les ambitions de mon projet de fin d'études et le problème du commanditaire. Pour *Dé-dallage*, j'ai ainsi adopté une posture qui m'éloigne de la commande commerciale. Pour m'assurer que les enjeux graphiques que je souhaitais mettre en œuvre avaient du sens, je me suis tournée vers une demande associative. Or, dans la réalité, ce genre de commande ne permet pas de rémunérer correctement un designer : les financements d'une association, et ce même quand elle bénéficie d'aides publiques, ne sont pas ceux d'une entreprise, ce qu'ils peuvent payer à un graphiste est rarement assez comparativement au temps de travail et aux savoir-faire mis en œuvre par un designer. Ce projet, s'il n'est pas dans l'absolu irréaliste, n'est pas non plus un débouché professionnel viable.

Formes médiatiques et radicalité

En contre point de l'incursion du graphisme dans l'art, l'on retrouve des principes propres à la profusion dans le porte-folio des designers que nous avons étudiés. Le design médiatique et son esthétique sont particulièrement prégnants dans le paysage graphique et visuel de notre environnement contemporain. Nous sommes tous habitués à ces formes¹⁷⁸. Dès lors, il semble cohérent que le travail des graphistes que nous avons étudiés, s'il s'apparente en certains aspects à la survivance, puisse aussi reprendre des principes de profusion.

178. Il ne s'agit pas ici d'établir un jugement de goût : si nous les critiquons ici, c'est, car elles posent un problème relativement à la posture du designer, et non, car elles seraient « de mauvais goût ».

Si pour la plupart d'entre nous, les images de la profusion habillent notre quotidien, la prégnance de l'esthétique de la profusion se concrétise aussi dans les ouvrages de référence en graphisme. Des productions qui relèvent du design médiatique figurent jusque dans des ouvrages dirigés par des fonctionnalistes convaincus.

Steven Heller est un exemple notoire. Designer et critique qui a évolué pendant la période postmoderne, il est l'auteur de «La Secte du moche», un pamphlet à l'égard de la déconstruction. Dans ce texte, il critique les formes graphiques produites dans cette mouvance, sous prétexte qu'elles ne répondent pas à une logique fonctionnaliste :

Le souci, avec la religion du graphisme laid initié par les écoles d'art d'avant-garde et leurs diplômés, est que celui-ci est devenu très rapidement un style repris par tous ceux dénués d'intelligence, de la discipline et du bon sens nécessaires pour en faire quelque chose d'intéressant. [...] la laideur n'est pas un problème lorsqu'elle découle du principe selon lequel la forme suit la fonction. Mais comme une fin en soi [...] elle dévalue le graphisme tout entier. (Aucompte, Darricau et al., 2023, p. 178)

Dans cette citation, ce que Heller caractérise comme laideurs, ce sont l'exubérance graphique et l'illisibilité qui constituent une part des procédés visuels utilisés par la déconstruction. Il désavoue toute la création déconstructionniste sous prétexte qu'elle ne serait pas fonctionnaliste. Et si dans ce paragraphe qui conclut l'article, il sous-entend que les productions issues des écoles d'avant-garde utilisent cette «laideur» de façon plus justifiée, le reste de l'article démontre qu'il n'en est rien en réalité. Même les productions des étudiants de Cranbrook, comme la publication *Output* (ill. 129), sont qualifiées d'«**outrageusement laides**» (ibid., p. 177). Et pourtant, malgré la défiance de Steven Heller à l'égard de la déconstruction et son rejet de la modernité, il publiera presque 20 ans plus tard *The graphic design idea book*, dans lequel le roman 11/22/63 designé par Rex Bonomelli figure à titre de modèle pour

tout designer (ill. 43). Les objets graphiques médiatiques, qui envahissent l'espace visuel, sont devenus des sources d'inspiration légitimes.

Dans le travail d'Elana Schlenker, ce fait est particulièrement prégnant. Une partie de sa production reprend plusieurs des codes de l'esthétique de la profusion pour les réemployer dans des projets visuellement séduisants. Ces codes ne sont ni utilisés de façon ironique, ni proprement détournés. Ils sont mobilisés comme des outils de création, combinés avec des principes plus économes. Le site web créé pour Hacking Finance¹⁷⁹, un média dédié à la finance, est représentatif de l'influence du médiatique sur le travail de Schlenker. Conçu avec Mark Pernice et Leslie Campisi, et développé par Maria Adelaide, le site est proprement maximaliste. À première vue, il déborde de couleurs, d'images et de motifs. Chaque page sur laquelle on se rend est précédée d'un écran de chargement dont les couleurs changent chaque fois (ill. 130 à 133). La page d'accueil du site présente une mosaïque sans gouttières de blocs de couleurs et d'images (ill. 134). En réponse à la vaste palette de couleur et de motifs, le site présente une sélection d'images éclectiques, qui mélange illustrations, GIFs et photographies. Cette pléthore d'éléments différents, bien qu'elle soit modérée par une sélection limitée de polices de caractère (une linéale avec variation *bold* et une mécanique) et une structure assez simple, demeure très représentative du principe d'énumération. Si les procédés graphiques de l'esthétique de la profusion sont loin de dominer la production d'Elana Schlenker, un travail comme celui réalisé pour Hacking Finance souligne la perméabilité de la survivance en graphisme au design médiatique.



Ill.130 : SCHLENKER, E. *et al.* (2017–2020). Page de chargement du site Internet Hacking Finance.

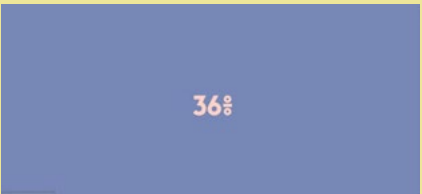


Ill.131 : SCHLENKER, E. *et al.* (2017–2020). Page de chargement du site Internet Hacking Finance.

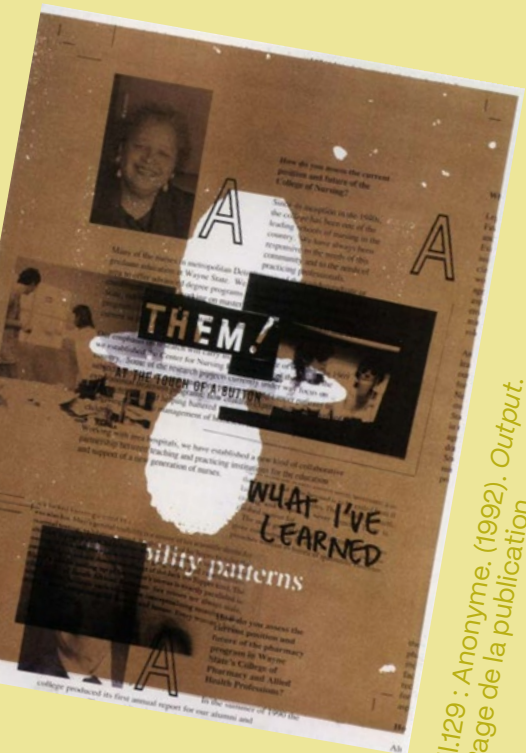
179. Disponible à l'adresse <https://www.hacking.finance/>



III.132 : SCHLENKER, E. *et al.* (2017–2020). Page de chargement du site Internet Hacking Finance.



III.133 : SCHLENKER, E. *et al.* (2017–2020). Page de chargement du site Internet Hacking Finance.



III.129 : Anonyme. (1992). Output. Page de la publication.

III.134 : SCHLENKER, E. *et al.* (2017–2020). Sans nom. Site Internet de Hacking Finance, page d'accueil.

3.4/ LA RÉCUPÉRATION

Des limites économiques, structurelles et fonctionnelles entachent la portée politique du design graphique relevant de la survivance. Si l'on a noté l'introduction de procédés médiatiques dans les travaux de designers qui s'inscrivent en général dans la logique de la survivance, on peut aussi observer un processus inverse dans le design médiatique. Les formes qui sont produites dans le cadre de l'approche proposée par Foster demeurent discréditées par le design médiatique, qui intercepte ces formes et les instrumentalise. Ce langage formel intégré, il rejoint les autres effets sur lesquels s'appuient les formes médiatiques. Ce qui se produit, c'est une absorption progressive des formes subversives.

Appropriation et répétition du modèle

Malgré le fait que les formes médiatiques aient intégré le champ de référence de Steven Heller, il reste critique à l'égard des objets les plus représentatifs et les plus caricaturaux de cette catégorie. Dans « Tout le monde est alternatif », il remarque bien le phénomène d'appropriation qui est opérant dans le design médiatique :

La culture commerciale dépend pour sa propre survie du viol de la propriété intellectuelle. La grande distribution pille les idées de quelques visionnaires, les altère parfois légèrement, et les présente au public comme des produits nouveaux. Dans le même mouvement, une expression authentique devient une simple denrée consommable, et la radicalité se transforme en imposture (Armstrong et al., 2011, p. 98)

Dans cet extrait, Steven Heller observe un processus de récupération qui a cours dans la culture commerciale. Cette culture, dénigrée par Heller, correspond aux productions graphiques destinées au commerce de masse. En des termes plus péjoratifs, cette culture correspond au design médiatique que nous avons identifié, à la différence que nous admettons qu'un même designer peut produire des objets graphiques relevant parfois du design médiatique et parfois de la transformation formelle. Néanmoins, ce qu'il décrit est un phénomène observable : les objets de design médiatique opèrent effectivement à une appropriation des formes développées dans les autres franges du design. Le design médiatique, en tant qu'ensemble, absorbe toutes les innovations faites à la marge, qu'il s'approprie comme autant de ressources à utiliser à la guise. C'est l'instrumentalisation des références que nous avons décrite dans la première partie. Ce phénomène a une telle ampleur qu'il est sensible pour les designers pris dans la pratique graphique. Lorsqu'ils ont eu à reprendre l'identité du Mac Val et du Mucem, les membres du bureau Spassky Fischer se sont aperçus de ce phénomène. Dans la conférence donnée pour Type Paris,

Hugo Anglade et Thomas Petitjean ont remarqué ce principe de réutilisation compulsive d'une idée, s'agissant des précédents logos des deux institutions :

Hugo Anglade : [...] ces logos étaient basés sur l'architecture de chacun des musées. Donc, à droite, vous pouvez voir un bloc, je suppose. Ce n'est pas très clair pour moi, mais le musée est composé par des blocs, et le designer graphique qui nous a précédés voulait le représenter.

Thomas Petitjean : Le logo du Mucem est, peut-être, un peu moins facile à comprendre, mais les deux lignes, les deux traits, sont censés être les ponts qui vous mènent au musée [...].

HA : Évidemment, pour nous, l'un des meilleurs exemples de ce type de travail, c'est [le] logo pour le [Centre] Georges Pompidou.

TP : [...] Nous nous sommes rendu compte que l'astuce d'utiliser la forme du bâtiment était vraiment trop utilisée, et, peut-être, si aucun des logos n'est aussi beau que celui [du Centre Georges Pompidou], c'est [...] peut-être parce que le bâtiment lui-même est vraiment bien.

HA : vraiment reconnaissable.¹⁸⁰



Ill.135 : Anonyme. (2007).
Logo du Mac/Val.



Ill.136 : BODIN, A. (Sans date). Logo du MuCEM. Reproduit dans la vidéo *Portes ouvertes exceptionnelles sur le chantier du MuCEM*

Les deux musées pour lesquels ils ont travaillé, le Mac Val et le Mucem, avaient des logos inspirés par l'architecture respective des deux espaces d'exposition (ill. 135 et 136). Cette tendance existe internationalement et est encore prévalente. Le souligne la nouvelle identité de la fondation Guggenheim, créée par le studio Pentagram (ill. 137) qui s'inspire du musée de New York dessiné par Frank Lloyd

180. Nous traduisons :

« Hugo Anglade : [...] those logos were based on the architecture of each museum. So, on the right side, you can see a block, I guess. It's not super clear for me, but the museum is composed by blocks and the previous graphic designer wanted to represent it.

Thomas Petitjean : The logo of the Mucem is, maybe, not as easy to understand, but the two lines, the two strokes, are supposed to be the bridges that lead you to the museum [...].

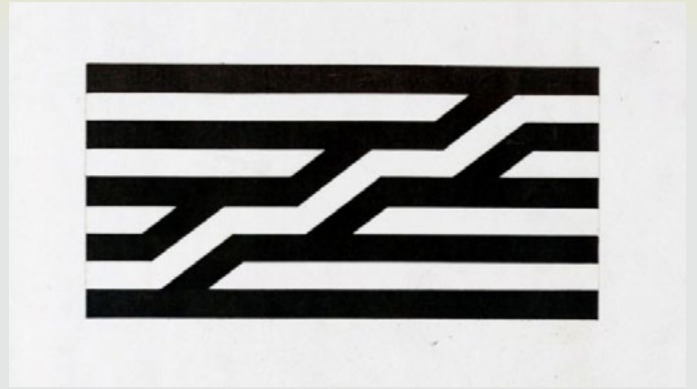
HA : Obviously, for us, one of the best examples of this kind of work is [the] logo for [Centre] Pompidou.

TP : [...] We realised that the trick of using the shape of the building was really overused, and maybe, if none of the logos look as good as [Centre Georges Pompidou's] one, it's [...] maybe because the building itself is really great.

Hugo : really recongnizable.»
(Anglade et Petitjean, 2018, 25 juin)



Ill.137 : GRIMMOND, J. *et al.* pour Pentagram. (2024). Logo des musées Guggenheim.



Ill.138 : WIDMER, J. (1974–1977). Logo du Centre Georges Pompidou. Encre de Chine, feutre à alcool et crayon de couleur sur carton, 21 x 29,8 cm. Paris, Centre Pompidou.

Wright. Le logo du centre George Pompidou, dessiné en 1977 par Jean Widmer (ill. 138), n'est pas seulement l'un des exemples les plus pertinents. C'est surtout l'un des premiers exemples de cette approche du logo de musée. Or, comme le rappellent Thomas Petitjean et Hugo Anglade, cette approche presque « par défaut » n'est pas toujours adaptée. Dans le cas du Mac Val, le bâtiment n'avait pas une architecture particulièrement singulière, et dans le cas du Mucem, il y a trois bâtiments très différents, difficilement conciliables dans une seule image (les ponts constituent une solution difficile à déchiffrer). La fondation Guggenheim présente un problème semblable : aujourd'hui, elle compte plus de trois musées, bientôt quatre, conçus par des architectes aux approches très différentes. Pentagram a décidé de résoudre cette difficulté en privilégiant la forme du premier musée, au détriment des propositions de Frank Gherry, pourtant concepteur de deux musées de la fondation (Bilbao et Abu Dhabi). L'idée de se baser sur l'architecture du musée est ainsi réutilisée à tort et à raison pour pléthore d'institutions muséales, comme une « denrée consommable ». Si bien que le logo dessiné par Pentagram, bien qu'adapté au projet, efficace et très reconnaissable semble déjà un peu daté par la surutilisation de l'idée dans des contextes inadéquats. Et cette logique existe dans tous les domaines du graphisme.

Plus largement, pour Hal Foster, cette analyse est caractéristique du design contemporain. Il décrit ainsi, dans son essai « Design et Crime », cette logique d'appropriation des formes pionnières et avant-gardistes, qui opère dans le design contemporain :

Ainsi le projet ancien de reconnecter l'Art et la Vie, que firent leur, chacun à sa manière, l'Art nouveau, le Bauhaus et de nombreux autres mouvements, s'est enfin accompli, non en suivant les ambitions émancipatrices de l'avant-garde, mais en obéissant aux injonctions spectaculaires de l'industrie culturelle.¹⁸¹ (Foster, 2019, p. 52–53)

Au même titre que les formes innovantes que Steven Heller déplorait d'être appropriées par le design médiatique, selon Foster, ce seraient les projets mêmes qui auraient été avilis. Toutefois, si pour Foster cette logique est à l'œuvre dans l'entièreté du design contemporain, l'existence de formes qui procèdent de la survivance dans le design graphique contemporain souligne que la récupération, si elle s'applique au design médiatique, qui domine nos environnements visuels, n'est pas absolument généralisable. Ce processus de récupération, par le design médiatique, des formes et des projets novateurs ou subversifs, favorise son aspect spectaculaire, « captivant » que nous avons souligné par ailleurs, proposant de plus en plus d'effets à son catalogue. Pour Foster, la récupération est une conséquence du fait que le design est un produit de l'industrie culturelle, et répond donc à sa logique. Ce concept, développé par Theodor Adorno et Max Horkheimer dans *Dialectique de la raison* désigne l'industrialisation de la culture. La culture de masse est le produit de ce phénomène. C'est pourquoi l'analyse selon laquelle la récupération est propre au design médiatique semble plus juste que celle qui attribue ce processus à l'entièreté de la production graphique contemporaine. En effet, dans le cadre du cinéma, pour Adorno et Horkheimer, l'industrie culturelle englobe tous les films conçus et distribués au grand public. Si l'on transpose ce cadre au design graphique, les objets graphiques englobés dans l'industrie culturelle

181. « the old project to reconnect Art and Life, endorsed in different ways by Art Nouveau, the Bauhaus, and many other movements, was eventually accomplished, but according to the spectacular dictates of the culture industry » (Foster, 2002, p. 19)

sont ceux produits pour toucher spécifiquement le grand public et qui lui sont accessibles. Les productions les plus concernées sont les objets publicitaires, mais les livres de poche, les packagings alimentaires, les réseaux sociaux, etc., appartiennent aussi le plus souvent à l'industrie culturelle. Il s'agit des objets graphiques qui tombent sous la coupe du design médiatique, et que Steven Heller avait associés non sans condescendance à la « culture commerciale ».

Industrie culturelle et collection d'effets

Pour comprendre en quoi le concept d'industrie culturelle est à ce point lié au design médiatique et à son esthétique de la profusion que nous avons identifié, il convient de revenir sur le texte de Theodor Adorno et Max Horkheimer. Dans *La Dialectique de la raison*, ils expliquent la façon dont opère la récupération quasi systématique des innovations subversives qui ne sont pas le fruit de l'industrie :

L'industrie de la culture s'est développée en même temps que se développait la prédominance de l'effet [...], des détails techniques dans une œuvre [...]. En s'émancipant, le détail devint rebelle et, du romantisme à l'expressionnisme, il s'affirma comme le véhicule de la révolte contre l'organisation. [...] L'industrie culturelle, en tant que totalité, a mis fin à tout cela. Ne connaissant plus rien en dehors des effets, elle brise leur insubordination et les soumet à la formule qui prend la place de l'œuvre. (Adorno et Horkheimer, 1974, p. 134–135)

Dans cette citation, qui noue industrie culturelle et logique de l'effet, les deux philosophes pointent la récupération dont procède l'industrie culturelle. S'appropriant notamment le détail comme un autre effet à intégrer à l'œuvre, l'industrie culturelle a récupéré un élément de l'avant-garde pour en faire un bloc de construction de ses productions, lui retirant sa substance révolutionnaire. C'est le principe que nous avons repéré s'agissant du design médiatique.

Cette récupération est observée par des auteurs plus contemporains. Mark Fisher, notamment, pointe cette tendance générale de la production

culturelle. Dans *Le Réalisme capitaliste*, il note que «**certaines formes modernistes étaient absorbées et traitées comme marchandises**» (Fisher, 2018, p. 14). Ici, Ficher souligne l'aspect mercantile de cette récupération. Concrètement, la production industrielle s'est approprié les procédés à caractère subversif, voire révolutionnaire, de l'avant-garde comme autant de codes à réutiliser. En filigrane se dessine le rapport instrumental qui se joue entre les œuvres d'avant-gardes et les productions de la culture de masse.

Or, si cette logique s'applique dans le cadre de la récupération des dispositifs et des projets de modernistes, comme le détail, elle est aussi opérante concernant les formes plus récentes, et notamment les productions graphiques relevant de la survivance. Par exemple, l'identité de Sowvital, une marque de cosmétique à destination des plantes d'intérieur, conçue par le studio Leslie David, relève de la récupération.

Pour cette identité, le studio a créé des visuels publicitaires, des packagings, un site Internet et des objets dérivés. La marque tire aussi son vocabulaire formel et coloré du psychédélisme des années 1970, et donc, indirectement, de l'art nouveau. On retrouve effectivement un vocabulaire décoratif organique, des dégradés de couleur et beaucoup de formes arrondies. Ceci concerne par exemple le logo, deux des polices de caractère de la marque, les côtés des boîtes en carton (ill. 139). Dans l'article «Sowvital, soigner les belles plantes» écrit pour la revue *Étapes*, Marion Bothorel explicite les inspirations du studio : «**En parallèle de l'exploration des formes botaniques, le studio s'intéresse aux codes de la cosmétique**» (Bothorel, 2023, janvier-mars). En réunissant ces deux orientations, le studio rejoue le parangon de l'art nouveau : l'association de la féminité et du végétal. Dans l'identité de Sowvital, comme dans les productions de la survivance, les formes historiques convoquées sont transformées. Ici, les références au psychédélisme sont modifiées par l'introduction d'éléments graphiques tirés des planches botaniques. Les encadrés, la police de caractère linéale, les illustrations au trait, etc. (ill. 140 à 142) participent tous de cette recontextualisation. Comme dans les productions non congruentes, les références historiques sont confrontées à des temporalités différentes.

Les ressorts psychédéliques qui étaient surtout utilisés dans des affiches et donc pour de courtes durées, s'inscrivent ici dans une temporalité beaucoup plus longue qu'est celle de l'identité, qui n'est pas conçue, à l'origine, pour être régulièrement remplacée. En outre, tant les planches scientifiques que les cosmétiques de luxe tendent vers l'intemporalité, ce qui renforce le décalage temporel déjà repéré.

Toutefois, on observe que, plutôt que s'attacher à une petite sélection de procédés historique et scientifiques qui se complémenteraient, l'identité repose sur la combinatoire d'un grand nombre d'éléments graphiques qui pointent vers le psychédélisme, ou les planches de botanique. Cette énumération d'éléments évoquant l'un et l'autre univers, trouve un parallèle dans le nombre de typographies utilisées par l'identité : une *font* décorative pour les publicités, une police à empâtements ronds, deux *fonts* linéales (une pour les packagings et une pour le site web) ainsi qu'une police monospace, également pour le site Internet (ill. 143). Cette multiplication de ressorts graphiques traduit l'un des objectifs assumés du commanditaire, à savoir celui de « **donner envie aux clients d'acheter ses produits et de les exposer chez soi** » (ibid.), nous signale Marion Bothorel. Il s'agit donc d'une identité à la fois séductrice et proprement décorative, prévue dès le début pour orner (ou encombrer) l'environnement visuel des acquéreurs. Cette volonté engendre une série de contradiction avec les valeurs que souhaite porter la marque. Malgré l'objectif d'être écologique et végétan, on observe la démultiplication des packagings, la création d'une série d'accessoires, la vente de produits qui ne sont pas végétans, etc. On comprend ainsi que la démarche est plutôt de l'ordre du médiatique, car les solutions graphiques ne portent que l'apparence, sans être force de proposition allant dans le sens des valeurs qu'est supposé porter le projet.

Hégémonie de l'industrie

La récupération qui a cours dans l'industrie culturelle, si elle permet de renouveler les formes qu'elle produit, ne sert pas uniquement cet objectif formel. L'incorporation d'éléments issus de pratiques marginales relève d'une logique



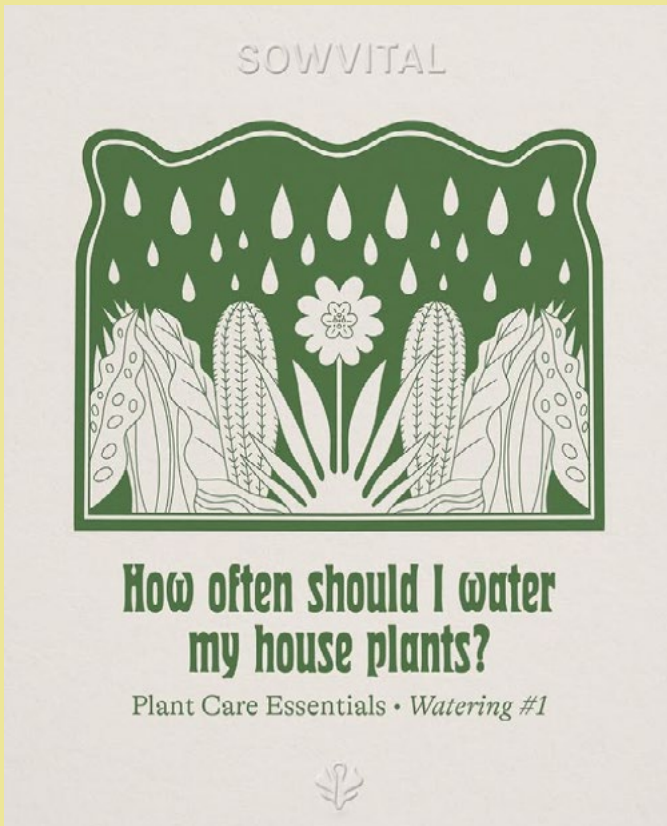
Ill.140 : DAVID, L. et al. (2023). The Wellness Seed Collection Packaging pour les graines de radis.



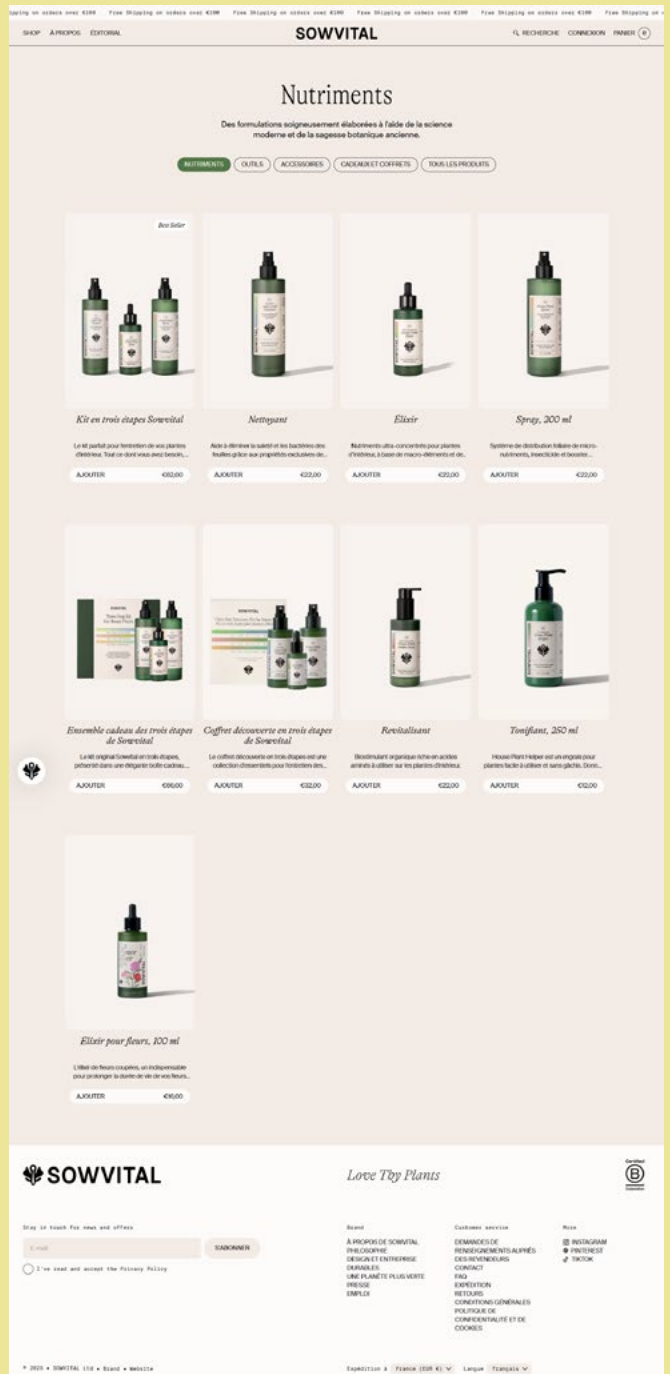
Ill.141 : DAVID, L. et al. (2022). Livret promotionnel Sowvital.



Ill.139 : DAVID, L. et al. (2022). House Plant Spritz. Packaging.



Ill.142 : DAVID, L. *et al.* (2024). *How often should I water my house plants?*. Visuel pour une publication Instagram de Sowvital.



Ill.143 : DAVID, L., NODNOD Studio, *et al.* (2025). Site Internet de Sowvital. Page « Nutriments ».

de domination sur l'entièreté de la production artistique et culturelle. Dans *La Dialectique de la raison*, Theodor Adorno et Max Horkheimer notent effectivement ceci :

L'obligation permanente ou [l'industrie culturelle] se trouve de produire sans cesse de nouveaux effets qui restent pourtant conformes à l'ancien modèle, sert uniquement, comme une règle supplémentaire, à augmenter le pouvoir des conventions auxquelles chaque effet aurait tendance à échapper. (Adorno et Horkheimer, 1974, p. 137)

La récupération n'est pas un simple processus auquel se livre l'industrie culturelle. Comme l'indiquent les deux philosophes, il s'agit d'une injonction interne, qui permet à l'industrie culturelle de maintenir son hégémonie sur les objets culturels. En effet, en intégrant les ressorts formels des créations subversives, elle leur enlève leur caractère d'opposition. Concrètement, elle intègre ces nouvelles formes à leur système, à titre d'effet. En intégrant ces formes, l'industrie culturelle inclut les productions initialement contestataires à son système, ce qui lui permet de nier leur statut subversif même. En d'autres termes, pour reprendre les mots de Hal Foster dans « Design et Crime », l'industrie culturelle procède à une « **banalisation de ses transgressions**¹⁸² » (Foster, 2019, p. 59), lui retirant sa force idéologique.

On peut observer cette logique dans la série d'affiches publicitaires créées par Marco Tomassoli pour le lancement d'une collaboration entre la marque de baskets New Balance et la marque de vêtement italienne Slam Jam (ill. 144 et 145). Les affiches sont composées très simplement : en haut, les logos des deux marques, en bas le nom du modèle de chaussure qui sera commercialisé et l'accroche « Too New to Preview¹⁸³ », au centre, un élément graphique qui



III.144 : TOMASSOLI, M. (2023). *Too New to Preview*. Billboard pour la campagne publicitaire pour Newbalance et Slamjam, 100 x 100 cm.

182. « a routinization of [art's] transgressions » (Foster, 2002, p. 25)

183. « Trop récent pour afficher la prévisualisation »



évoque le chargement d'une image. Cet élément, qui n'est pas le même pour le format *billboard* et le format portrait, reprend les codes des pages web. Le format *billboard* reprend la roue de chargement que l'on retrouve sur les affichages des ordinateurs; le format portrait reprend l'image floutée avec une flèche de téléchargement qui est propre à l'affichage sur smartphone quand une image ne parvient pas à se charger. Les conventions graphiques du web design sont déplacées et appliquées à des designs d'affiches. Ce déplacement correspond à ce que nous avons décrit s'agissant des formes non congruentes. Mais cette logique est combinée à des procédés de répétition propre au design médiatique. Les logos des deux marques sont accompagnés de leur typogramme respectif, le nom de la marque New Balance est réinscrit en bas, dans le nom du modèle de basket et celui de Slam Jam également, à côté, pour expliciter que ce magasin sera le point de vente officiel. De même, l'idée exprimée dans le slogan, que le produit est trop récent pour pouvoir être visualisé, répète ce qu'évoquent la roue de chargement ou l'image floue qui ne peut pas être téléchargée. En outre, cette idée, sur laquelle repose la campagne, ne sert qu'une logique de *teasing* : l'aspect

amusant de la campagne publicitaire n'a trait qu'à créer un fort désir chez qui l'observe. Les principes de la survivance sont instrumentalisés pour être réintégrés très directement au système mercantile.



III.145 : TOMASSOLI, M. (2023). *Too New to Preview*. Affiche pour la campagne publicitaire pour Newbalance et Slamjam.

3.5/ LA PERSISTANCE DE LA SÉDITION

Nous avons vu que les catégories proposées par de Hal Foster trouvent, en design graphique, une limite dans le modèle économique du graphisme ainsi que dans la pluralité des approches que le fonctionnement d'un studio de création favorise. Cependant, le projet de la survivance conserve une part de subversion, même au sein des productions médiatiques. Malgré la dépolitisation certaine que subissent les projets et les formes des projets qui s'inscrivent dans la survivance, ces éléments récupérés contiennent malgré tout une histoire, ils s'ancrent dans un réseau de références et dans une approche graphique donnée. Dès lors, dans les objets médiatiques les moins stéréotypiques, qui utilisent avec modération les ressorts de l'esthétique de la profusion et qui récupèrent avec peu de sensationnalisme les principes que l'on a catégorisés comme relevant de la survivance, se maintient un reste, une trace de la subversivité portée par la survivance. Ici, comme lorsque nous avons parlé de la « fin de l'art », il ne s'agit pas non plus d'un processus d'annulation de la qualité subversive. On observe plutôt un phénomène de disparition, tel que nous l'avons défini dans la première partie : la subversivité reste en arrière-plan, plus ou moins cachée par la prévalence des procédés de profusion dans la création graphique.

De la subversion dans l'industrie culturelle

Dans les formes médiatiques, le projet défini par Hal Foster, bien que dénaturé, colore tout de même de ses ambitions subversives les productions qui s'attachent à récupérer les procédés de la survivance. Cette persistance procède à un renversement de la logique de récupération : si cette dernière retire l'important du contenu idéologique que porte la survivance, elle participe simultanément à la transmission à la trace de ce contenu.

Ce retournement logique est proprement dialectique. Il se rattache au renversement que l'on retrouve dans la pensée marxiste s'agissant de la position de la classe prolétaire dans l'histoire, et que le philosophe hongrois Georg Lukàcs a particulièrement approfondi dans *Histoire et conscience de classe*. Dans cet ouvrage, il explique comment la subversion surgit à partir de l'entité problématique, de son fonctionnement même, et comment elle peut s'y maintenir. Pour commencer, il revient sur le principe selon lequel la classe prolétaire, identifiée par Marx, est produite par le système capitaliste :

La dialectique de [la] conscience de classe [bourgeoise] repose sur l'opposition insurmontable entre l'individu (capitaliste) [...] et l'évolution soumise à des « lois naturelles » [...] échappant au principe de la conscience. Elle crée ainsi entre la théorie et la praxis une opposition irréconciliable [...].

Cette contradiction dialectique interne dans la conscience de classe de la bourgeoisie s'accroît encore du fait que la limite objective de l'organisation capitaliste de la production ne reste pas dans l'état de simple négativité, ne fait pas seulement naître, selon des « lois naturelles », des crises incompréhensibles pour la conscience, mais revêt une forme historique propre, consciente et agissante : le prolétariat. (Lukàcs, 1960, p. 89)

Dans cet extrait, Lukàcs aborde deux aspects de sa théorie marxiste : la caractérisation de la conscience de classe de la bourgeoisie, et son lien avec l'émergence du prolétariat. Pour le marxisme, les différentes révolutions qu'ont connues les pays occidentaux au cours de la période industrielle sont

des révolutions bourgeoises. Par exemple, la Révolution française de la fin du XVIII^e siècle a été menée, du point de vue de la structure politique du pays, par la bourgeoisie, qui appartenait alors au tiers état. En acquérant une conscience de classe, c'est-à-dire en structurant une conscience commune de leurs intérêts, la bourgeoisie aurait perçu la discordance entre ses intérêts et le fonctionnement de la société. Ainsi, avec l'industrialisation, les luttes armées ont apporté un bouleversement de la structure économique et politique, le capitalisme, en faveur de la classe bourgeoise. Depuis, cette classe maintient sa domination sur la société. Dans le premier paragraphe, Lukàcs part de ce postulat. Sachant la domination de la bourgeoisie sur la société, la conscience de classe de cette dernière a dès lors un impact majeur sur le fonctionnement de cette dite société. Or, cette conscience de classe est soumise à une contradiction insurmontable entre l'individu, qui pense dominer consciemment les phénomènes économiques (c'est la praxis), et les lois de l'économie, posées par la pensée bourgeoise comme « naturelles », au-delà de l'action humaine consciente (c'est la théorie). Cette contradiction entre praxis et théorie dans la conscience de classe bourgeoise influe notamment sur sa compréhension de l'économie et sur son comportement à l'égard de l'économie ; elle provoque notamment des crises économiques. Mais, selon Lukàcs, cette conscience de classe, qui permet à la bourgeoisie de dominer la société, donne également naissance à la classe exploitée par la bourgeoisie : le prolétariat. Cette seconde progéniture, qu'a fait apparaître le capitalisme, n'existe que dans le cadre de cette structure socio-économique.

Et pourtant, le prolétariat est aussi l'unique élément dans le capitalisme qui matérialise un « en dehors » de ce système pour Lukàcs dans *Histoire et conscience de classe* :

... comme le prolétariat est placé par l'histoire devant la tâche d'une transformation consciente de la société, il faut que surgisse dans sa conscience de classe la contradiction dialectique entre le moment isolé et la totalité. Car le moment isolé dans le processus, la situation concrète avec ses exigences concrètes, sont [...]

immanents à la société capitaliste présente et soumis à ses lois, à sa structure économique. C'est seulement [...] en se reliant au but final, qu'ils renvoient concrètement et consciemment au-delà de la réalité capitaliste, qu'ils deviennent révolutionnaires. (Ibid., p. 96-97)

Rappelant le rôle révolutionnaire attribué à cette classe sociale par Marx et Engels, Lukàcs explique la tâche du prolétariat, dans le marxisme tel qu'il se structurait au début du XX^e siècle (au moment de la première publication de l'ouvrage). Le rôle du prolétariat serait donc de changer la structure de la société, de sortir de la division de classe. Il y a donc un renversement entre le fait que le prolétariat soit le produit social du capitalisme (alors que la bourgeoisie existait déjà à la période féodale) et sa fonction révolutionnaire vis-à-vis du capitalisme. Dans ce contexte, le philosophe commence par poser la spécificité de la conscience de classe du prolétariat. Alors que la conscience de classe de la bourgeoisie (et du même coup sa domination socio-économique) se base sur une conscience de ses intérêts de classe immédiats (les moments isolés), la conscience de classe du prolétariat ne peut pas en faire autant, ses intérêts immédiats étant intrinsèquement liés au capitalisme. Le prolétariat, en tant que classe, doit donc viser le but révolutionnaire posé par le marxisme, c'est-à-dire la transformation de la société qui mène à la fin des sociétés de classes, but qui va donc au-delà de leur intérêt de classe à court terme, et au-delà du capitalisme. Cet impératif, que pose Lukàcs au surgissement de la conscience de classe du prolétariat, fait du prolétariat l'élément de notre société qui offre une ouverture, un « extérieur » au capitalisme. Du système même, et non pas à sa marge (que constitue la paysannerie, les petits bourgeois, etc., pour Lukàcs) surgit l'élément subversif.

Ce type de renversement est pertinent pour notre analyse pour deux raisons. Tout d'abord, il s'observe concrètement dans l'histoire de l'art et du design. La modernité fait figure de modèle en la matière. Par exemple, les artistes modernes de la fin du XIX^e siècle n'étaient pas complètement extérieurs à l'art académique. Les peintres impressionnistes cherchaient au

début à être exposés au Salon, comme les peintres académiques ; les sculpteurs comme Auguste Rodin et Antoine Bourdelle répondaient à des commandes publiques, et à quelques exceptions près, leurs collectionneurs appartenaient aux mêmes milieux sociaux que ceux qui collectionnaient de l'art académique. Plus tard, parmi les peintres considérés comme les plus « avant-gardistes », on observe des liens similaires d'avec la tradition : Picasso venait d'une école de peinture et a peint pendant plusieurs années selon la technique classique ; le collectionneur russe Chtchoukine était pratiquement un mécène pour Matisse ; Frank Lloyd Wright commença sa carrière en travaillant notamment pour Dankmar Adler et Louis Sullivan, deux architectes à l'origine de nombreux édifices néo-classiques à Chicago, etc. D'autre part, dans le cas du design, celui-ci a, relativement à l'industrie culturelle, une place comparable au prolétariat. Il est un produit de cette industrie, et pourtant, nous l'avons noté dans la première partie, dès les premières structurations théoriques du design, ce domaine professionnel industriel a été rattaché à des enjeux socialistes et marxistes par les constructivistes et le Bauhaus notamment.

Nous posons toutefois une différence d'avec la pensée de Lukàcs. Pour le philosophe, la subversion du système est nécessairement issue du système lui-même. Dans notre analyse du design graphique cependant, nous ne proposons pas une vision aussi restrictive. La subversion du design médiatique doit certes survenir des travaux de graphistes, mais pas nécessairement de l'industrie culturelle même. Plusieurs des exemples que nous avons étudiés plus avant n'appartiennent pas à l'industrie culturelle, telle qu'elle se définit chez Adorno et Horkheimer, ce qui ne leur retire pas leur aspect subversif : le polyptyque de Teschner H A V R E, l'affiche *De l'inconvénient d'être nez à nez* du bureau Spassky Fischer, l'édition *Dark Archives* conçue par Elana Schlenker, etc. Ce ne sont pas des objets graphiques destinés en premier lieu au grand public ; ils s'adressent à des connaisseurs et sont peu distribués. Parallèlement, au sein de l'industrie culturelle, il y a des exemples de productions qui participent à poursuivre le moment subversif des éléments qui font l'objet de récupération. Les productions proprement intégrées au design médiatique,

mais qui en rejettent les codes au profit d'une approche de la survivance, ne constituent qu'une troisième possibilité et non pas la seule.

Persistance de la subversion dans la récupération

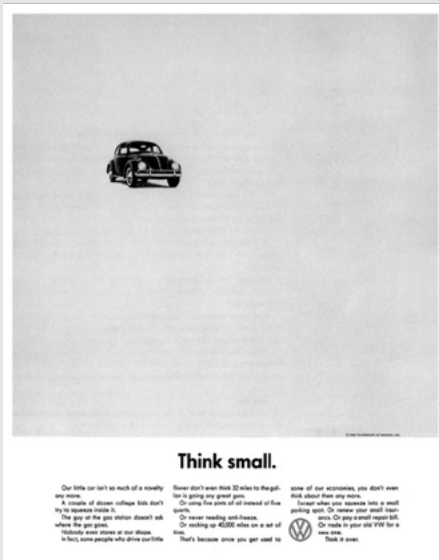
Quand il y a récupération de procédés qui s'ancrent dans la survivance, ces procédés, transformés en effets, conservent une part de leur valeur subversive. Les éléments récupérés pointent vers la disparition qu'opère l'industrie culturelle vis-à-vis des contenus idéologiques portés par les formes subversives. Les traces, que certains designers et certains usagers perçoivent, signalent alors le fait que cette disparition s'ancre dans la temporalité. Les formes médiatiques utilisant ces effets sont ainsi tacitement historicisées. Ces productions médiatiques viennent à intégrer une part d'opposition à la logique de l'industrie culturelle et du capitalisme.

Ce phénomène, même s'il est particulièrement saillant s'agissant des formes que l'on a catégorisées comme relevant de la survivance, puisqu'elles sont intrinsèquement historiques, ne lui est pas propre. Il s'est aussi manifesté s'agissant de la seconde modernité également, alors que se renforce la place de l'industrie culturelle. Si, à cette période, l'esthétique de la profusion n'est pas encore observable en tant que style dominant, le design médiatique existe par contre déjà : nous l'avons mentionné dans la première partie, à partir des années 1950, le graphisme ayant pris un virage *corporate*, la prévalence de la publicité laisse la place au design médiatique d'apparaître. Dans ce contexte, la récupération a trait aux formes modernes. L'agence Doyle Dane Bernbach se fait une spécialité de trois ressorts modernistes qu'elle transforme en recette : penser l'occupation de la page en fonction des blancs, allier une photographie objective (frontale, nette, lisible) à du texte, proposer une hiérarchie typographique simple et lisible. L'une de leurs affiches les plus connues, la publicité « Think Small » pour la coccinelle de chez Volkswagen (ill. 146) respecte tous ces principes, mais il y a beaucoup d'autres exemples de cette recette dans le porte-folio de l'agence (ill. 32). Ce qui est particulier dans ces affiches promotionnelles, c'est que les éléments récupérés du

modernisme ne sont pratiquement pas adaptés aux buts de la publicité : mais le ton et les informations transmises par les textes s'éloignent des attendus de séduction attachés à ce champ de la communication et au design médiatique en général. En effet, pour reprendre l'affiche « Think Small », le ton est humoristique, presque ironique, et les informations délivrées mélangent des données pratiques et du *storytelling*, au lieu de proposer une pure *way of life*.

La spécificité de ce phénomène dans le design médiatique contemporain est due à deux facteurs. D'une part, les procédés de la survivance reposent sur l'introduction de références historiques.

Dès lors, même lorsque ces procédés sont transformés en effets, leur principe demeure éminemment historique. D'autre part, les formes médiatiques contemporaines sont beaucoup plus marquées par l'esthétique de la profusion que les productions des années 1950-1960. En effet, cette esthétique qui s'est structurée dans les années 1980 s'est imposée au fur et à mesure que le design graphique s'enlisait dans une pluralité sans paradigme. Dans le contexte contemporain, la persistance du subversif s'observe par exemple dans la campagne publicitaire menée par Mother Design pour Pepsi (ill. 147). Toute la campagne repose sur la conjugaison de deux principes visuels : des images très réalistes de cola en suspension et des inserts



Ill.146 : KOENIG, J. et KRONE, H. (1960). *Think Small*. Affiche publicitaire pour Volkswagen.

typographiques d'onomatopées. Dans le contexte de la campagne, l'objectif affiché par le studio dans la description de la publication Instagram qui promeut ce projet était d'« humaniser les onomatopées universelles du rituel que constitue la consommation de soda¹⁸⁴ » d'une façon « qui stimule la soif des consommateurs pour le produit¹⁸⁵ ». Concrètement, ce projet vise la séduction des

184. Nous traduisons : « humanising the universal onomatopoeias of the drinking ritual » (Mother Design, 2021, 23 juillet)

185. Nous traduisons : « that drove product craving » (Ibid.)

consommateurs et il ne semble pas y avoir de propos extrinsèque. Toutefois, les onomatopées sont les seuls éléments textuels sur les visuels et les lettrages qui les composent se déforment pour en exprimer leur essence. Ici se rejoue le principe des mots en liberté que les futuristes avaient développé. Les inserts typographiques sont traités comme des formes malléables évoquant des sentiments. De plus, ils personnifient un produit industriel, engageant un rapport proche à celui que les futuristes entretenaient avec les machines. Mais au lieu de se servir d'une gamme très élargit de caractères, comme le faisaient les futuristes, le studio n'en a utilisé qu'un. Cette limitation permet de traiter le texte comme une seconde couche de fluide, d'une autre nature, qui se superpose aux gouttes et aux coulées à l'arrière-plan (ill. 148). D'autre part, les visuels sont presque gratuits : ils montrent le produit sans slogan, sans indiquer le nom de la marque, sans évoquer un univers précis, sans intégrer des informations complémentaires. Ainsi, le procédé tiré du futurisme, pris dans un dialogue avec la marque Pepsi, exalte certes le produit, mais offre aussi un regard alternatif sur les gestes du quotidien dans la société de consommation. Ce type de production, proprement médiatique, conserve malgré tout une part de l'aspect subversif du procédé de transformation de la référence (propre à la survivance) qu'elle récupère. La transformation formelle par l'intermédiaire d'enjeux tiers (ici la question de la représentation fluide) maintient dans le cycle publicitaire une part d'altérité.



Ill.147 : MOTHER DESIGN. (2021). *Creating design that you can hear (and taste)*. Trois affiches pour une campagne publicitaire pour Pepsi.



Ill.148 : MOTHER DESIGN. (2021). *Creating design that you can hear (and taste)*. Affiche pour une campagne publicitaire pour Pepsi.

Faire surgir la subversion dans des formes typiquement médiatiques

L'exemple que nous venons de voir souligne le fait que peut se maintenir une part du caractère perturbateur des formes de la survivance dans le design médiatique. Mais cet aspect séditieux est parfois intentionnellement introduit dans la sphère de l'industrie culturelle. Ce second cas procède d'une volonté plus ou moins explicite des designers de se confronter à la création de formes particulièrement représentatives de l'industrie culturelle.

Les formes de la survivance, par comparaison aux formes postmodernes par exemple, sont particulièrement adéquates pour procéder à cette introduction de subversivité en tant qu'elles sont prises dans un dialogue entre les enjeux proprement intrinsèques au genre qu'elles investissent et les thématiques extrinsèques qui les travaillent. Dans « The Funeral is for the Wrong Corpse », Hal Foster souligne à propos des œuvres qui s'inscrivent dans la survivance :

Elles mettent ainsi le doigt sur la semi-autonomie du genre ou du médium, mais ceci d'une manière réflexive qui ouvre sur des enjeux sociaux [...]; ce faisant, elles contreviennent aux oppositions mêmes de l'intrinsèque et de l'extrinsèque, de l'intérieur et de l'extérieur.¹⁸⁶ (Foster, 2019, p. 182)

Dans cette citation, Foster explique ce en quoi les œuvres qu'il rattache à la survivance sont dialectiques. Elles offrent la possibilité aux genres et aux médiums artistiques d'évoluer hors des contraintes et des cadres sociaux. Simultanément, elles maintiennent une ouverture à la société et à ses problématiques en traitant de thèmes liés à ces enjeux. Elles dépassent ainsi la contradiction entre ce qui est exclusivement artistique, et ce qui proprement social. En tant que discipline du design, généralement distribué au grand public, le design graphique est loin d'être indépendant du monde socio-économique. Nous l'avons vu, il est même particulièrement sensible à ses contraintes, ce qui le rend perméable aux problématiques sociales. Cependant, en concevant le design sous l'angle de la survivance, cela lui confère une part d'autonomie

186. « In this way these practices point to a semi-autonomy of genre or medium that opens onto social issues [...]; in so doing, they often belie these very oppositions of intrinsic and extrinsic, inside and outside. » (Foster, 2002, p. 130)

vis-à-vis du monde économique : penser le graphisme dans son histoire lui permet de gagner en autoréflexivité, notamment, nous l'avons expliqué plus avant, par rapport à l'esthétique de la profusion. Ainsi, les productions graphiques relevant de la survivance autorisent un même mouvement de résolution des contradictions. Les designers sont dès lors à même d'introduire, dans l'économie du design médiatique, des objets qui contreviennent à son esthétique et à ses enjeux idéologiques.

C'est une posture que le studio Spassky Fischer revendique pour certains de leurs projets. Le plus exemplaire de cette démarche est l'identité qu'ils ont produite pour le Mucem. Dans l'entretien mené par Victoire Le Bars pour *Duuu Radio, Antoine Stevenot explique la spécificité de ce projet :

On a été assez attirés à l'idée de participer à l'échelle de la culture, de participer à une forme d'expression de masse. Comme le disait Thomas, d'aller travailler auprès d'institutions qui jusqu'alors étaient tenues dans leur communication par des agences de communication dont on trouvait le travail exécrable. On sait bien que d'aller se frotter à une échelle comme celle du Mucem, c'est évidemment être attiré par elle, c'est notamment une forme qui n'est pas sans perversion pour nous, mais qui nous amène aussi, d'une certaine manière, à faire bouger le Mucem sur ses habitudes de communication. (Le Bars, 2020, 15 décembre)

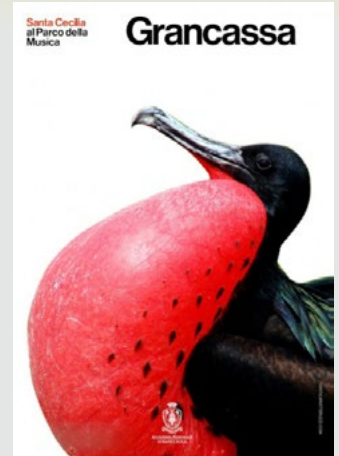
Pour Antoine Stevenot et les autres membres du studio, travailler avec le Mucem était une façon de prendre part à la communication de masse, et de proposer une alternative aux formes qu'elle peut prendre. En participant si ouvertement à une production de l'industrie culturelle, le studio se met en danger de corrompre son attitude critique à l'égard du design médiatique, mais il offre aussi aux passants une ouverture à l'économie visuelle propre à l'esthétique de la profusion. Cette façon de transformer les attendus est cruciale pour Stevenot. Plus tard, lors de l'entretien, il indique :

Mener un projet, c'est une forme de transmission. [...] Est-ce que nos interlocuteurs évoluent ? J'en vois certains qui font des pas de géant entre la première prise de contact et l'aboutissement du projet. [...] Je pense que c'est là où beaucoup de choses se jouent. Parce que si ces institutions arrivent à bouger leurs lignes, c'est tout le public derrière qui voit ces références bouger. (Ibid.)

La démarche du bureau de graphisme est orientée vers la pédagogie, dans le cas des projets qui s'inscrivent dans la communication de masse. Il ne s'agit pas seulement de faire accepter son projet à l'institution. Lorsque le studio travaille à expliquer ses idées et ses formes au commanditaire, l'enjeu est aussi de faire évoluer le paysage médiatique du public, d'ouvrir une brèche dans leurs habitudes visuelles.



III.149 : FIORE, C. (2014). Santa Cecilia Zoo. Flyer « Spinetta », 21 x 15 cm.



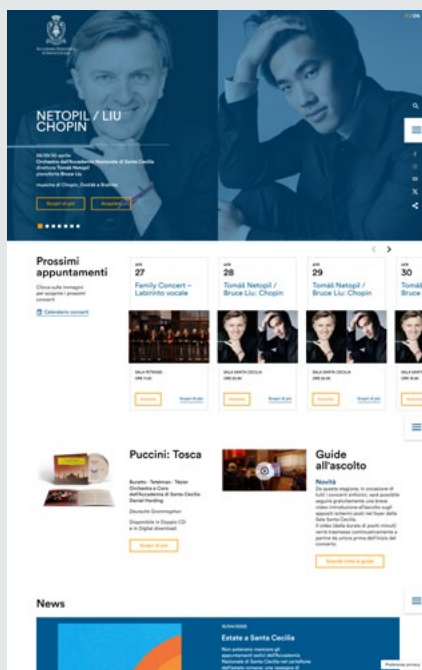
III.150 : FIORE, C. (2014). Santa Cecilia Zoo. Flyer « Grancassa », 21 x 15 cm.



III.151 : FIORE, C. (2014). Santa Cecilia Zoo. Flyer « Pianoforte a coda », 21 x 15 cm.

Pour donner un autre exemple que celui du Mucem que nous avons déjà analysé, intéressons-nous à la série de flyers « Santa Cecilia Zoo » créée par Carlo Fiore pour l'Académie musicale Santa Cecilia de Rome (ill. 149 à 151). Les flyers mettent en scène la photographie d'un animal, en position centrale, accompagné d'un nom d'instrument de musique. Les flyers reprennent les propositions visuelles du style international, et notamment les affiches de Massimo Vignelli pour le Piccolo Teatro di Milano (ill. 125). Fiore reprend plusieurs codes propres au style international que son prédécesseur avait lui aussi utilisé :

les flyers sont composés exclusivement en Helvetica, à plusieurs échelles, et tous les textes sont en drapeau, fer à gauche. De plus, Fiore démarque la première ligne du texte « Santa Cecilia/al Parco della/Musica » en le mettant en rouge, comme Vignelli l'a fait pour le texte « Piccolo Teatro/di Milano », qui surplombe ses affiches. Mais le ton des flyers est beaucoup moins formel que celui de ces affiches. En effet, Fiore introduit de l'humour en associant des noms d'instruments de musique (ou d'artistes lyriques) à des animaux qui leur ressemblent. Le zèbre est associé au grand piano, le porc et pic à la harpe, l'hippopotame au ténor, le diodon à l'épinette, etc. Cette touche d'humour altère complètement la réception du style international, car elle introduit des éléments à valeur symbolique et non universelle. Ce faisant, ces flyers, en sous-texte, ironisent en sur la communication particulièrement sérieuse des grandes institutions musicales, et introduisent une part d'altérité dans la communication autrement très conventionnelle de ce type d'institution. Comparer cette proposition au site web de l'académie (ill. 152) souligne bien l'ouverture qu'offre un travail comme celui de Carlo Fiore par rapport à la communication habituelle de l'institution.



III.153 : CRAQ DESIGN STUDIO. (Sans date). Site internet de l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia. Page d'accueil (extrait).



III.152 : VIGNELLI, M. (1964). Affiche pour la saison 1964-1965 du Piccolo Teatro di Milano. Lithographie, 99,1 x 34 cm. New York, MoMA.

CONCLUSION

Le design graphique, de sa fondation jusqu'aux années 1980, a suivi une évolution comparable à celle de l'art. Comme les arts plastiques, le design graphique a été marqué par la modernité, et les deux avatars de sa postérité que sont les néo-avant-gardes (la seconde modernité dans le cas du design graphique) et les postmodernismes. La déconstruction, qui fait figure de dissemblance entre l'histoire de l'art et celle du design, marque la bascule entre le postmodernisme et la création contemporaine dans le cadre du design graphique. Ainsi, la pratique contemporaine du design graphique, malgré les spécificités de son histoire, se trouve dans une situation analogue à celle de l'art contemporain. Dès lors, les problématiques propres aux arts plastiques trouvent un écho dans le graphisme. D'où la légitimité de mesurer la portée de l'analyse de Hal Foster dans le cadre du design graphique.

Toutefois, à la différence des arts plastiques, le design graphique étant une activité beaucoup moins ancienne, la modernité est pour lui son origine, plutôt qu'un point de rupture d'avec la tradition académique. Cet écart marque en quoi le design graphique est hautement problématique. Étant donné qu'il entretient un lien pratiquement génétique avec l'industrie, déjà largement implantée dans l'usage à la période moderne, il a été en large partie absorbée par l'industrie culturelle. Or l'industrie culturelle nie et occulte l'existence de ce qu'elle n'a pas déjà absorbé, et elle accapare a posteriori toutes les pratiques marginales dont elle a récupéré les procédés et les formes. Elle n'admet aucune pratique extérieure à elle. Ce lien particulier avec l'industrie culturelle, qui favorise la domination du design médiatique, détermine un état de disparition à l'égard du modernisme, et plus largement de l'historicité du design graphique. La pratique contemporaine se retrouve ainsi vouée à un état où les enjeux idéologiques, les contenus politiques, que les designers ont besoin d'introduire dans leur pratique pour qu'elle ait du sens, sont évacués. Ils sont réduits à des « avis » que les designers ne parviennent même plus à communiquer correctement au travers de leur pratique. Parallèlement,

le caractère historique de la création graphique est réduit au silence, mettant de côté tant les enjeux idéologiques originels du design graphique que les implications théoriques liées à la référence dans la création, lorsqu'il ne s'agit pas d'un hommage.

Dans ce contexte de disparition, qui caractérise également la création artistique contemporaine, persistent néanmoins des traces, des restes. Ce fait, qu'observe Hal Foster, est inhérent à l'état de disparition. Nous l'avons expliqué, une disparition est soit « magique », auquel cas elle paraît avoir entièrement anéanti l'objet de la disparition, mais, en réalité, elle ne fait que camoufler cet objet ; soit la disparition relève d'un processus, auquel cas elle est progressive et laisse derrière elle des indices, des restes de son objet. S'agissant de l'art, Hal Foster défend une thèse qui relève de ce second type de disparition, contre la disparition « magique » à laquelle opère la pensée capitaliste et l'industrie culturelle. Pour Foster, une part de l'art contemporain se fonde sur les restes de la modernité (au sens élargi qui inclut les néo-avant-gardes, les postmodernismes et les techniques développées durant ce temps), sur ses survivances. Dans ce cadre, il repère quatre approches artistiques qui se constituent à partir des restes : le traumatisme, la spectralité, la non-synchronicité et la non-congruence. Sachant que la disparition caractérise également le design graphique, qui, par ailleurs, est encore plus affecté par l'effort de camouflage opéré par l'industrie culturelle, nous avons mené une analyse systématique des quatre cas de survivance et leur transposition au design graphique. Cet effort a permis de démontrer de la cohérence d'une telle taxonomie pour comprendre et analyser une partie de la création graphique contemporaine, les exemples que nous avons mobilisés pointant vers le fait que ces approches ont des incarnations dans le design graphique.

Ce prisme, au-delà de « fonctionner » du point de vue de l'analyse de projet, permet d'entrevoir les implications esthétiques et politiques du positionnement du designer dès lors que son travail relève de la survivance. En effet, ce cadre de travail offre la possibilité de poser un regard critique à l'égard des habitudes de création dominantes dans l'industrie culturelle et de l'attitude

anhistorique favorisée par les procédés de l'esthétique de la profusion. Cependant, la survivance n'est pas une solution univoque qui résoudrait tous les problèmes qui découlent de la pratique médiatique. Premièrement, parce que la survivance n'est pas unilatéralement adoptée, elle ne peut pas, dans l'immédiat, renverser le design médiatique. Deuxièmement, il serait naïf de croire que les designers dont certains travaux relèvent de la survivance ont une pratique entièrement tournée vers ce paradigme. Les designers, soumis à des contraintes structurelles et économiques très fortes, s'éloignent parfois des enjeux de la survivance. Comme dans la majorité des secteurs d'activité, leur pratique est conditionnée par des logiques de productivité et d'efficacité, ainsi que par des problématiques d'image de marque et de communication. Certains projets puisent dans l'esthétique médiatique, et, sinon, leur travail se retire de la sphère de la communication pour s'approcher de l'art et être exposé. Troisièmement, la spécificité de l'industrie culturelle est de récupérer, de s'approprier toutes les inventions, toutes les formes, tous les procédés conçus à l'extérieur de son cadre pour élargir sa sphère d'influence. Dès lors, toute opposition aux formes médiatiques, toute critique, toute déviation est dévaluée. Étant récupéré, leur caractère subversif, révolutionnaire, ou simplement critique est amoindri.

Néanmoins, la spécificité des formes de la survivance est qu'elles ne constituent pas un style identifiable d'un point de vue strictement formel. Le paradigme de la survivance propose surtout une méthode de création, sans préconceptions s'agissant de la forme qui doit en découler. Elle engage un rapport transformatif à tout ce qui l'a précédé dans la modernité. Si une forme médiatique s'approprie ce procédé de travail, certes elle désactive une part de l'aspect séditieux de la survivance, mais, en même temps, elle intègre à son produit une part d'historicité, aussi minime soit-elle, et donc, elle conserve une part de la critique que contiennent les formes de la survivance à l'égard de l'industrie culturelle. Ce procédé de renversement n'est pas exclusif à la récupération des formes de la survivance, mais il est particulier en tant qu'il ne peut pas complètement être supprimé dans ce dernier cas.

Ceci est notable, car la récupération des formes modernes a engagé, dans certaines productions, l'anéantissement complet du caractère subversif de la forme appropriée.

Acquis et résultats

Ces conséquences politiques sur la compréhension du design graphique et de la pratique de designer soulignent ce en quoi les catégories de Foster, appliquées au design graphique, diffèrent de la façon dont elles se comprennent en art. Les catégories déterminées par Foster doivent être transposées d'une pratique littéralement dérégulée à une pratique intimement nouée à l'économie en tant qu'outils de communication. Les catégories qui opèrent à un déplacement formel, les formes non synchrones et les formes non congruentes correspondent à une approche typique du design graphique. L'association de références historiques et de références thématiques est symptomatique d'une certaine pratique du graphisme où l'on associe des éléments visuels à caractère plus ou moins symbolique pour créer un nouveau sens. Mais ce n'est pas le cas des deux autres catégories. Les formes traumatiques et les formes spectrales, bien que premières dans la catégorisation de Foster, sont celles qui posent le plus de difficulté pour une transposition au design graphique. En effet, elles impliquent que la production ait pour thème un traumatisme ou un objet spectral. Or les projets de design graphique sont le plus souvent des objets de commande; les designers n'en choisissent pas fréquemment le thème. Dans nos analyses, nous avons vu que cette contrainte pouvait se résoudre de trois façons : soit le designer a une carte blanche, auquel cas son projet s'éloigne un peu du rôle social du design graphique; soit la commande contient déjà le sujet traumatique ou spectral, auquel cas le thème n'est extrinsèque qu'au design graphique en tant que pratique, mais pas au brief; soit le designer parvient à introduire une part de spectralité ou de trauma dans le projet de commande. Ce dernier cas est le cas idéal.

Malgré cette difficulté, l'analyse que propose Hal Foster pour l'art contemporain a une pertinence pour comprendre les dynamiques de la production

graphique contemporaine. Ceci est vrai s'agissant de la transposition de sa taxonomie, mais la survivance est aussi un outil d'analyse qui apporte un éclairage intéressant concernant le contexte économique particulier du design graphique. Cette pratique est bien plus sévèrement prise dans l'industrie culturelle que l'art. En tant qu'ils produisent des pièces généralement uniques, les arts plastiques ne s'adressent au grand public que sous forme de reproduction, comme le rappelait déjà John Berger dans *Voir le voir*. De plus, la majorité des œuvres contemporaines ne sont pas largement distribuées ; les *Ballon Dogs* de Jeff Koons font figure d'exceptions. En outre, si certaines œuvres, comme *Les Nymphéas* de Monet ou *la Joconde* de de Vinci, constitue des objets devant lesquels se photographier est devenu un rite, ce n'est pas le cas de la majorité des œuvres : hormis quand on est féru d'art, il y a très peu d'œuvres « à voir ». Au contraire, le design graphique contemporain est largement distribué, et même imposé à la vue dans l'espace public. Ainsi, les objets graphiques constituent une culture visuelle beaucoup plus largement partagée que les œuvres d'art contemporain. Certaines publicités, même très anciennes, sont devenues cultes : l'affiche « Think Small » pour Volkswagen, les affiches en silhouette pour les iPod de Apple, etc. ; certaines couvertures d'albums deviennent des phénomènes culturels : *The Dark Side of the Moon*, *Unknown Pleasure*, récemment *Brat*, etc. Dans un tel contexte, analyser le graphisme selon l'angle de la survivance autorise à entrevoir un extérieur, une alternative au design médiatique et permet de dessiner une limite à la logique de récupération au cœur du fonctionnement de l'industrie culturelle.

Du point de vue du designer, fonder son travail dans le cadre du paradigme de la survivance permet de cerner, pendant la création, les enjeux qu'engagent l'esthétique de la profusion, ce qui autorise à choisir de s'en défaire. Dans cette mesure, la survivance est un cadre de travail qui favorise le questionnement régulier de la pratique et invite à interroger les formes graphiques dominantes. Se placer dans la survivance implique également que les références que l'on mobilise sont prises non pas simplement comme des sources d'inspiration, ou trivialement comme des ingrédients pour composer son objet graphique

et remettre des gimmicks au goût du jour, mais comme des objets pris dans une histoire, qu'il s'agit de mobiliser, mais aussi de transformer. Ainsi, dans une certaine mesure, la survivance invite des questionnements plus théoriques au cours du projet, des questionnements qui, s'ils étaient monnaie courante durant la modernité, se raréfie de plus en plus face aux logiques de travail productivistes et à la systématisation de l'esthétique de la profusion qu'encourage l'industrie culturelle. En outre, l'introduction de thèmes ou d'éléments extrinsèques proprement politiques, sociaux ou idéologiques, qui participent à transformer les références visuelles, permet au designer d'introduire ses propres problématiques éthiques et sociales dans ses projets, ambition qui est souvent mise de côté dès qu'il s'agit de produire des formes médiatiques, qui, elles n'autorisent pas à dévier de la demande commerciale et de la production selon une recette.

Limites et approfondissements

De par l'envergure de ce mémoire, l'intérêt des catégories proposées par Hal Foster n'a été mesuré qu'à l'échelle de projets individuels. Or en design graphique, l'entièreté du corpus d'un designer n'est pas aussi cohérente que l'œuvre de certains artistes, comme c'est le cas du travail de Rachel Whiteread. Le designer graphiste, contrairement à l'artiste plasticien, est un professionnel qui répond à des commandes. Dès lors, parce que le designer doit s'assurer un salaire, certains de ses projets ne correspondent pas entièrement à sa vision d'auteur. Parce qu'il faut satisfaire le client, presque tout projet de design implique une compromission à la vision d'un tiers, à ses besoins et ses objectifs. Interroger la portée de la thèse de Foster à l'échelle de la carrière de designers ou du corpus complet de certains studios permettrait de mieux mesurer l'impact de cette compromission sur la cohérence d'un corpus donné.

S'agissant des projets analysés, l'échantillon de pratiques prises comme exemple dans les arts plastiques est essentiellement celui constitué par Foster dans «The Funeral is for the Wrong Corpse». Malgré la certaine diversité ethnique que Foster a intégrée, ce corpus est surtout constitué d'hommes,

et s'intéresse essentiellement à des pratiques occidentales. Mes apports personnels sont demeurés influencés par ce biais et mon corpus graphique comprend lui aussi une prédominance de pratiques occidentales¹⁸⁷. De fait, les conclusions que nous avons tirées n'ont pas autant de poids pour parler du design graphique extraoccidental et underground.

D'autre part, dans la mesure où les productions de la survivance s'opposent aux productions médiatiques, il est possible de voir un biais classiste dans l'analyse que nous avons menée. Cette impression est renforcée par certains des exemples que nous avons analysés, comme le polyptyque H A V R E qui a été conçu pour une exposition au sein d'une bibliothèque universitaire, ou l'édition d'art *Dark Archives* qui ne s'adresse pas au grand public. Effectivement, beaucoup de productions de designers mineurs sur la scène nationale ou internationale relèvent du design médiatique. Cela peut être pour des raisons de performance – l'esthétique de la profusion étant aussi bien la réponse la plus simple et la plus rapide à mettre en œuvre, que la proposition formelle qui autorise à ne pas « perdre du temps » à sensibiliser le commanditaire aux enjeux du graphisme – ou d'habitude – pris dans la routine, on oublie d'interroger les outils et les références que l'on utilise, on ne nous offre pas le temps ni l'espace d'engager une réflexion sur son travail, etc. Toutefois, si cette observation n'est pas fautive, elle occulte le fait que, nous l'avons vu, d'importants studios, tels que Pentagram ou Mother Design, s'alignent eux aussi sur certains critères de l'esthétique de la profusion. En réalité, même les designers qui dominent le marché sont soumis à de fortes pressions économiques.

Enfin, nous l'avons mentionné dès le début de notre recherche, le design graphique n'est pas aussi ancien que l'art. Ainsi, la critique du graphisme et l'histoire de la pratique sont également des disciplines récentes, qui souffrent d'être inégalement implantées. De plus, assez peu de designers contemporains écrivent sur leur pratique. Aujourd'hui, à quelques exceptions près (auxquelles compte Experimental Jetset ou Kenya Hara), les propos des graphistes sont essentiellement recueillis au cours d'entretiens ou de courtes conférences

187. S'agissant des références historiques, ce biais est normal. Les productions des femmes et des minorités ethniques et sexuelles tendent à être minorées par la façon dont la société occidentale écrit l'histoire. Dès lors, ce qui peut « faire référence », est déjà conditionné par cette « sélection ».

revenant sur leur travail. Ceci est très surprenant quand on sait que les modernes, d'avant et d'après-guerre, écrivaient énormément. Les monographies sont symptomatiques de cet état de fait. Elles ne contiennent que rarement des textes de la plume du designer : on l'observe dans Frédéric Teschner ou dans Le Petit Didier par exemple. Plus généralement, comme l'indiquent les membres de Spassky Fischer, les réflexions théoriques ou idéologiques ne se font pas au quotidien et elles n'auraient pas lieu s'ils n'étaient pas invités à des entretiens et à des conférences, si l'on ne leur offrait pas l'espace et le temps d'y penser. L'absence d'un paradigme commun identifié favorise une plus grande rupture entre théorie et pratique, entre forme et propos, qui sont pourtant censés aller de pair dans le domaine de la conception en design. C'est pourquoi un paradigme comme celui de la survivance est un véritable enjeu pour que la pratique puisse être pensée par les designers et les théoriciens de façon consistante.



BIBLIOGRAPHIE

ADORNO, T. HORKHEIMER, M. (1974). *La dialectique de la raison*. TEL.

ANDERSON, G. et HELLER., S. (2016). *The graphic design idea book*. Laurence King Publishing.

ANGLADE, H. et PETITJEAN, T. (2018, 25 juin). *Spassky Fischer* [Conférence]. Type Talk 18, TypeParis à Paris. <https://www.youtube.com/watch?v=R1wo-9hTmsE>

ARMSTRONG, H. (direction) et al. (2011). *Le Graphisme en texte, Lectures indispensables*. Pyramyd.

AUCOMPTE, Y., DARRICAU, S. (direction) et al. (2023). *La Querelle de la déconstruction : un débat philosophique dans le design graphique ? Une anthologie transatlantique*. T&P Publishing.

BERGER, J. et al. (1972). *Ways of Seeing : based on the BBC television series with John Berger*. Penguin books.

BERGER, J. et al. (2014). *Voir le voir : à partir d'une série d'émissions de télévision de la BBC*. B42.

BERNARD, E et al. (2019). Frédéric Teschner. B42.

BESSART-BANQUY, O. (2007). Le livre entre noir et blanc : l'espace de la page imprimée. Dans MILON, A., et PERÉLMAN, M. (éds.), *Le livre et ses espaces*. Presses universitaires de Paris Nanterre. <https://doi-org.gorgone.univ-toulouse.fr/10.4000/books.pupo.503>

BIRAT, K. (2018). "Taak prappa". *Sillages critiques*. 25 (25). <https://doi.org/10.4000/sillagescritiques.7745>

BOTHOREL, M. (2023, janvier-mars). Sowvital, soigner les belles plantes. *Étapes*, 50-55.

BOTHOREL, M. (2018, septembre-octobre). États d'art les identités visuelles comme témoins. *Étapes*, 111-143.

BOUIGE, C. (2022, septembre-octobre). Systèmes d'énonciation, Spassky Fischer. *Étapes*, 102-110.

BRUET, M. et PETITJEAN, T. (2017, mai). *Lecture by Spassky Fischer* [Conférence]. Deep Blue, ELISAVA à Barcelone. <https://www.youtube.com/watch?v=R1wo-9hTmsE>

CHALMERS, A. (1990). *Qu'est-ce que la science ? Popper, Kuhn, Lakatos, Feyerabend*. Le Livre de poche.

CHENETIER, M. et Encyclopædia Universalis. (s.d.). BARTH JOHN (1930-2024). Encyclopædia Universalis. Consulté le 13 février 2025 sur <https://www-universalis-edu-com.gorgone.univ-toulouse.fr/encyclopedie/john-barth/>

CHOMARAT-RUIZ, C. (2024, 19 septembre). *Vers une théorie critique du design* [Séminaire]. Récupéré à partir de l'URL ?

Collections Typologie. (2017). *Typologie n° 1 - La boule de pétanque*. Kickstarter. Consulté le 13 février 2025 sur <https://www.kickstarter.com/projects/typologie/typologie-n1-la-boule-de-petanque>

COWAN WATTS, C., HILL, L. et al. (2017, 26 juin). *Dear Unsuspecting Public, Jimmie Durham Is a Trickster*. Indian Country Today. Disponible sur <https://web.archive.org/web/20170722090529/https://indiancountrymedianetwork.com/news/opinions/dear-unsuspecting-public-jimmie-durham-trickster/>

DA : Anonyme. (2015). *Dark Archives by Andre Bradley*. Studio Elana Schlenker. Consulté le 6 février 2025 sur <https://elanaschlenker.com/dark-archives>

FA : Anonyme. (2021). *Fantasy America Identity*. Studio Elana Schlenker. Consulté le 21 mars 2025 sur <https://elanaschlenker.com/fantasy-america>

FISCHER, M. (2018). *Le Réalisme capitaliste, N'y a-t-il aucune alternative ?*. entremonde.

FOSTER, H. (2002). *Design and crime (And Other Diatribes)*. Radical Thinkers.

FOSTER, H. (2019). *Design et crime*. Les Prairies ordinaires.

GREEN, J. (2016, 11 juillet). *Spassky Fischer's colourful overhaul of Mucem's graphic communication system*. It's Nice That. Consulté le 19 mars 2025 sur <https://www.itsnicethat.com/articles/spassky-fischer-mucem-110716>

GREENBERG, C. (1988). *Art et Culture*. Macula.

HELLER., S. (1997). Paul Rand 1914-1996. *Design Issues*. 13(1). p. 82. <http://www.jstor.org/stable/1511589>

KRAUSS, R. (1979). *Sculpture in the Expanded Field*. *October*. 8. pp. 30-44. <https://doi.org/10.2307/778224>

KRAUSS, R. (1993). *L'originalité de l'avant-garde et autres mythes modernistes*. Editions Macula.

LE BARS, V. (2020, 15 décembre). *Hors-Série #4 : Spassky Fischer*. [Émission de radio]. *Duuu Radio. <https://duuuradio.fr/recherche?q=spassky>

LOOS, A. (2003). *Ornement et crime*. Payot et Rivages

LUKÀCS, G. (1960). *Histoire et conscience de classe*. Les Éditions de Minuit

MAILLET, S. et SAUVAGE, A-M. (2013). *Frédéric Teschner, Pixels et trames. Revue de la Bibliothèque nationale de France*. 43 (1). p. 50-53.

MARX, K. (1972). *Contribution à la critique de l'économie politique*. Éditions Sociales.

MARX, K. (1975). *Le Capital, Critique de l'économie politique. Livre premier : Le développement de la production capitaliste*. Éditions Sociales.

MEGGS, P. et PURVIS, A. (2006). *Meggs' History of graphic design*. John Wiley & Sons Inc.

MISH, F. C., Merriam-Webster et al. (2006). *Congruent*. Merriam-Webster's Collegiate Dictionary. Merriam-Webster.

Mother Design. (2021, 23 juillet). *Sans titre* [publication Instagram]. Instagram. Consulté le 8 avril 2025 sur https://www.instagram.com/p/CRrNeHLBIRt/?img_index=3

PARBERRY, I. (2014). *Adventures in ASCII Art. Leonardo*. 47(3). pp. 262-263. <https://www.jstor.org/stable/43834186>

PIERREL, J-M., CNRTL et al. (s.d.). *Congruent*. Portail Lexical. Consulté le 19 février 2025 sur <https://www.cnrtl.fr/definition/congruent>

PIÉRRON, S. (2020, 10 novembre). *40 ans après, les secrets d'un logo devenu mythique*. Centre Pompidou. Consulté le 30 mars 2025 sur <https://www.centrepompidou.fr/fr/magazine/article/40-ans-apres-les-secrets-dun-logo-devenu-mythique>

PÉTILLON, P-Y. et Encyclopædia Universalis. (s.d.) *COOVER ROBERT (1932-2024)*. Encyclopædia Universalis. Consulté le 13 février 2025 sur <https://www-universalis-edu-com.gorgone.univ-toulouse.fr/encyclopedie/robert-coover/>

RAND, P. (2021). *L'Art du designer*. B42.

ROQUE, G. (2009). *Art et science de la couleur*. Gallimard.

RICORDEL, Y. (2015). *Harold Bloom, L'Angoisse de l'influence*. Critique d'art, Toutes les notes de lecture en ligne. Consulté le 7 février 2025 sur <https://doi.org/10.4000/critiquedart.13508>

RUSSEL, S. (2015, 1er juillet). *Rachel Dolezal Outs Andrea Smith Again; Will Anybody Listen This Time?*. Indian Country Today. Disponible sur <https://web.archive.org/web/20190528165436/https://newsmaven.io/indiancountrytoday/archive/rachel-dolezal-outs-andrea-smith-again-will-anybody-listen-this-time-h7m2k-3PP0qPJ7n0fH5Pcw/>

WA : Anonyme. (2020). *I Write Artist Statements identity*. Studio Elana Schlenker. Consulté le 18 février 2025 sur <https://elanaschlenker.com/i-write-artist-statements-id>

WAGNER, V. (2007). Marx, Wittgenstein et l'amante du mage : remarques sur la disparition, l'évidence et le pouvoir. *Intermédialités*. 10. p. 17–32. <https://doi-org.gorgone.univ-toulouse.fr/10.7202/1005550ar>

Anonyme. (s.d.). *Hal Foster | Department of Art and Archaeology*. Princeton University. Consulté le 6 février 2025 sur <https://artandarchaeology.princeton.edu/people/hal-foster>

Anonyme. (s.d.). *Reveri*. Mother Design. Consulté le 19 mars 2025 sur <https://www.motherdesign.com/work/reveri>

Anonyme. (2017). *Typologie*. Teschner – Sturacci. Consulté le 13 février 2025 sur <https://teschner-sturacci.com/projects/typologie>

INDEX

GRAPHIQUE

Ill. 1 : KRAUSS, R. (1993). *Sans titre*. Diagramme. Reproduit dans *L'Originalité de l'avant-garde et autres mythes modernistes*.

Ill. 2 : WARHOL, A. (1964). *Brillo Box (Soap Pads)*. Polyacétate de vinyle et sérigraphie sur bois, 43,3 x 43,2 x 36,5 cm. New York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/81384>

Ill. 3 : SHERMAN, C. (1977). *Untitled Film Still. #4*. Photographie argentique, 19,2 x 24 cm. New York, MoMA. https://www.moma.org/collection/works/56525?artist_id=5392&page=1&sov_referrer=artist

Ill. 4 : SHERMAN, C. (1978). *Untitled Film Still. #20*. Photographie argentique, 19,1 x 24 cm. New York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/56612>

Ill. 5 : SHERMAN, C. (1978). *Untitled Film Still. #21*. Photographie argentique, 19,1 x 24,1 cm. New York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/56618>

Ill. 6 : KOONS, J. (1994–2000). *Balloon Dog (Magenta)*. Acier inoxydable hautement chromé avec revêtement coloré transparent, 307,5 x 366 x 114,5 cm. Collection Pinault. <https://lesoeuvres.pinaultcollection.com/fr/oeuvre/balloon-dog-magenta>

Ill. 7 : GUTENBERG, J. (1450–1455). *Sans titre*. Pages de *La Bible de Gutenberg*, livre in-folio. Paris, Bibliothèque Nationale de France. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 74.

Ill. 8 : SIMONNEAU, L. (1695). *Sans titre*. Matrice de l'alphabet du Romain du Roi. Paris, Bibliothèque Nationale de France. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 118.

Ill. 9 : PIGOUCHET, P. (1498). *Sans titre*. Pages de *Horae Beatus Virginis Mariae*. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 92.

Ill. 10 : de RUBEIS, L. (1482). *Sans titre*. Marque d'imprimeur, poinçon. Collection de Philip Meggs. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 95.

Ill. 11 : MUCHA, A. (1898). *Sans titre*. Affiche pour le papier à cigarette Job. Collection de Philip Meggs. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 206.

Ill. 12 : CARNAUD, J. (c. 1898). *Sans titre*. Boîte à biscuit en forme de tramway, fer blanc imprimé. Nantes, Musée d'histoire de Nantes. <https://www.chateaunantes.fr/expositions/lu/>

Ill. 13 : CHÉRET, J. (1866). *Sans titre*. Affiche pour *La Biche au bois*. Lithographie monochrome. Paris, Musée de la publicité. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 196.

Ill. 14 : BUFFORD'S SON, J. et FRIZZALL, S. (1884). *Sans titre*. Affiche pour la campagne présidentielle de Cleveland et Hendrick. Chromolithographie. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 154.

- III. 15 : HORGAN, S. (1880). *A Scene in Shantytown*. Photogravure expérimentale imprimée dans le journal *New York Daily Graphic*. Rochester, George Eastman House. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 148.
- III. 16 : MAX, P. (1969). *Love*. Affiche sérigraphiée. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 439.
- III. 17 : BERHENS, P. (1908). *Sans titre*. Couverture du *Mitteilungen Der Berliner Elektrizitaets Werke* de Juillet, publié par AEG. Archives de la firme AEG. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 239.
- III. 18 : BERHENS, P. (1908). *Sans titre*. Couvertures du manuel pour le pavillon d'AEG lors de l'exposition allemande de construction navale. Collection de Philip Meggs. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 238.
- III. 19 : LISSITZKY, E. (1923). *Sans titre*. Pages du recueil de poésie *Dlia Glosa* de Mayakowsky. Impression à caractère mobile, 18,7 x 13 cm. New York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/14473>
- III. 20 : TSCHICHOLD, J. (1937). *Sans titre*. Affiche pour l'exposition « Konstruktivism ». Zurich, Museum für Gestaltung. Reproduit dans *The graphic design idea book*, p. 20.
- III. 21 : NEURATH, O. (c. 1928). *Naissances et décès à Vienne*. Graphique. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 227.
- III. 22 : LIEBERMAN, A. (1945). *Sans titre*. Couverture de *Vu*. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 341.
- III. 23 : LIEBERMAN, A. (1933). *Sans titre*. Couverture de *Vogue*. *Vogue Archive [en ligne]*. <https://archive.vogue.com/issue/19450315>
- III. 24 : TSCHICHOLD, J. (1947). *Sans titre*. Couverture de la brochure *The Pelican History of Art*. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 324.
- III. 25 : BAYER, H. (1954). *Great Ideas*. Affiche publicitaire pour la Container Corporation of America. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 347.
- III. 26 : AICHER, O. et al. (1972). *Sans titre*. Trois brochures d'informations pour les Jeux olympiques de Munich. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 419.
- III. 27 : RAND, P. (1946). *Sans titre*. Affiche publicitaire pour Ohrbach. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 375.
- III. 28 : LISSITZKY, E. (1922). Couverture du douzième numéro de la revue trilingue *Veshch/Gegenstand/Objet*. Jaquette imprimée à la presse à caractères mobiles, 31 x 23,2 x 0,3 cm. Chicago, Art Institute Chicago. <https://www.artic.edu/artworks/199114/veshch%E8%81%9E-mezhdunarodnoe-obozenie-sovremennogo-iskusstva-subject-international-review-of-modern-art>
- III. 29 : VASILEVICH LEBEDEV, V. (1922). *Priklucheniya chuch-lo*. Couverture de l'album lithographiée, 17 x 24,1 cm. New York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/16196>
- III. 30 : MÜLLER-BROCKMANN. (1958). *Sans titre*. Affiche pour le concert « Musica Viva ». Linogravure et presse à caractères mobiles, 128 x 90,5 cm. New York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/7233>
- III. 31 : BRODOVITCH, A. (1951, juin). *Sans titre*. Couverture pour le numéro de juin 1951 du magazine *Harper's Bazar*. Zurich, Reitberg Museum. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 340.
- III. 32 : PICCIRILLO, C. et PROTAS, J. (1962). *Sans titre*. Affiche publicitaire pour Ohrbach. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 390.
- III. 33 : RAND, P. (1957). *Logo d'IBM*. Diffusé sur site web de IBM. Consulté le 17 avril 2025. Disponible sur <https://www.ibm.com/history/logo>
- III. 34 : PINTORI, G. (1949). *Sans titre*. Affiche pour Olivetti. Lithographie offset, 95,5 x 66,5 cm. New York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/5839>
- III. 35 : GLASER, M. (1964). *Sans titre*. Pochette de l'album *The Sound of Harlem*. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 429.
- III. 36 : CASSANDRE, M. (1927). Nord Express. Affiche pour la compagnie des wagons-lits. Lithographie, 104,1 x 74,9 cm. New York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/105963>
- III. 37 : CASSANDRE, M. (1939). *Dubo, Du bon, Dobonnet*. Affiche publicitaire pour la liqueur Dubonnet. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 282.
- III. 38 : CASSANDRE, M. (1938). *Sans titre*. Affiche pour la Container Corporation of America. Saint Louis, Jefferson Smurfit Corporation. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 343.
- III. 39 : WEINGART, W. (1977). *Kunstcredit*. Lithographie offset sur papier, 127 x 88,9 cm. Minneapolis, Walker Art Center. <http://walkerart.org/collections/artworks/kunstcredit>
- III. 40 : LONGHAUSER, W. (1983). *Sans titre*. Affiche pour l'exposition de dessins de Michael Graves. <https://www.longhauser.com/project.php?p=michaelGraves>
- III. 41 : PENTAGRAM. (2023). *Logos d'American Girl*. Disponible sur <https://www.pentagram.com/work/american-girl?rel=discipline&rel=id=1>
- III. 42 : PENTAGRAM. (2023). *Sans titre*. Motifs pour l'identité d'American Girl. Disponible sur <https://www.pentagram.com/work/american-girl?rel=discipline&rel=id=1>
- III. 43 : BONOMELLI, R. (2011). *Sans titre*. Couverture pour le roman *11/22/63* de Stephen King. Reproduit dans *The graphic design idea book*, p. 64.
- III. 44 et 45 : DUBOIS, E. et al. (2024). *Le XVI de France*. Deux affiches au format 40 x 60 cm.
- III. 46 : RAND, P. (1940). *Sans titre*. Couverture du numéro de décembre 1940 du magazine *Direction*. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 374.
- III. 47 : DUBOIS, E. (2025). *Dé-dallage*. Projection numérique du système d'affichage.
- III. 48 : SPASSKY FISCHER. (2021). *Le Gobelet de Cristal* de Thierry Chancogne. Première de couverture. <http://spassky-fischer.fr/fr/#/project/le-gobelet-de-cristal>
- III. 49 : SPASSKY FISCHER. (2021). *Le Gobelet de Cristal* de Thierry Chancogne. Double page de texte. <http://spassky-fischer.fr/fr/#/project/le-gobelet-de-cristal>
- III. 50 : SPASSKY FISCHER. (2021). *Le Gobelet de Cristal* de Thierry Chancogne. Double page de photographies. <http://spassky-fischer.fr/fr/#/project/le-gobelet-de-cristal>
- III. 51 : KADISHMAN, M. (1999). *Shalekhet*. Berlin, Musée juif.

- III. 52 : GOBER, R. (1989). *Sans titre (Male and Female Genital Wallpaper et Bag of Donuts)*. Londres, Tate. <https://www.tate.org.uk/art/artworks/gober-male-and-female-genital-wallpaper-p15589> et <https://www.tate.org.uk/art/artworks/gober-bag-of-donuts-t16104>. Vue de l'exposition « Robert Gober : The Heart is Not a Metaphor » au MoMA en 2015. https://www.moma.org/calendar/exhibitions/1452?installation_image_index=24
- III. 53 : GOBER, R. (1989-1996). *Sans titre*. Chicago, Art Institute Chicago. <https://www.artic.edu/artworks/192689/untitled>
- III. 54 : SCHLENKER, E. (2015). *Dark Archives*. Première de couverture. <https://elanaschlenker.com/dark-archives>
- III. 55 : SCHLENKER, E. (2015). *Dark Archives*. Intérieur de la pochette du livre. <https://elanaschlenker.com/dark-archives>
- III. 56 : SCHLENKER, E. (2015). *Dark Archives*. Double page du livret 10-20. <https://elanaschlenker.com/dark-archives>
- III. 57 : TESCHNER, P. et STURACCI, L. (2015). *Dark Santa Claus*. Affiche pour la « Fête du graphisme », Paris, 120 x 176 cm. Reproduit dans la monographie *Frédéric Teschner*.
- III. 58 : SCWITTERS, K. (1921). *Merzbild 32 A. Das Kirschbild*. Papier imprimé, papier coloré, bois, métal, liège, encre, crayon et huile sur bois, 91,8 x 70,5 cm. New York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/33356>
- III. 59 : SCWITTERS, K. (1920). *Sans titre*. Lithographie et collage sur papier vélin. Ottawa, Musée des Beaux-Arts du Canada. <https://www.beaux-arts.ca/collection/artwork/sans-titre-387>
- III. 60 : WHITEREAD, R. (2001). *Sans titre (Stairs)*. Plâtre, fibre de verre et bois, 375 x 220 x 580 cm. Londres, Tate. <https://www.tate.org.uk/art/artworks/whiteread-untitled-stairs-t07939>
- III. 61 : WHITEREAD, R. (1998). *Sans titre (Nine Tables)*. Béton et polystyrène, 68,1 x 375 x 519 cm. Londres, Tate. <https://www.tate.org.uk/art/artworks/whiteread-untitled-nine-tables-t07984>
- III. 62 : BACHELIER, A-L., STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2017). *La Boule de pétanque*. Couverture. <https://teschner-sturacci.com/projects/typologie>
- III. 63 : BACHELIER, A-L., STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2017). *La Boule de pétanque*. Double page du livre. <https://www.collectionstypologie.com/books/1>
- III. 64 : BACHELIER, A-L., STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2017). *La Boule de pétanque*. Double page du livre. <https://teschner-sturacci.com/projects/typologie>
- III. 65 : BACHELIER, A-L., STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2017). *La Boule de pétanque*. Double page du livre. <https://www.collectionstypologie.com/books/1>
- III. 66 : BACHELIER, A-L., STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2017). *La Boule de pétanque*. Couverture et quatrième de couverture du livre. <https://teschner-sturacci.com/projects/typologie>
- III. 67 : SPASSKY FISCHER. (2014). *De l'inconvénient d'être nez à nez*. Affiche pour une exposition de Benjamin Aubertin. <http://spassky-fischer.fr/fr/#/project/de-linconvient-detre-nez-a-nez-benjamin-aubertin>
- III. 68 : KENTRIDGE, W. (1996). *History of the Main Complaint*. Photogramme. <https://www.kentrIDGE.studio/william-kentrIDGE-projects/drawings-for-projection/>
- III. 69 : KENTRIDGE, W. (1996). *History of the Main Complaint*. Photogramme. <https://www.kentrIDGE.studio/william-kentrIDGE-projects/drawings-for-projection/>
- III. 70 : KENTRIDGE, W. (1996). *History of the Main Complaint*. Photogramme. <https://www.kentrIDGE.studio/william-kentrIDGE-projects/drawings-for-projection/>
- III. 71 : KENTRIDGE, W. (1996). *History of the Main Complaint*. Photogramme. <https://www.kentrIDGE.studio/william-kentrIDGE-projects/drawings-for-projection/>
- III. 72 : GROZS, G. (c. 1923). *Le premier président allemand Ebert*. Encre de Chine sur papier, 65,2 x 52,2 cm. Paris, Centre Pompidou. <https://www.centrepompidou.fr/fr/ressources/oeuvre/cBKypao>
- III. 73 : ERNST, M. (1924-25). *Paris-Rêve*. Huile sur toile, 64,8 x 54 cm. New Haven, Yale University Art Gallery. <https://artgallery.yale.edu/collections/objects/48053>
- III. 74 : DOUGLAS, S. (1986). *Ouverture*. Projection de film 16 mm en noir et blanc (boucle de 6 minutes) et son, dimensions variables. Galerie David Zwirner. <https://www.davidzwirner.com/artworks/stan-douglas-ouverture-1ecc6>
- III. 75 : SCHLENKER, E. (2016). *Sans titre*. Carte de visite de I Write Artist Statements. <https://elanaschlenker.com/i-write-artist-statements-id>
- III. 76 : SCHLENKER, E. (2020). *Writing activities for quarantine*. Fanzine pour I Write Artist Statement. <https://elanaschlenker.com/i-write-artist-statements-id>
- III. 77 : SCHLENKER, E. (2016). *Sans titre*. Infolettre pour I Write Artist Statements. <https://elanaschlenker.com/i-write-artist-statements-id>
- III. 78 : SCHLENKER, E. (2016). *Sans titre*. Site internet de I Write Artist Statements, page d'accueil, détail. <https://elanaschlenker.com/i-write-artist-statements-id>
- III. 79 : SCHLENKER, E. (2016). *Sans titre*. Site internet de I Write Artist Statements, page d'accueil. <https://elanaschlenker.com/i-write-artist-statements-id>
- III. 80 : SCHLENKER, E. (2016). *Sans titre*. Site internet de I Write Artist Statements, page de génération de texte, détail. <https://elanaschlenker.com/i-write-artist-statements-id>
- III. 81 : TESCHNER, F. (2011). *H A V R E*. Polyptique de cinq affiches en 120 x 176 cm. Reproduit dans la monographie *Frédéric Teschner*.
- III. 82 : ALÿS, F. (2004). *The Nightwatch*. Vidéo de 19 minutes, deux cartes, sept dessins, papiers imprimés et livre, dimensions variables. Londres, Tate. <https://www.tate.org.uk/art/artworks/aly-the-nightwatch-t12195> Photogramme de la vidéo. <https://francisalys.com/the-nightwatch/>
- III. 83 : DURHAM, J. (1988-1992). *Malinche*. Goyave, branches de pin, bois de chêne, peau de serpent, soutien-gorge en polyester trempé dans la résine acrylique et la peinture dorée, aquarelle, feuille de cactus, toile, tissu en coton, métal, corde, plumes, bijoux en plastique et œil de verre, 177 cm x 63 cm x 89 cm. Ghent, Stedelijk Museum voor Actuele Kunst (S.M.A.K.). <https://smak.be/fr/ouvrages-d-art/malinche-529>
- III. 84 : RAUSCHENBERG, R. (1955-59). *Monogram*, Freestanding Combine. Huile, papier imprimé, reproductions imprimées, métal, bois, talon en caoutchouc et balle de tennis sur toile, avec huile sur chèvre angora et poil sur socle en bois monté sur quatre roulettes, 106,6 x 160,6 x 163,8 cm. Stockholm, Moderna Museet.
- III. 85 : OROZCO, G. (1992). *Yielding Stone*. Pâte à modeler, 36,8 x 39,4 x 40,6 cm. New York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/142595>

- III. 86 : OROZCO, G. (1993). *La DS*. Citroën DS modifiée, 140,1 x 482,5 x 115,1 cm. Paris, Fond National d'Art Contemporain.
- III. 87 : SPASSKY FISCHER. (2017). *Sans titre*. Documents et brochures pour le Mucem. <http://spassky-fischer.fr/fr/#/project/mucem-communication>
- III. 88 : SPASSKY FISCHER. (2016). *Sans titre*. Trois affiches pour les expositions d'août 2016 au Mucem. <http://spassky-fischer.fr/fr/#/project/mucem-communication>
- III. 89 : SPASSKY FISCHER. (2017). *Sans titre*. Affiche pour l'exposition « Nous sommes foot » au Mucem. <https://www.instagram.com/p/BZoZLiFj7-0/>
- III. 90 : SPASSKY FISCHER. (2017). *Sans titre*. Page d'accueil du site web du Mucem. Consulté le 23 avril 2025. <https://www.mucem.org/>
- III. 91 : SPASSKY FISCHER. (2019). *Sans titre*. Affiche pour l'événement « Plan b » organisé par le Mucem. <https://www.instagram.com/p/B5S6frXoflU/>
- III. 92 : DUBOIS, E. (2025). *Dé-dallage*. Trois modules du système en 13,7 x 13,7 cm et un module en 19,6 x 19,6 cm.
- III. 93 : DUBOIS, E. (2025). *Dé-dallage*. Affiche reprenant les majuscules types que l'on peut dessiner avec le système, 42 x 59,4 cm.
- III. 94 : MOTHER DESIGN. (2023). *Sans titre*. Application Reveri, écran de test d'hypnose de l'application. <https://www.motherdesign.com/work/reveri>
- III. 95 : MOTHER DESIGN. (2023). *Sans titre*. Application Reveri, écran d'accueil de l'application. <https://www.motherdesign.com/work/reveri>
- III. 96 : MOTHER DESIGN. (2023). *Sans titre*. Icône pour l'application Reveri. <https://www.motherdesign.com/work/reveri>
- III. 97 : ALBERS, J. (1969). *Homage to the Square*. Huile sur Isorel, 40,3 x 40,3 x 0,4 cm. New York, Guggenheim Museum. <https://www.guggenheim.org/artwork/180>
- III. 98 : ALBERS, J. (1969). *Study for Homage to the Square: Starting*. Caséine et huile sur Isorel, 40,2 x 40,2 cm. New York, Guggenheim Museum. <https://www.guggenheim.org/artwork/182>
- III. 99 : MOTHER DESIGN. (2023). *Sans titre*. Campagne publicitaire pour Reveri, six affiches promotionnelles. <https://www.motherdesign.com/work/reveri>
- III. 100 : DUBOIS, E. (2025). *Dé-dallage*. Projection numérique d'un affichage.
- III. 101 : WARHOL, A. (1962). *Campbell's Soup Cans*. Acrylique et peinture-émail métallisée sur toile, trente-deux panneaux au format 50,8 x 40,6 cm, dimensions variables. Neaw York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/79809>
- III. 102 : EBAY. (Sans date). *Ebay*. Page d'accueil du site web français, bannière 1. Consulté le 21 mars 2025. <https://www.ebay.fr/>
- III. 103 : EBAY. (Sans date). *Ebay*. Page d'accueil du site web français, bannière 2. Consulté le 21 mars 2025. <https://www.ebay.fr/>
- III. 104 : STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2013). *Galerie In Situ - Fabienne Leclerc*. Page d'accueil (extrait). Consulté le 24 avril 2025. <http://insituparis.fr/>
- III. 105 : STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2013). *Galerie In Situ - Fabienne Leclerc*. Page de présentation du travail de l'artiste Auguste Dormeul (extrait). Consulté le 24 avril 2025. <http://insituparis.fr/fr/artistes/presentation/283/auguste-dormeul-renaud#oeuv-8>
- III. 106 : ANSERMET, F. et VERNIER, Céline. (2009). Le premier bug. Magazine (numéro 243 de Science et Vie Junior), page 30, 273 x 233 x 2 mm.
- III. 107 : SCHLENKER, E. *et al.* *Fantasy America*. Couverture du catalogue. <https://elanaschlenker.com/fantasy-america>
- III. 108 : SCHLENKER, E. *et al.* *Fantasy America*. Pages 82 et 83. <https://elanaschlenker.com/fantasy-america>
- III. 109 : SCHLENKER, E. *et al.* *Fantasy America*. Pages 66 et 67. <https://elanaschlenker.com/fantasy-america>
- III. 110 : SCHLENKER, E. *et al.* *Fantasy America*. Pages 94 et 95. <https://elanaschlenker.com/fantasy-america>
- III. 111 : SCHLENKER, E. *et al.* *Fantasy America*. Pages 8 et 9. <https://elanaschlenker.com/fantasy-america>
- III. 112 : SCHLENKER, E. *et al.* *Fantasy America*. Pages 112 et 113. <https://elanaschlenker.com/fantasy-america>
- III. 113 : STEVENSON, N. (2024). *Sans titre*. Affiche pour l'édition 2024 du festival CMYK, Risographie. https://www.instagram.com/p/C5aeDWIC8AG/?img_index=1
- III. 114 : SPASSKY FISCHER. (2017). *Sans titre*. Affiche pour l'exposition du Mac Val « Sans réserve ». https://www.instagram.com/p/BV9_67Mjv45/
- III. 115 : SPASSKY FISCHER. (2015). *Sans titre*. Affiche pour l'exposition du Mac Val « Cherchez le garçon ». <https://www.instagram.com/p/2tayBCDJlj/>
- III. 116 : STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2014). *Sans titre*. Flyers pour la saison 2014-2015 du Centre dramatique national Nanterre-Amandiers. <https://teschner-sturacci.com/projects/nanterre-amandiers-14-15>
- III. 117 : STURACCI, L. et TESCHNER, F. (2015). *Parcours de la collection #7, L'Effet Vertigo*. Couverture du catalogue pour le Mac Val. <https://teschner-sturacci.com/projects/mac-val-parcours-7>
- III. 118 : TESCHNER, F. (2009). *Journal des églises centre d'art contemporain de la ville de Chelles 2009-2010*. Double page. <https://teschner-sturacci.com/projects/les-eglises-chelles>
- III. 119 : TESCHNER, F. (2013). *Le Monde transforme/change l'art. Affiche pour le projet HQAC de Stephan Shankland*. Sérigraphie, 120 x 176 cm. <https://teschner-sturacci.com/>
- III. 120 : SPASSKY FISCHER. (Sans date). *Sans titre*. Protocole de l'identité de l'ESA de Pau. Reproduit par Manon Bruet et Thomas Petitjean pour la conférence donnée à l'ELISAVA en 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=Rtwo-9hTmsE>
- III. 121 : SPASSKY FISCHER. (Sans date). *Sans titre*. Entête pour la papeterie de l'ESA de Pau. Reproduit par Manon Bruet et Thomas Petitjean pour la conférence donnée à l'ELISAVA en 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=Rtwo-9hTmsE>
- III. 122 : Anonyme. (2021). *Sans titre*. Relevé de note de l'ESAD de Pau. Impression jet d'encre, 21 x 29,7 cm.
- III. 123 : SCHLENKER, E. (2016). *Facebook Slow Down... campaign*. Affiche sérigraphiée. <https://elanaschlenker.com/slow-down>
- III. 124 : SCHLENKER, E. (2016). *Facebook Slow Down... campaign*. Affiche sérigraphiée. <https://elanaschlenker.com/slow-down>

- III. 125 : SCHLENKER, E. (2016). *A Brief History of Taking Your Time: From BC to RN*. Fanzine risographié pour la Facebook Slow Down... campaign. Double page du fanzine. <https://elanaschlenker.com/slow-down>
- III. 126 : SCHLENKER, E. (2016). *Small Things*. Affiche sérigraphiée. <https://elanaschlenker.com/small-things>
- SCHLENKER, E. (2016). *Small Things*. Affiche sérigraphiée. <https://elanaschlenker.com/small-things>
- III. 127 : SCHLENKER, E. (2016). *Small Things*. Affiche sérigraphiée. <https://elanaschlenker.com/small-things>
- III. 28 : SCHLENKER, E. (2017). *Sunset Samples*. Double page du fanzine imprimé en risographie. <https://elanaschlenker.com/sunset-samples>
- III. 129 : Anonyme. (1992). *Output*. Page de la publication *Output*. Reproduit par Alan Rapp sur le site Internet *Designer & Book*, le 23 août 2013. Consulté le 24 mars 2025. <https://www.designersandbooks.com/blog/when-ugly-reared-its-head>
- III. 130 : SCHLENKER, E. *et al.* (2017–2020). *Sans titre*. Site Internet de Hacking Finance, page de chargement. Consulté le 8 mai 2025. <https://www.hacking.finance/>
- III. 131 : SCHLENKER, E. *et al.* (2017–2020). *Sans titre*. Site Internet de Hacking Finance, page de chargement. Consulté le 8 mai 2025. <https://www.hacking.finance/>
- III. 132 : SCHLENKER, E. *et al.* (2017–2020). *Sans titre*. Site Internet de Hacking Finance, page de chargement. Consulté le 8 mai 2025. <https://www.hacking.finance/>
- III. 133 : SCHLENKER, E. *et al.* (2017–2020). *Sans titre*. Site Internet de Hacking Finance, page de chargement. Consulté le 8 mai 2025. <https://www.hacking.finance/>
- III. 134 : SCHLENKER, E. *et al.* (2017–2020). *Sans titre*. Site Internet de Hacking Finance, page d'accueil. Consulté le 8 mai 2025. <https://www.hacking.finance/>
- III. 135 : Anonyme. (2007). *Logo du Mac/Val*. Reproduit dans le programme de janvier–avril 2008. <https://www.macval.fr/Programme-65>
- III. 136 : BODIN, A. (Sans date). *Logo du MuCEM*. Reproduit dans *Portes ouvertes exceptionnelles sur le chantier du MuCEM* [vidéo Dailymotion] publiée par Mucem Officiel. <https://www.dailymotion.com/video/xs01b9>
- III. 137 : GRIMMOND, J. *et al.* pour Pentagram. (2024). *Logo des musées Guggenheim*. <https://www.pentagram.com/work/guggenheim-3/story>
- III. 138 : WIDMER, J. (1974–1977). *Logo Centre Georges Pompidou*. Encre de Chine, feutre à alcool et crayon de couleur sur carton, 21 x 29,8 cm. Paris, Centre Pompidou. <https://www.centrepompidou.fr/fr/offre-aux-professionnels/enseignants/dossiers-ressources-sur-lart/larchitecture-du-centre-pompidou/image-et-identite>
- III. 139 : DAVID, L. *et al.* (2022). *House Plant Spritz*. Packaging. <https://leslie-david.com/projects/sowvital-branding>
- III. 140 : DAVID, L. *et al.* (2023). *The Wellness Seed Collection*. Packaging pour les graines de radis. <https://leslie-david.com/projects/sowvital-branding>
- III. 141 : DAVID, L. *et al.* (2022). *Sans titre*. Livret promotionnel pour Sowvital. <https://www.instagram.com/p/CiskldM5jy/>
- III. 142 : DAVID, L. *et al.* (2024). *How often should I water my house plants?*. Visuel pour une publication Instagram de Sowvital. https://www.instagram.com/p/C7eIRQeoVrp/?img_index=1
- III. 143 : DAVID, L., NODNOD Studio, *et al.* (2025). *Sans titre*. Site Internet de Sowvital. Page « Nutriments ». <https://sowvital.com/fr/collections/nutrients>
- III. 144 : TOMASSOLI, M. (2023). *Too New to Preview*. Billboard pour la campagne publicitaire pour Newbalance et Slamjam, 100 x 100 cm. https://www.instagram.com/p/Cx-HDvIMDAO/?img_index=1
- III. 145 : TOMASSOLI, M. (2023). *Too New to Preview*. Affiche pour la campagne publicitaire pour Newbalance et Slamjam. https://www.instagram.com/p/CydRzgCstRr/?img_index=1
- III. 146 : KOENIG, J. et KRONE, H. (1960). *Think Small*. Affiche publicitaire pour Volkswagen. Reproduit dans *Megg's History of Graphic Design*, p. 390.
- III. 147 : MOTHER DESIGN. (2021). *Creating design that you can hear (and taste)*. Trois affiches pour une campagne publicitaire pour Pepsi. https://www.instagram.com/p/CRrNeHLBIRt/?img_index=1
- III. 148 : MOTHER DESIGN. (2021). *Creating design that you can hear (and taste)*. Affiche pour une campagne publicitaire pour Pepsi. https://www.instagram.com/p/CRrNeHLBIRt/?img_index=1
- III. 149 : FIORE, C. (2014). *Santa Cecilia Zoo*. Flyer « Spinetta », 21 x 15 cm. Reproduit par le site Internet *Archivio Graphica Italiana*. <https://www.archiviograficaitaliana.com/project/5/santaceciliazoo>
- III. 150 : FIORE, C. (2014). *Santa Cecilia Zoo*. Flyer « Grancassa », 21 x 15 cm. Reproduit par le site Internet *Archivio Graphica Italiana*. <https://www.archiviograficaitaliana.com/project/5/santaceciliazoo>
- III. 151 : FIORE, C. (2014). *Santa Cecilia Zoo*. Flyer « Pianoforte a coda », 21 x 15 cm. Reproduit par le site Internet *Archivio Graphica Italiana*. <https://www.archiviograficaitaliana.com/project/5/santaceciliazoo>
- III. 152 : VIGNELLI, M. (1964). Affiche pour la saison 1964–1965 du Piccolo Teatro di Milano. Lithographie, 99,1 x 34 cm. New York, MoMA. <https://www.moma.org/collection/works/8887>
- III. 154 : CRAQ DESIGN STUDIO. (Sans date). *Sans titre*. Site internet de l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia. Page d'accueil (extrait). <https://santacecilia.it/>

Entre disparition et survivance,
esquisse d'un paradigme pour le
design graphique

Imprimé en mai 2025 à Montauban
par Forestié, sur du papier MÜNKEN
recyclé 90 gr. et MÜNKEN 300 gr.

Mis en page avec la typographie
Lora, dessinée par Alexei Vanyashin
et Olga Karpushina et distribué par
la fonderie Cyreal et la typographie
PPMori, dessinée par Caio Kondo,
en collaboration avec Mat Desjardins
et Satsuki Arakaki et distribué par
la fonderie Pengram Pengram.