

**DON'T  
BLAME  
THE  
INTERNET**

**Nolwenn  
Turlin**







**DON'T  
BLAME  
THE  
INTERNET\***

•  
**Mémoire professionnel**  
**Master Création et Management Multimédia**  
Sous la direction de Pierre Braun et Nicolas Thély  
Université Rennes 2  
Session septembre 2016

•

**Nolwenn  
Turlin**



**internet**, nom masculin

**Sens 1 • Informatique**

Internet est un système immense de télécommunications informatiques développé au niveau international, qui permet d'accéder à des données de toutes sortes, textes, musiques, vidéos, photos, grâce à un codage universalisé. **Exemple:**

*J'ai fait des recherches sur Internet pour faire mes devoirs.*

[linternaute.com](http://linternaute.com)



# SOMMAIRE

Introduction	p. 9
<b>Communiquer à l'ère d'Internet</b>	<b>p. 13</b>
La communication en 2016 est visuelle et culturellement référencée	p. 15
Le design graphique, son mode de fonctionnement et ses enjeux	p. 18
Dans ma palette d'outils : des signes et des symboles	p. 21
Divagations autour du style	p. 25
<b>Lire à l'ère d'Internet</b>	<b>p. 43</b>
Les changements de paradigme du livre	p. 45
Les enjeux à relever pour le design éditorial	p. 49
S'adapter face à ces changements	p. 54
<b>S'engager à l'ère d'Internet</b>	<b>p. 71</b>
Le design graphique au service du militantisme	p. 73
Inciter les usagers à s'emparer de la création numérique	p. 77
Quel positionnement professionnel pour le graphiste engagé ?	p. 83
<b>Conclusion</b>	<b>p. 99</b>
Summary	p. 101
Lexique	p. 103
Bibliographie & sitographie	p. 104
Remerciements	p. 106



# Introduction

## «INTERNET A BOULEVERSÉ NOTRE MANIÈRE DE VIVRE. C'EST UN PEU COMME LA PUBERTÉ.<sup>1</sup>»

Après cinq années de formation, de réflexion et d'expérimentation autour du design graphique, et plus largement, des différentes catégories comprises dans le terme « multimédia » – le webdesign, le design interactif, l'édition numérique, la visualisation de données ou encore la vidéo –, vient l'heure d'un premier bilan. La thématique qui saura relier les enjeux de mon métier, ma propre pratique et le monde de l'image à notre époque est pour ma part toute trouvée : Internet !

Ce système de télécommunication omniprésent dans notre quotidien, qui trompe notre ennui et se fait assistant à toute épreuve de notre vie, fait l'objet de ma fascination. Probablement car il m'a été inaccessible pendant quelques années alors que les foyers français s'en équipaient déjà. D'autant plus que les premiers discours à son propos, sortant de la bouche de professeurs ou d'adultes vigilants, étaient souvent suspicieux ou négatifs. Pourtant, sans occulter certains travers qui ont pris une dimension particulière sur le web, il fut, et est toujours, le lieu le plus propice à l'innovation. Un espace virtuel favorable à la découverte et à l'enrichissement de notre culture générale personnelle grâce à la magie des hyperliens, qui a pourtant des conséquences bien ancrées dans le réel. Comme toute nouvelle technologie bouleversant les conceptions établies, Internet a évidemment été décrié pour finir par s'imposer au point qu'on ne puisse plus s'en passer.

En tant que designer graphique, il me semble nécessaire de comprendre le monde numérique dans lequel nous vivons, afin de pouvoir répondre avec justesse aux attentes de nos commanditaires. Analyser les nouvelles pratiques sociales issues du web est en cela essentiel, en faisant entre autres appel à la sociologie et aux questions de communication, d'information, d'éthique et de liberté d'expression. Pour l'historien Milad Doueïhi, c'est en effet un nouveau contrat social qui se dessine grâce au web, autour de différentes initiatives que nous découvrirons au fur et à mesure, constituant « *des réseaux de transmission d'une pensée critique (...) et d'actions alternatives* »<sup>2</sup>. Annick Lantenois, historienne de l'art spécialisée dans les arts graphiques, voit quant-à-elle dans ce changement une opportunité dans laquelle le design graphique pourrait avoir un rôle à jouer<sup>3</sup>, nécessitant l'observation des pratiques individuelles diversifiées à l'œuvre sur Internet. Mon hypothèse est ainsi la suivante : les nouveaux usages sociaux nés sur le web pourraient-ils avoir

**1** — Xavier de la Porte : « *Internet, c'est un peu comme la puberté* », Fanny Marlier, [lesinrocks.com](http://lesinrocks.com), 7 août 2015 (consulté le 20 juillet 2016).

**2** — *La grande conversion numérique*, Milah Doueïhi, 2008. Cité depuis l'article *Ouvrir des chemins*, Annick Lantenois, *Graphisme en France*, 2012.

**3** — *Ouvrir des chemins*, *ibid.*

modifié la pratique du design graphique ? Chacun de ses systèmes sembleraient avoir contribué à valoriser l'autre, par un processus concomitant.

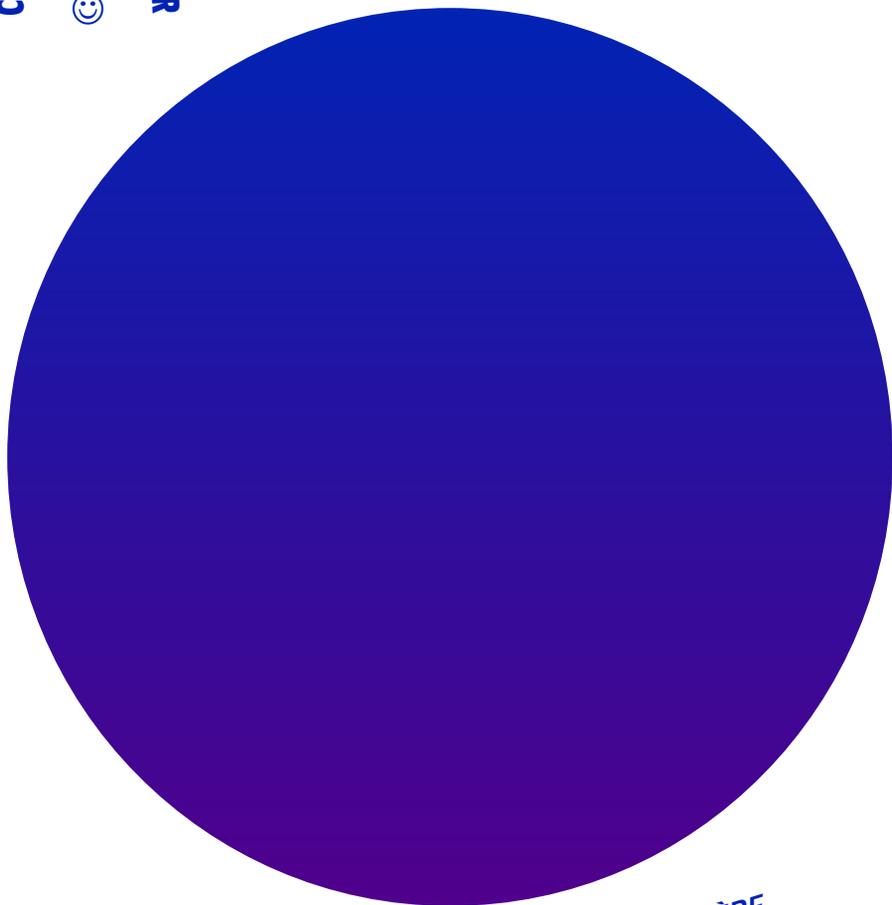
En regard de ma propre pratique, je souhaite ainsi questionner les enjeux actuels de ce domaine en rapport avec les changements de paradigmes opérés depuis l'avènement d'Internet. En premier lieu, nous verrons que le web a renouvelé nos manières de communiquer, une action intimement liée au design graphique. Ce postulat peut notamment se relier à une réflexion autour de mes thématiques de travail privilégiées mais aussi de mon style graphique, nourris de mon observation des pratiques sociales à l'œuvre sur la toile. Ensuite, nous constaterons que notre manière de lire à également été affectée, insufflant un renouveau bienvenu dans le monde de l'édition forcé à s'adapter aux avancées technologiques. Ces réflexions ont notamment été soulevées tout au long de mes études et durant mon récent stage au sein d'ABM Studio, spécialisé dans les productions éditoriales numériques. Enfin, cela me permettra de me positionner en tant que professionnelle au sein de cette société chamboulée par le numérique. La situation actuelle abonnée à la précarité incite notamment à renforcer les valeurs d'engagement et d'éthique chères au design.

Ce point de vue peut paraître au premier abord surprenant. Il me semble cependant être évident lorsqu'il s'agit de se questionner sur le métier de designer graphique au sein de notre société contemporaine. Il me permet également d'avoir une vision assez large, englobant différents enjeux me tenant à cœur, en concordance avec mon parcours, des médias imprimés au multimédias numériques, que je souhaite intégrer dans ma pratique professionnelle.





**COMMUNIQUER**



**À L'ÈRE  
D'INTERNET**



# La communication en 2016 est visuelle et culturellement référencée.

## VOUS AVEZ UNE NOUVELLE NOTIFICATION

Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Wikipédia, les blogs, les forums... Tout ces plateformes omniprésentes dans nos quotidiens hyperconnectés sont des médias de communication, si on en croit la définition. La communication regroupe en effet l'ensemble des interactions permettant de transmettre et de diffuser une information<sup>1</sup>. Déclaration en 140 caractères, partage d'articles intéressants et de gifs hilarants, mise en scène photographique de sa vie privée, captation d'événements en live... De nouvelles manières de communiquer ont vu le jour, autant grâce aux professionnels de l'information qu'aux internautes qui se sont appropriés ces médias. « *On n'a jamais autant écrit, parlé et échangé qu'aujourd'hui*<sup>2</sup> » constate Jeanne Bordeau, qui se définit comme une « styliste du langage ». Contrairement à ce que pourraient penser certains adultes effarés par les fautes d'orthographe de leur progéniture adolescente, Internet a redonné une place de choix aux échanges interpersonnels. Tout un chacun peut ainsi prendre la parole et donner son avis sur tout (et n'importe quoi), via les commentaires, la fonction de partage et la publication de posts. Cela a été rendu possible par l'avènement du web 2.0 au tournant des années 2000, ouvrant les portes de l'interactivité, de l'échange et du partage. Jeanne Bordeau ajoute que le numérique a transformé l'écriture et le langage. Dans les *blogs* par exemple, l'écrit empreinte au verbal et joue des anglicismes.

Mais quand est-il du côté de l'image, cet autre puissant vecteur de la communication, au cœur de nos préoccupations de design graphique ? Le spécialiste de la culture visuelle André Gunthert remarque qu'avec les smartphones, et leurs appareils photo embarqués de plus en plus performants, « *on observe notre monde tout entier reflété, à travers une nouvelle communication qui passe par l'image*<sup>3</sup> ». À regarder de plus près les réseaux cités précédemment, la plupart font effectivement passer l'image en premier plan, l'écrit ayant plutôt fonction de légende précisant le contexte. Sur Instagram, les photos de plats alléchants ou de paysages paradisiaques sont légion, les adolescents utilisent Snapchat pour mettre en scène leurs *private jokes*, et les photographies de scènes de violence aperçues dans la rue sont relayées instantanément sur Twitter. Une diversité autant dans leurs sujets que dans leurs destinations.

Tout comme du côté de l'écriture, ce qui se joue ici est l'appropriation d'un médium par des individus lambda, autrefois



**1** — Définition issue de [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org) (consulté le 4 août 2016).

**2** — *Dix ans d'avance : les fulgurances sémantiques et communicantes de Jeanne Bordeau...*, Hervé Monier, [brandnewsblog.com](http://brandnewsblog.com), 28 mars 2006 (consulté le 30 mai 2016).

**3** — *À l'heure du smartphone, l'image devient langage*, Thomas Deszpot, [limprevue.fr](http://limprevue.fr), 25 mai 2016 (consulté le 28 mai 2016).

réservé aux journalistes, photographes et artistes. Le fait que la majorité de la population possède désormais dans sa poche de quoi capturer une trace du monde alentour pose la question du glissement du statut de l'image vers une forme de langage. C'est du moins l'argument avancé par André Gunthert<sup>1</sup>, qui la requalifie d'« image conversationnelle ». Ce rapport au langage est d'autant plus flagrant lorsque nous utilisons des *emojis*\* et des gifs pour nuancer un propos, apporter un ton ou un sentiment, difficiles à transmettre derrière son écran. Sans ces ponctuations imagées, une phrase peut alors paraître très sèche. La popularité des *smiley* (:), formés de simples signes de ponctuations et utilisés par des personnes de tout âge, en atteste. Le statut de l'image s'est ainsi redéfini pour passer d'un objet sacralisé et autonome à une intervention contextualisée liée au langage.

## «RÈGLE N°20: RIEN NE DOIT ÊTRE PRIS AU SÉRIEUX<sup>2</sup>»

Néanmoins, Internet n'a pas attendu que nos téléphones portables soient greffés à nos mains pour faire germer sa propre culture populaire. La particularité de ce que l'on appelle la webculture réside dans sa propension à enfanter des images virales. Les mêmes, genre à part entière, sont des détournements d'images humoristiques que chacun peut s'approprier pour créer sa propre version. Ces vignettes fixes ou animées sont ensuite utilisées par les internautes aussi bien pour réagir à des publications ou lors de conversations privées.



« Certains voient dans ce changement le prototype d'une sémantique de langage totalement visuelle, une évolution linguistique qui émerge des marécages d'Internet pour faire ses premiers pas sur la terre ferme.<sup>3</sup> » Evan Hansen, journaliste, à propos des gifs et des mêmes.

Un des derniers mêmes populaire en date est celui tiré du clip *Hotline Bling* du rappeur américain Drake, où on le voit effectuer des pas de danse pour le moins particuliers dans un décor épuré à la James Turrell. Ni une ni deux, les internautes se sont mis à parodier certains passages de la vidéo pour placer le chanteur dans des situations absurdes, maniant une raquette de tennis ou lançant des chorizos sur une pizza. D'après le site des *Inrockuptibles*, l'artiste savait pertinemment que ces détournements allaient arriver et a fait en sorte de les tourner à son avantage<sup>4</sup>. Cette contre-culture née sur le web est finalement récupérée par des personnalités et des médias souhaitant attirer l'attention des consommateurs et générer du profit.



<sup>1</sup> — Ibid.

<sup>2</sup> — *Rules Of The Internet* (Règles de l'Internet), éditées par le forum « historique » [4chan.org](http://4chan.org), considéré comme les « chiottes du web » car n'importe quel sujet peut y être abordé anonymement et sans censure.

<sup>3</sup> — *Comment Giphy est devenu le « Google des gifs »*, Evan Hansen pour *Backchannel*, traduit de l'anglais par [rue89.nouvelobs.com](http://rue89.nouvelobs.com), 23 mai 2016 (consulté le 23 mai 2016).

<sup>4</sup> — *Comment Drake est devenu un même (et l'a tourné à son avantage)*, Sarah Dahan, [lesinrocks.com](http://lesinrocks.com), 21 mai 2006 (consulté le 21 mai 2016).

Drake « casse l'Internet\* » ainsi à moindre coût<sup>5</sup>.

Pour ma part, j'ai utilisé ces objets culturels pour leur capacité à interpeller les membres de la génération Y et les suivantes, au sein d'un projet les concernant. De là est né *le Kit à gifs pour poubelle*, un dispositif à fixer sur les poubelles qui projette un gif à chaque déchet jeté. Nous souhaitons créer un objet connecté autour de la thématique plutôt vaste de la *Smart City*, ou « ville intelligente », qui se veut innovante, efficace et participative. Après avoir constaté l'état des places publiques rennaises après de festives soirées, nous avons pensé à employer le ressort du jeu afin d'inciter le public visé à jeter ses déchets dans les poubelles à disposition. Et pour transformer ce geste perçu comme contraignant en une action ludique, quoi de plus adapté que d'utiliser les formats qui déclenchent un fou rire immédiat chez cette jeunesse connectée ? D'autant plus que le format compressé du gif implique une qualité d'image dégradée. Partagé jusqu'à l'excès sur les réseaux, cette image peut elle-même être qualifiée d'« image déchet »<sup>6</sup>. La boucle est bouclée !

Avec ses propres codes et son iconologie, la webculture se fédère ainsi autour d'une communauté d'internautes, toujours prête à s'approprier la moindre image médiatique embarrassante et à en détourner le message dans un but toujours humoristique, parfois critique.

## « COMMENT FAIRE POUR QU'UN GARÇON TOMBE RAIDE DINGUE AMOUREUX DE SOI ? »

S'amuser avec ces codes jusqu'à l'absurde peut aussi permettre de questionner les internautes sur leurs propres usages du web. De nombreux artistes en ont ainsi fait leur sujet de prédilection : aussi bien des plasticiens (Albertine Meunier, Anne Horel<sup>A</sup>) que des photographes (Arvida Byström<sup>B</sup>), ou encore des graphistes (Datagif), des illustrateurs (Vincent Broquaire<sup>C</sup>) et des éditeurs (Jean Boîte Éditions). La liste serait aussi infinie qu'un *scroll* !

Sans porter de jugement moralisateur, nos pratiques sur le web peuvent paraître excessives une fois sorties de leur contexte. Pour le projet 404 Found<sup>D</sup> – en référence au message d'erreur « 404 not found » indiquant que la page web cherchée n'existe plus – je me suis penchée avec mes acolytes sur cette manie des internautes de poser tout un tas de questions à leur moteur de recherche, de *comment faire pour être heureux* à *comment prendre de bons selfies*. Les questions existentielles se mélangent aux sujets de pop culture, à l'image du web hétéroclite façonné par ces millions d'usagers aux préoccupations variées. Les réponses prennent la forme de mode d'emploi, en référence au site participatif [wikihow.com](http://wikihow.com), mine d'or du web qui prétend pouvoir « améliorer votre

Le kit à gifs  
pour poubelle  
➔ p. 28-29



A



B

MERCI DE PATIENTER...

C

404 found  
➔ p. 30-31

<sup>5</sup> — Ibid.

<sup>6</sup> — Expression utilisée par Titiou Lecoq et Diane Lisarelli dans *l'Encyclopédie de la webculture* à la définition du mot « Gif ». Éditions Robert Laffont, 2011.

<sup>7</sup> — Titre d'un véritable article de [wikihow.com](http://wikihow.com).

<sup>8</sup> — Projet conçu avec Aurore Aubry, Charlotte Da Silva et Sara Fortin.

vie»<sup>1</sup> en répondant à toutes vos questions de manière pragmatique. Nous avons choisi de reprendre l'esthétique du web 1.0, à l'époque où les possibilités graphiques étaient bien plus limitées. Ces limitations techniques ont néanmoins forgé des codes visuels reconnaissables des initiés. La nostalgie de l'hyperlien souligné en bleu foncé, puis violet une fois visité... Assaillies de *smiley*, de *hashtags*\* et de fenêtres *pop-up*, les pages du fanzine rendent visuellement compte de ces sollicitations continues lorsque l'on surfe sur le *web*, qui mettent à mal notre concentration. Le tout prend la forme d'un rouleau de papier de plusieurs mètres, matérialisant le *scroll* sans fin auquel nous abonnent nos sites favoris.

Fascinés par ce média qu'ils ont découvert durant leur adolescence, les créateurs d'images s'approprient également ces codes et mettent en image les pratiques des internautes pour leur donner matière à réflexion.

## Le design graphique, son mode de fonctionnement et ses enjeux

### COMPRENDRE SON ÉPOQUE POUR ÊTRE COMPRIS DU PUBLIC

Dans ce métier où l'on façonne des images et manipule des mots dans le but de délivrer un message, il me semble nécessaire de comprendre son époque afin de répondre au mieux aux attentes des clients et d'adapter ses propositions en fonction du public visé. C'est pourquoi cette longue introduction sur les renouvellements des codes de communication par les internautes était à mes yeux indispensable.

Adopter le langage de son public est notamment un levier que l'artiste et designer Bruno Munari nous conseille d'utiliser, afin de leur « *communiquer un message nouveau* »<sup>2</sup>. En effet, se saisir des termes assimilés par le public visé permet de lui transmettre des idées plus complexes, dont il n'aurait pas connaissance. Car le design doit, à mon sens, ne pas oublier d'être au service du contenu, tel que le conçoivent nombre de designers s'étant penchés sur la question, Dieter Rams et ces préceptes du « bon » design<sup>3</sup> en tête.

Cela ne nous empêche pas de détourner des codes graphiques établis, tels que les règles typographiques censées être immuables. Tout dépend encore une fois du public que l'on souhaite toucher. Un lieu culturel à la programmation très pointue tel que le Théâtre de Lorient, peut se permettre d'avoir des affiches produites par

<sup>1</sup> — *The addictive, hilarious, and endearingly sincere fashion guides of wikiHow*, Jenni Avins, [qz.com](http://qz.com), 10 juin 2015 (consulté le 3 août 2016).

<sup>2</sup> — *Artista e designer*, Bruno Munari, Laterza, 1971. Cité depuis l'article *Être directeur artistique dans un journal*, Francesco Franchi, *Graphisme en France* 2015.

<sup>3</sup> — *Ten principles of good design*, Dieter Rams, 1970's.

M/M, plastiquement surprenantes, dont le lien avec les pièces ne semble pas nécessairement évident au premier abord. À l'inverse, un projet de signalétique pour un aéroport doit être immédiatement explicite et lisible à distance, afin d'orienter aux mieux les passagers. Le système de signalétique plutôt ludique réalisé par Integral Ruedi Baur pour le Köln-Bonn Airport en est la parfaite illustration. Parmi ces designers, les premiers se positionnent dans une démarche d'artiste-auteur, où l'expérimentation plastique à une place de choix, tandis que les seconds tendent plus vers une efficacité visuelle accessible aux novices du design graphique.



  
Köln Bonn Airport

C'est un positionnement auquel le designer doit se confronter à chaque nouveau projet. En charge de la création d'une charte graphique pour l'exposition *Dataspace* réalisée par mes camarades du Master Création et Management Multimédia (MCOMM), je me suis tout d'abord interrogée sur le public que nous devons viser, à savoir les étudiants et le personnel de l'université. Axée autour des visualisations de données se déployant dans l'espace, il fallait ainsi prendre en compte la possible méconnaissance de la discipline par une partie des visiteurs. Les documents de communication présentent donc des schémas et symboles caractéristiques toutefois connus de tous – nous avons tous fait des proportions durant notre scolarité –, réutilisés dans des compositions graphiques. Ces visualisations ne véhiculent aucune information, mise à part celle de donner un indice sur la thématique de l'exposition.

Dataspace  
→ p. 32-33

## «ORDONNER LE MONDE» ET «DÉLIVRER UN MESSAGE»<sup>4</sup>

En organisant et structurant des informations, la première vocation du design graphique est avant tout de transmettre un message. Anthony Masure, enseignant chercheur, énonce d'une manière qui peut paraître toutefois un peu présomptueuse qu'«*il ne s'agit plus simplement d'organiser le monde, mais avant tout de le donner à comprendre*<sup>5</sup>». Une fois le contenu hiérarchisé, le graphiste cherche effectivement à rendre explicite des informations en associant souvent celles-ci à leur symbolique visuelle. Pour cela, un professionnel de l'image doit «*être capable d'analyser et de contrôler le sens des messages qu'il souhaite transmettre*<sup>6</sup>» explique le designer Francesco Franchi. Les choix graphiques du designer sont ainsi imputables à ce qu'il a lui-même compris du projet, et qu'il considère être la réponse la plus adéquate.

Un domaine spécifique rend cette manière de procéder particulièrement explicite : la visualisation de données. Face à des données brutes, le designer retrouve en effet ce rôle d'«organisateur». Comme nous l'a enseigné Robin de Mourat

<sup>4</sup> — Citations tirées de l'article *Graphisme en numérique : entre certitudes et incertitudes*, Anthony Masure, *Graphisme en France* 2014.

<sup>5</sup> — *Ibid.*

<sup>6</sup> — *Être directeur artistique dans un journal*, Francesco Franchi, *Graphisme en France* 2015.

– qui prépare une thèse sur le sujet –, lors de ce processus d'agencement des données, un travail d'interprétation est inévitable. Ainsi, la démonstration des données sera forcément biaisée car agencée selon un point de vue et une intention particulière. Cependant, elle ne pourra être porteuse de sens seulement de cette façon. C'est pourquoi le travail du *visual information designer* est apparenté à celui du journaliste. Ces deux corps de métiers travaillent d'ailleurs généralement main dans la main pour produire des *datavisualisations* pour des quotidiens d'informations.

J'ai moi-même pu en faire l'expérience grâce à un projet de campagne de sensibilisation par les données, sur un sujet éminemment politique : les stratégies de communication numérique du Front National. Autour de données récupérées essentiellement via la page Facebook du parti d'extrême droite français, notre objectif était d'éclairer les électeurs sur les ressorts stratégiques utilisés par le parti pour récupérer leur voix. Par exemple, une des visualisations tente de vérifier l'affirmation selon laquelle le FN est le « *premier parti de France... aussi sur Facebook*<sup>1</sup> » en comparant le nombre d'abonnés de chaque parti sur les différents réseaux sociaux. Le Front National avait certainement le nombre d'abonnés le plus important sur Facebook en décembre 2014, mais il faut toutefois prendre en compte le fait que nombre de citoyens n'affichent pas leurs préférences politiques sur les réseaux sociaux. Une affirmation donc bien difficile à prouver, que les données permettent de relativiser.

Cette expérience nous a fait prendre conscience de l'importance d'expliquer aux lecteurs le chemin utilisé pour aboutir à ces visualisations, ainsi que le mode d'emploi des formes utilisées afin de garantir leur compréhension. Les formes d'exploration des données se regroupent sous des typologies de représentation établies, conçues pour être visuellement explicites. En effet, l'homme a une capacité de perception visuelle bien plus accrue que la perception par la parole. Pour faire simple, le cerveau comprend immédiatement les différences qui se jouent lorsque l'on confronte des formes selon différentes variantes (leur forme, leur taille, leur couleur, leur placement dans l'espace, etc.). C'est ainsi tout l'avantage de la visualisation de données, cette capacité à vulgariser de manière didactique des informations plutôt complexes par le biais de formes graphiques. Elle est souvent associée à un fonctionnement interactif, permettant à l'utilisateur de circuler dans les informations. Le fait de le rendre actif, de le faire manipuler, aide d'avantage à la compréhension de l'information.

<sup>1</sup> — Baseline utilisée par le parti sur une « photo de couverture » de leur page Facebook, publiée en 2014.

# Dans ma palette d'outils : des signes et des symboles

## «VA D'ABORD T'AMUSER<sup>2</sup>»

«Le graphisme est un langage visuel qui réunit harmonie et équilibre, couleur et lumière, échelle et tension, fond et forme. Il s'agit aussi d'un idiome, fait de signes et de jeux de mots, de symboles et d'allusions, de références culturelles et de déductions perceptuelles qui mettent au défi à la fois l'œil et l'intellect.<sup>3</sup>» Jessica Helfand, designer.

À mon humble avis, cette citation de la designer américaine est la définition la plus juste et la plus complète du design graphique. Tout fin connaisseur du design en général, créatif apprenti ou confirmé, sera plutôt familier avec la première partie de cette définition, se penchant sur les notions et les moyens mis en œuvre lors de la construction d'une image, où s'agencent formes et caractères. Néanmoins ce sont dans les notions appelées dans la seconde partie de cette citation que se jouent toute la particularité et l'inventivité du graphisme. Pour mettre en image ce « défi de l'œil et de l'intellect », prenons pour exemple l'affiche *Travaille d'abord, tu t'amuseras ensuite* créée par le graphiste engagé Vincent Perrottet, affiche qui a trouvé une seconde jeunesse dans les récentes manifestations contre la Loi Travail. Une simple composition typographique associée à deux couleurs suffisent pour créer une double-lecture. C'est dans « *pensée visuelle* »<sup>4</sup> que réside tout l'intérêt du design graphique. Ce double sens ne peut en effet être synthétisé dans la parole, il ne peut prendre sens que dans l'image. Cet effet est d'autant plus fort dans les logotypes, dont l'objectif est de véhiculer les valeurs d'une marque tout en étant mémorisable. Le logo de l'entreprise de transport de colis FedEx en fait très efficacement la démonstration : l'espace entre le E et le X forme une flèche, symbolisant vitesse et déplacement.



## «L'ILLUSTRATION ÉDITORIALE EST UN PICTONNARY AUX ENJEUX RÉELS<sup>5</sup>»

Venons en à la suite de cette citation. Parmi les références culturelles que mentionne Jessica Helfand, on pourrait introduire la webculture et ses mèmes. Nous avons vu comment les graphistes se plaisaient

<sup>2</sup> — Message caché dans l'affiche *Travaille d'abord, tu t'amuseras ensuite* de Vincent Perrottet, produite en 2009.

<sup>3</sup> — Virginal Postrel, *The substance of style*, Jessica Helfand, 2003, p.94. Cité depuis l'article *Être directeur artistique dans un journal*, Francesco Franchi, *Graphisme en France* 2015.

<sup>4</sup> — Expression empruntée à mon ancien professeur de l'école Duperré, Hervé Aracil.

<sup>5</sup> — Tweet écrit par Mikey Burton, illustrateur. Cité depuis l'article sur Tim Boelaars dans le numéro 229 d'*Étapes*, janvier-février 2016.

à jouer avec les mots, les images et la perception. Reste les signes et les symboles, qui m'intéressent pour plusieurs raisons. Vous allez vous en apercevoir, ils sont omniprésents dans mon univers graphique, comme ils le sont d'ailleurs dans nombre de productions visuelles contemporaines, où ils prennent la forme de pictogrammes. L'écriture ayant commencé avec le dessin, ce n'est qu'un juste retour aux origines.

Le linguiste et père de la sémiologie Ferdinand de Saussure a ainsi défini le signe comme une « *unité linguistique formée d'une partie sensible ou signifiant (sons, lettres), et d'une partie abstraite ou signifié* ». En d'autres termes, les signes et symboles s'appuient sur la « *concision sémantique*<sup>1</sup> » entre ce que l'on souhaite énoncer et la forme que prend cet discours. C'est ce signifié qui permettait autrefois la reconnaissance de l'objet évoqué par un hiéroglyphe et aujourd'hui celle des pictogrammes. Les hiéroglyphes et les pictogrammes sont donc des signifiants. Du côté du symbole, on trouve la définition suivante : « *figure ou image qui sert à désigner une chose le plus souvent abstraite, une idée ou un concept*<sup>2</sup> ». Les symboles ont donc été créés pour représenter des émotions, des éléments et des thématiques abstraites. Certains sont d'ailleurs devenus universels, tels que le cœur, la croix catholique ou le symbole du stop dans le code de la route.

En tant que designer graphique, savoir décrypter et utiliser un signe de la manière la plus adéquate possible me semble essentiel. Surtout si l'on se penche sur l'étymologie grecque du terme *gráphō*, à l'origine de *graphisme*, qui signifie l'acte de représenter par l'écriture ou le dessin. Représenter, oui mais pas n'importe comment. La sémiologie a alors un rôle fondamental dans la compréhension des signes et des symboles qui nous entourent. Branche de la linguistique, elle aurait tout à fait sa place dans les formations au design graphique. Cette discipline nous fait prendre conscience qu'une image vit et se manipule, comme l'explique le sociologue Jean-Didier Urbain<sup>3</sup>. En effet, une image est à analyser en regard de son ou ses contextes, de son ou ses messages, et de celui qui la regarde. Ces différents facteurs doivent être pris en compte lorsqu'on la décrypte et l'interprète, mais aussi quand on la conceptualise dans l'optique de communiquer un certain message. Par exemple, la pomme ne véhicule pas les mêmes symboliques, qu'il s'agisse de la pomme croquée par Adam et Ève, celle empoisonnée dans Blanche Neige ou le célèbre logo d'Apple<sup>4</sup>.



<sup>1</sup> — Expression empruntée dans le numéro 220 de la revue *Étapes* dans l'introduction du dossier sur les signes et symboles.

<sup>2</sup> — Définition issue de [fr.wiktionary.org](https://fr.wiktionary.org) (consulté le 5 juin 2016).

<sup>3</sup> — Propos cité depuis l'article *De l'intérêt de la sémiologie en design graphique*, Sophie Barel, [medium.com](https://medium.com), 22 janvier 2015 (consulté le 19 mai 2016).

<sup>4</sup> — Exemples proposés par Sophie Barel, *ibid.*

## « LES EMOJIS RÉENCHANTENT LA COMMUNICATION ENTRE LES HOMMES<sup>5</sup> »

Leur succès dans les productions graphiques contemporaines n'est pas étonnant. En effet, ces objets graphiques sont la manifestation de différents désirs. Tout d'abord, celui de l'instantanéité. Comme nous l'avons déjà vu avec la visualisation de données, l'œil humain à une capacité de perception immédiate des formes, plus encore que l'écriture qui fait appel à l'acte de lecture en articulant chaque lettre et chaque mot les uns par rapport aux autres. Cette perception instantanée de l'image rejoint un désir d'universalité. Les signes ne connaissent pas les barrières de la langue et des caractères typographiques, c'est pourquoi ils sont autant utilisés à des fins signalétiques dans des lieux fréquentés par des populations variées, tels que les aéroports ou les musées.

Certains pictogrammes en particulier semblent être le reflet de ce fantasme d'aboutir à une langue universelle. Je pense ici aux *emojis*, ces « pictogrammes de l'ère informatique<sup>6</sup> » nés au Japon à la fin des années 1990, qui ont désormais envahis nos échanges numériques. Intégrés parmi les mots, les *emojis* permettent également de réintégrer au sein des conversations digitales les expressions du visage perçu seulement en face à face, d'une manière ludique et spontanée. Ainsi, ces symboles sont particulièrement propices à l'élaboration d'une narration, par les différentes significations et allégories qu'ils sous-tendent, proposant ainsi une nouvelle expérience de la lecture. Pour Geff Pellet, les *emojis* sont symptomatiques d'une « conception du langage qui entend tirer profit du pouvoir des images ». Cependant, on ne peut à proprement parlé d'un langage universel : restent les barrières culturelles et la difficulté de communiquer seulement avec des images<sup>7</sup>.



## DE L'EFFICACITÉ SIGNALÉTIQUE ET SÉMANTIQUE DES SIGNES

Si l'on revient aux icônes visuelles en général, leur efficacité provient donc de leur faculté à communiquer des expressions et de mentionner le sujet par la représentation d'objets, de manière immédiate, narrative et universelle. Le graphiste Xu Bing a d'ailleurs voulu tester ces capacités en créant *Une histoire sans mots*. Elles sont désormais acceptées comme de « véritables entités de communication<sup>8</sup> » pour le graphiste Lance Wyman. Conquise par les possibilités sémantiques des symboles, je les ai également utilisés pour différents projets d'identité visuelle. Le système logotypique créé pour les Jardins Suspendus utilise de manière plutôt complète les possibilités offertes par ceux-ci. Pour ces jardins partagés, l'intention était de proposer un ensemble de signes que les membres de l'association pourraient



Les Jardins Suspendus  
 ➔ p. 36

**5** \_\_\_\_ *Que veulent les emojis ?*, Geff Pellet, *Étapes* n°229, *ibid.*

**6** \_\_\_\_ Expression empruntée à Geff Pellet, *ibid.*

**7** \_\_\_\_ Expérience tentée par le journaliste Vincent Manilève pour *slate.fr*. *Ne communiquer qu'avec des emojis est horrible (mais pas impossible)*, 31 juillet 2015 (consulté le 3 juillet 2016).

**8** \_\_\_\_ Cité depuis l'article sur Lance Wyman dans le numéro 229 d'*Étapes*, *ibid.*

eux-mêmes s'approprier afin de signer l'ensemble de leurs documents. De plus, les formes ont été dessinées de manière à pouvoir être récréées en pochoir. Cela suppose de simplifier les formes au maximum afin de garantir leur reconnaissance immédiate même à distance. Du carton, un tour dans un *fablab* pour emprunter la découpe laser et quelques bombes colorées suffisent pour mettre en place une signalétique didactique au sein des lieux.

Récidivant pour leur efficacité signalétique, j'ai à nouveau utilisé des signes pour les placer cette fois sur une cartographie. Ils m'ont ici servis à mentionner graphiquement l'emplacement des anciens artisans culinaires exerçant autrefois à Paris. Cependant, l'objectif n'était cette fois-ci pas de communiquer sur les activités d'une structure ou diriger le citoyen dans l'espace, mais simplement de proposer un voyage expérimental dans le Paris gourmand et typographique d'autrefois. La malice fut de présenter le patrimoine typographique par le biais des enseignes de boulangeries et boucheries, friandes des polices de caractères *Banco* et *Mistral* de Roger Excoffon.

L'efficacité des pictogrammes n'est ainsi plus à prouver. De nombreuses utilisations s'observent dans l'histoire de la communication visuelle, des symboles présents sur les étiquettes de nos vêtements jusqu'à la signalétique des JO de Mexico en 1968 dessinée par Lance Wyman, en passant par les premières polices de pictogrammes développées pour Apple par Susan Kare dans les années 1980. Pour la petite histoire, la résolution des écrans de l'époque imposaient une esthétique pixelisée. Susan Kare, qui n'avait pas de formation de graphiste lorsqu'elle a été embauchée par Apple, raconte que sa seule expérience avec les grilles de maquette avait eu lieu avec celle du tissu servant au point de croix<sup>1</sup>. Le parallèle avec un de mes projets typographiques dans lequel j'ai expérimenté le rapport entre la lettre redessinée par le point de croix et la technique du *glitch*\* est amusant.

mexico88



## LA RÈGLE N°20 S'APPLIQUE MÊME AUX ASSUREURS

Un projet en particulier condense de manière juste et efficace les différents éléments graphiques analysés auparavant, pour un client qui peut sembler innatendu : il s'agit du site [cespetiteschoses.fr](http://cespetiteschoses.fr), réalisé par les agences Datagif et 5<sup>e</sup> Rue pour CNP Assurance. L'objectif de cette plateforme est de sensibiliser la population sur l'allongement de notre espérance de vie, et par conséquent, la nécessité de prendre de soin de notre santé. L'idée, plutôt astucieuse, fut de présenter les différentes recommandations par le biais de quizzes, de jeux et de simulateurs. L'interaction basée sur ses propres données permet à l'utilisateur de se projeter, en le mettant par exemple face à ses petits gestes quotidiens en apparence anodins qui pourraient lui permettre



<sup>1</sup> — Behind the Icons. An interview with Susan Kare, the woman who helped create Apple's graphic interface, Alex Ronan, [lennyletter.com](http://lennyletter.com), 27 juillet 2016 (consulté le 8 août 2016).

de vivre en meilleure santé le plus longtemps possible. Pour accentuer le côté ludique de l'expérience utilisateur proposée, l'équipe de Datagif a choisi de mettre en image ces conseils sous forme de visualisations de données, composées de pictogrammes et d'*emojis* ! La proposition n'est en pas moins adaptée pour un assureur, institution sérieuse plutôt synonyme de paperasse post-accidents pour le commun des mortels, qui pourrait en effet avoir besoin de renouveler cette image pour intéresser la clientèle. L'hebdomadaire *Bloomberg Businessweek*, consacré à l'économie, se base sur une stratégie similaire, à en croire ses suprenantes unes qui font référence avec brio à la webculture. Les couvertures hilarantes, également animées en gif, dépoussièrent l'image austère du secteur, et laissent à penser que le sujet n'est pas seulement réservé aux initiés.



## Divagations autour du style

### EN 2016, TOUT LE MONDE PORTE DES STAN SMITH

Finalement, cette analyse des nouveaux modes de communication par l'image à l'ère des réseaux sociaux nous incite à nous pencher sur la question du style et de l'inspiration. Par leurs différentes qualités exposées préalablement, les signes et les symboles se sont ainsi créés une place de choix dans les productions visuelles contemporaines. J'ai moi-même été convaincue de leur efficacité visuelle après les avoir utilisés pour différents projets lors de mon stage chez Pollen Studio, composés de graphistes rennaises au style illustratif ludique et contemporain. Avec des plateformes telles que [thenounproject.com](http://thenounproject.com), véritable bibliothèque de symboles en ligne, il n'est même plus nécessaire de savoir maîtriser l'illustration vectorielle, le site permettant d'utiliser des pictogrammes déjà dessinés en respectant les *creative commons*\*. On ne compte plus les *start-ups* qui utilisent des symboles pour imager les services qu'elles promeuvent. L'uniformisation graphique se poursuit d'ailleurs dans la structure de leur site, tous construits en *one page* généralement découpée en trois parties. J'ai notamment en tête une image postée sur Twitter par le graphiste Geoffrey Dorne<sup>2</sup> singeant l'uniformisation du webdesign en 2015. Le graphiste Yotam Haddar dénonce également un repli des grandes entreprises de l'envergure d'Apple ou de Google vers ces solutions « *zéro risque* »<sup>3</sup>.

On peut quasiment parler de standardisation de la production graphique contemporaine, et cela pose à mon sens problème. En premier lieu, une identité visuelle doit être singulière et refléter les services et les valeurs d'une entreprise, en se démarquant de ses concurrents. Or, avec les codes stylistiques et symboliques

Capture d'écran  
de mon portfolio  
→ p. 37



<sup>2</sup> — Tweet « Le Webdesign en 2015 », @GeoffreyDorne, 3 septembre 2015.

<sup>3</sup> — *Porfolio* – Yotam Haddar, *Étapes* n°229, *ibid.*



maintenues et maintes fois reprises, un logo peut perdre de sa singularité. Prenons par exemple le logo d'Airbnb, qui a fait grand bruit pour sa ressemblance avec celui d'Habitat. Certains médias parlent même de « tendances » dans le design graphique<sup>1</sup>, dont la plus récurrente ces dernières années est celle du *flat design*\*. Autrefois, des styles et mouvements précurseurs éclosaient. On étudie même l'Histoire du graphisme sur les bancs de l'université, dans laquelle le Style Suisse a sa place. Aujourd'hui, on parle donc de tendances, un mot qui nous ramène à l'univers de la mode et de ses envies cycliques sans cesse renouvelées.

Cela est probablement dû à l'essor des sites d'inspiration, dont le très populaire Pinterest. En utilisant ce réseau, sur lequel on peut « épingler » des images qui nous plaisent que l'on range dans des « tableaux » aux thématiques précises et où l'on peut suivre ceux d'autres personnes, on se rend rapidement compte que certaines images reviennent sans arrêt. Plus une image est partagée, plus elle a de chances d'être proposée à d'autres utilisateurs s'intéressant à la même thématique grâce à l'algorithme de la plateforme. Les créateurs se retrouvent donc continuellement devant les mêmes sources d'inspiration, et cela semble se ressentir sur la création actuelle. Dans certains cas, on peut aller jusqu'à se demander où se termine l'inspiration et où commence le plagiat. Question délicate s'il en est, les créatifs se nourrissant du monde qui les entoure, de ce qu'ils ont pu voir ou entendre, de thématiques les passionnant ou d'œuvres ayant pu les inspirer. D'autant plus que nous avons développé une culture du *remix* et du *sampling*\* par nos pratiques sur les réseaux sociaux. C'est ce qu'explique Laurence Allard, sociologue des usages numériques : « *sur le web, on s'exprime par des contenus qui ne sont pas les nôtres, en les partageant ou même en les modifiant, sans en citer la source*<sup>2</sup> ».

Enfin, n'oublions pas que la grande majorité des designers travaillent avec les mêmes outils, à savoir les logiciels créés par Adobe. Le graphiste et professeur Kevin Donnot pose ainsi l'hypothèse suivante : « *l'homogénéisation des outils et celle de la production ne sont-elles pas liées ?*<sup>3</sup> ». Issue d'une logique commerciale, ces logiciels incitent en effet l'utilisateur à faire son choix parmi plusieurs fonctions standardisées. Des alternatives sont toutefois envisageables, comme nous le découvrirons plus tard.

## UNIVERSALITÉ OU SUBJECTIVITÉ ?

L'historien du graphisme Michel Wlassikoff le prévoyait déjà en 1998<sup>4</sup>. D'après lui, la création graphique assistée par ordinateur sous-tendrait deux types de rapports : d'un côté,

<sup>1</sup> — Les 10 tendances graphiques pour 2016, [lareclame.fr](http://lareclame.fr), mars 2016.

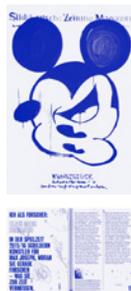
<sup>2</sup> — Pourquoi faudrait-il être original à tout prix ?, Raphaëlle Elkrief et le magazine *Stylist*, [slate.fr](http://slate.fr), 24 décembre 2015 (consulté le 8 août 2016).

<sup>3</sup> — *Code = Design*, Kevin Donnot, *Graphisme en France* 2012.

<sup>4</sup> — Article *Graphisme et informatique, rapide bilan d'une liaison durable*, Michel Wlassikoff, *Graphisme en France* 1998. Cité depuis l'article *Graphisme en numérique : entre certitudes et incertitudes*, Anthony Measure, *Graphisme en France* 2014.

une possible homogénéisation des créations graphiques ; de l'autre, la recherche d'esthétiques « *radicalement différentes* »<sup>5</sup>. Il avait vu juste... Le directeur artistique allemand Mirko Borsche, dont j'apprécie spécialement les productions, se positionne dans la voie de l'expérimentation. Il ne se limite pas à un seul type de domaine, de clients ou de style, mais laisse ce dernier se « *[dévoiler] de lui-même* »<sup>6</sup> en fonction de chaque projet. Ainsi, la réponse à la demande en ressort mieux adaptée et plus singulière. Cela n'empêche pas de retrouver des connexions entre les différents projets, une sorte de fil conducteur dévoilant sa personnalité créative.

Pour ma part, j'ai moi-même l'impression de tomber dans certains gimmicks stylistiques lorsque le temps me manque. Paradoxalement, j'ai encore tout le temps devant moi pour tester et affiner mon style graphique, qui pour l'instant pioche dans des références de la webculture et des symboles compréhensibles de tous. Recherche d'universalité ou envie de s'affirmer par un style singulier ? Un choix face auquel je ne me suis pas encore positionnée, privilégiant la compréhension du message dans mes productions, mais affectionnant les images singulières et étonnantes. Je garde toutefois le conseil de Ruedi Baur en tête, qui déclare préférer les images qui se décodent à celles compréhensibles du premier coup d'œil, les premières étant plus attirantes et nous amenant à être actif<sup>7</sup>. Tout le contraire des productions publicitaires les plus populaires qui ont installé une certaine banalité et imposé des normes au sein de productions contemporaines.



<sup>5</sup> — Michel Wlassikoff, *ibid.*

<sup>6</sup> — *Le directeur artistique en design*, Hugo Hoppmann et Mirko Borsche, *The Shelf* n°2, 2012.

<sup>7</sup> — Texte *Le lisible et le décodable*, *Les 101 mots du design graphique*, Ruedi Baur, Archibooks, 2011.



### Le kit à gifs pour poubelle

Réalisé avec Aurore Aubry, Adrien Brooks  
& Sara Fortin, M1CMM, 2015.



# COMMENT FAIRE POUR ÊTRE HEUREUX ?



**Concentrez-vous sur un seul trait de votre visage**

Si vous décidez de faire un gros plan à mettre en trait en valeur retrait en particulier si vous aimez tout particulièrement un élément de votre visage

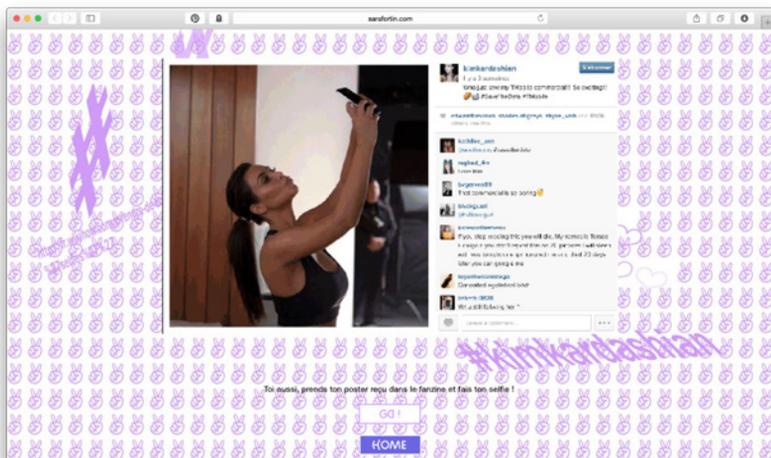


quelles poses considérées pingardes



Re se un sur pou la c selfi







29.04.16  
⌚ 24.05.16

# • DATA SPACE

SOCIOLOGIES @ OUEST



ESPACES DE VISUALISATION  
DE DONNÉES

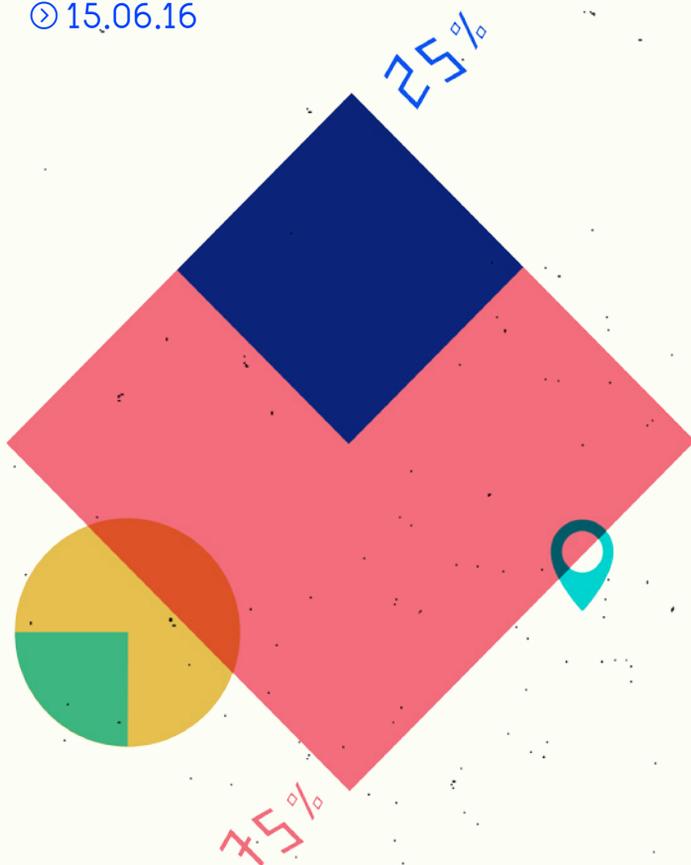
📍 Hall du bâtiment Pôle  
Numérique Rennes Villejean  
& hall du bâtiment S

[WWW.DATASPACE.FREE.FR](http://WWW.DATASPACE.FREE.FR)

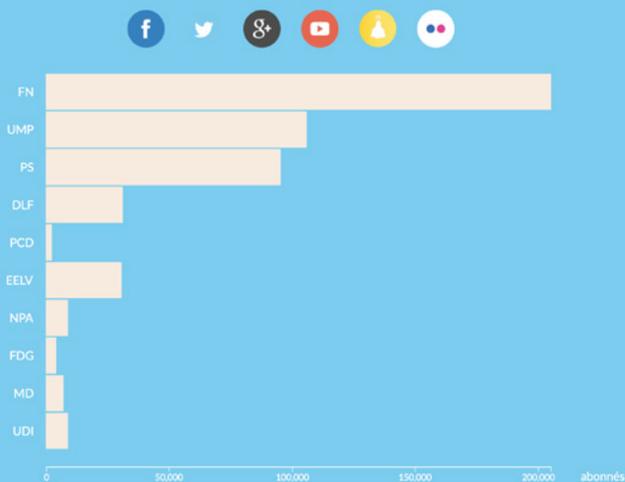
# • Data SOCILOGIES @ OUEST Space

ESPACES DE VISUALISATION  
DE DONNÉES

28.04.16  
🕒 15.06.16



## Présence des différents partis politiques français sur les réseaux sociaux



## Le Front National sur les réseaux sociaux

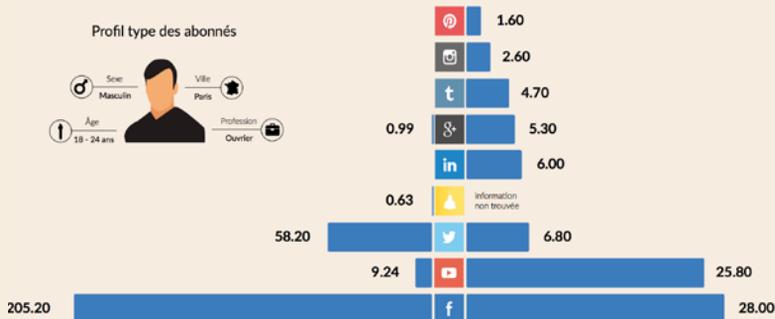


Nombre d'abonnés sur  
les pages du Front National  
(En milliers)



Nombre d'utilisateurs en France  
(En millions)

## Profil type des abonnés



## L'impact des publications Facebook du Front National



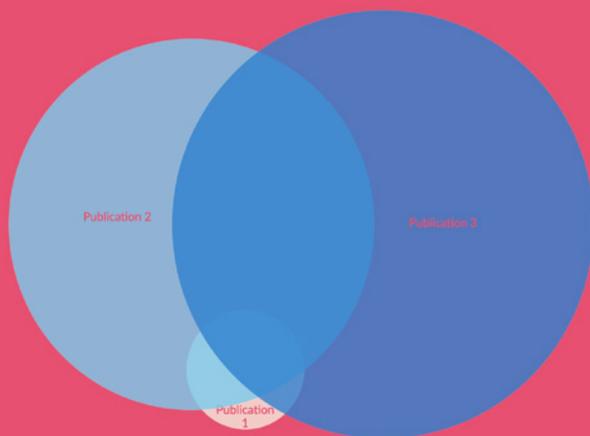
### Commentaires :

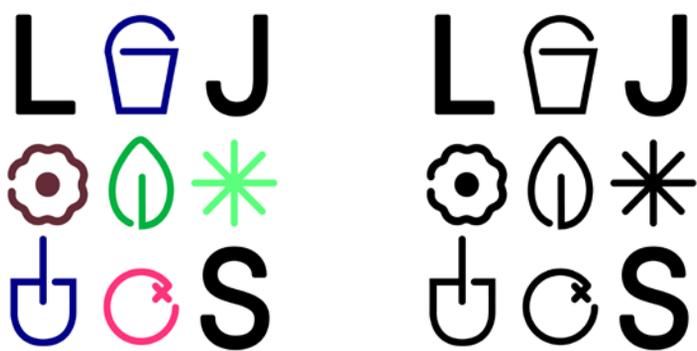
les 50 mots les plus récurrents



## L'activité autour des publications Facebook du Front National

Ce diagramme montre les 3 dernières publications de la page Facebook du FN. Il illustre le nombre d'internautes qui aiment ces publications, et par les intersections des cercles, les personnes qui ont liké ces publications en commun.





À PROPOS • CONTACT



ARLES 2016  
LES RENCONTRES DE LA  
PHOTOGRAPHIE D'ARLES 2016  
Identité visuelle édition numérique



DATASPACE  
Identité visuelle Datavisualisation



PRÉSENT COMPOSÉ  
Webdesign Identité visuelle



404 FOUND  
Edition Webdesign

Running on Cargo



LE KIT À GIFS POUR POUBELLE  
Distocommunication Edition



BRODERIE, GLITCH &  
CARACTÈRES  
Typographie Edition



LES MÉTAMORPHOSES  
DU LIVRE  
Edition Identité



LE JARDIN MODERNE  
Edition Illustration



FUTUR D'UN LIVRE  
Edition

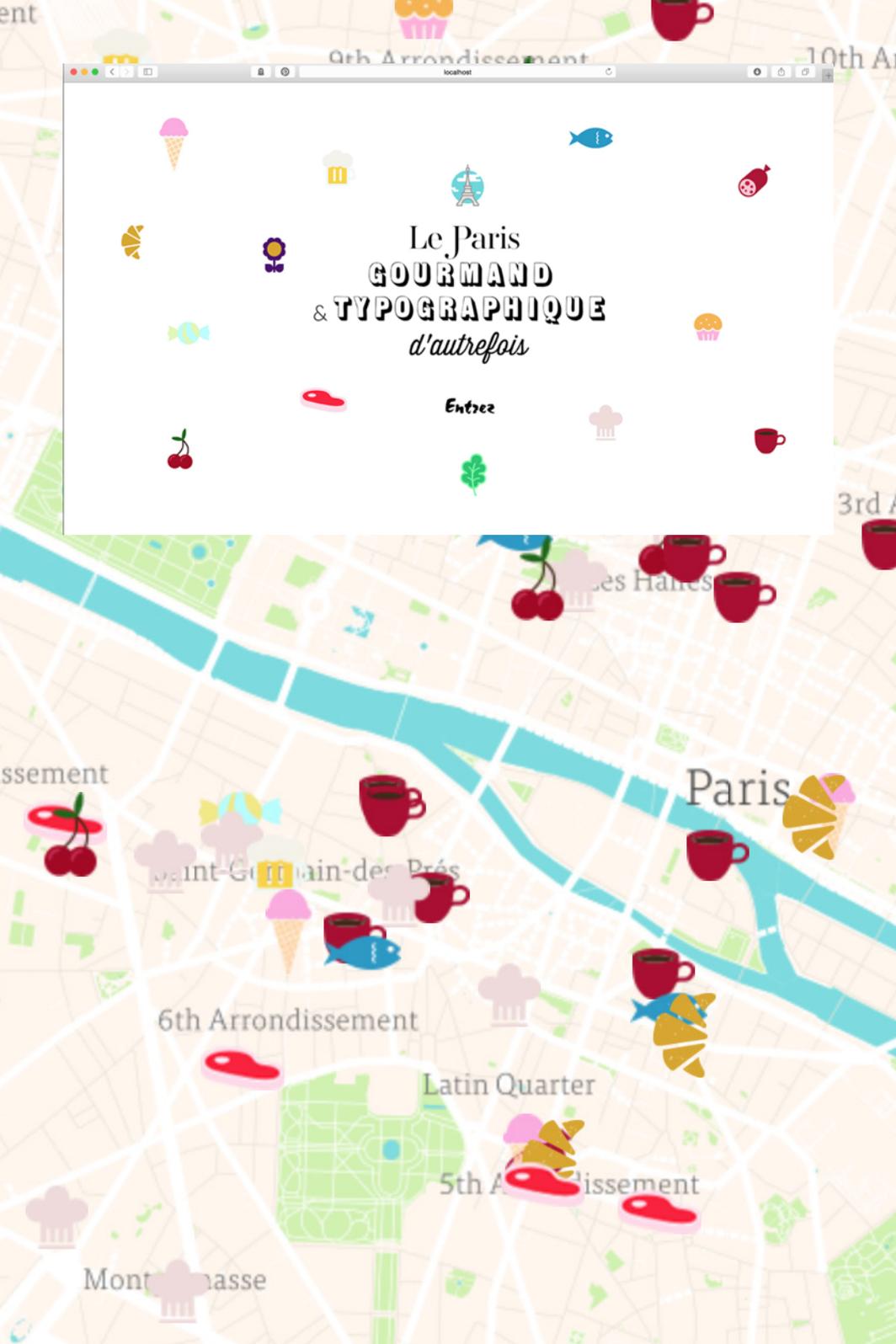


FESTIVAL DE CINÉMA  
DE DOUARNENEZ 2014  
Edition Illustration



FESTIVAL DE CINÉMA  
DE DOUARNENEZ 2015  
Edition Illustration





localhost

Le Paris  
**GOURMAND**  
& **TYPOGRAPHIQUE**  
*d'autrefois*

Entree

ssement

Saint-Germain-des-Près

6th Arrondissement

Latin Quarter

5th Arrondissement

Montparnasse

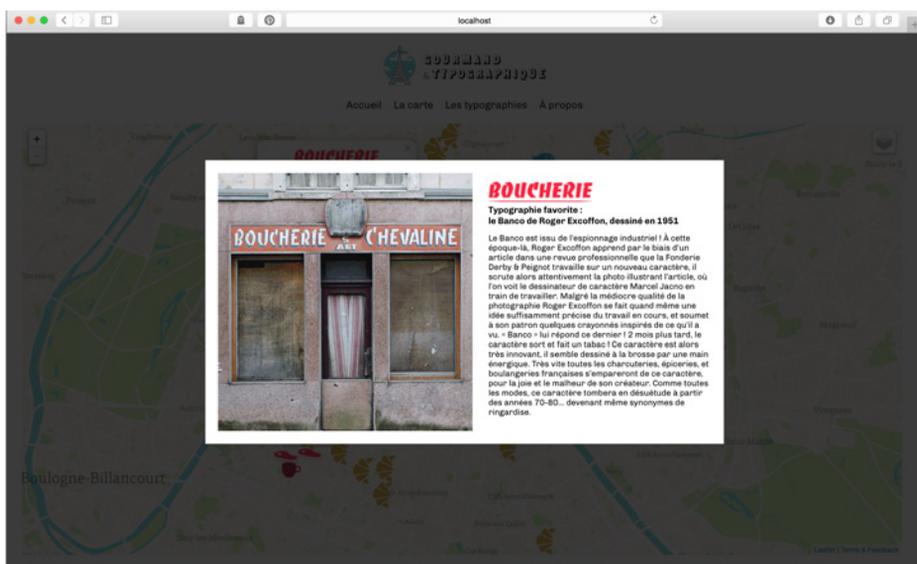
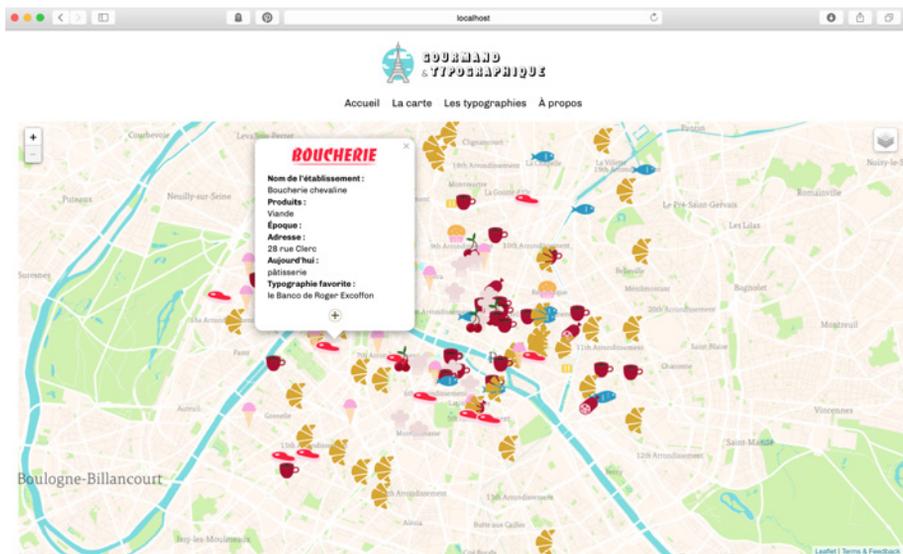
Paris

des Hautes

3rd A

9th Arrondissement

10th A



## CRÉER SA LETTRINE PIXELISÉE À LA MAIN

- MATÉRIEL :**
- du fil à broder
  - une aiguille
  - une bobine
  - du papier
  - une règle
  - des ciseaux
  - un coton-gil
- OUTILS :**
- point de croix
  - coloriage



1 • Choisir un caractère exotique, complexe, tout en courbes et ornements : par exemple, la lettre "B" du **BIB ENFER**, police de caractère de classification technique, dessinée par William Caslon au XVIII<sup>e</sup> siècle.



2 • Broder la lettre choisie avec le fil le plus flamboyant possible. L'adaptation de la lettre à la grille de **POINT DE CROIX** va contraindre à une simplification des formes.

3 • Redessiner ses contours par **KOH-I-NOOR** d'une grille à petits carreaux à l'aide de votre crayon, pour s'adapter à l'écriture des cartes de vœux.



4 • Admirez sa lettre pixelisée "72 dpi revisité", adaptée pour les premières imprimantes de l'ère Macintosh (avec quelques décalages de retard).



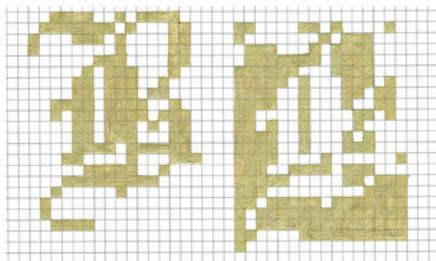
### PIXEL • Définition :

Point élémentaire d'une image représentée sous forme numérique (informatique).

[www.linternaute.com](http://www.linternaute.com)

### PIXEL ART • Définition :

Composition numérique qui utilise une définition d'écran basse et un nombre de couleurs limité. contraction anglophone de "picture element", la représentation plastique du pixel est une surface carrée et colorée. Par ces contraintes de moyens minimalistes, la digitalisation est, au cœur de la recherche esthétique où chaque pixel a son importance. [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org)



### PIXELISER :

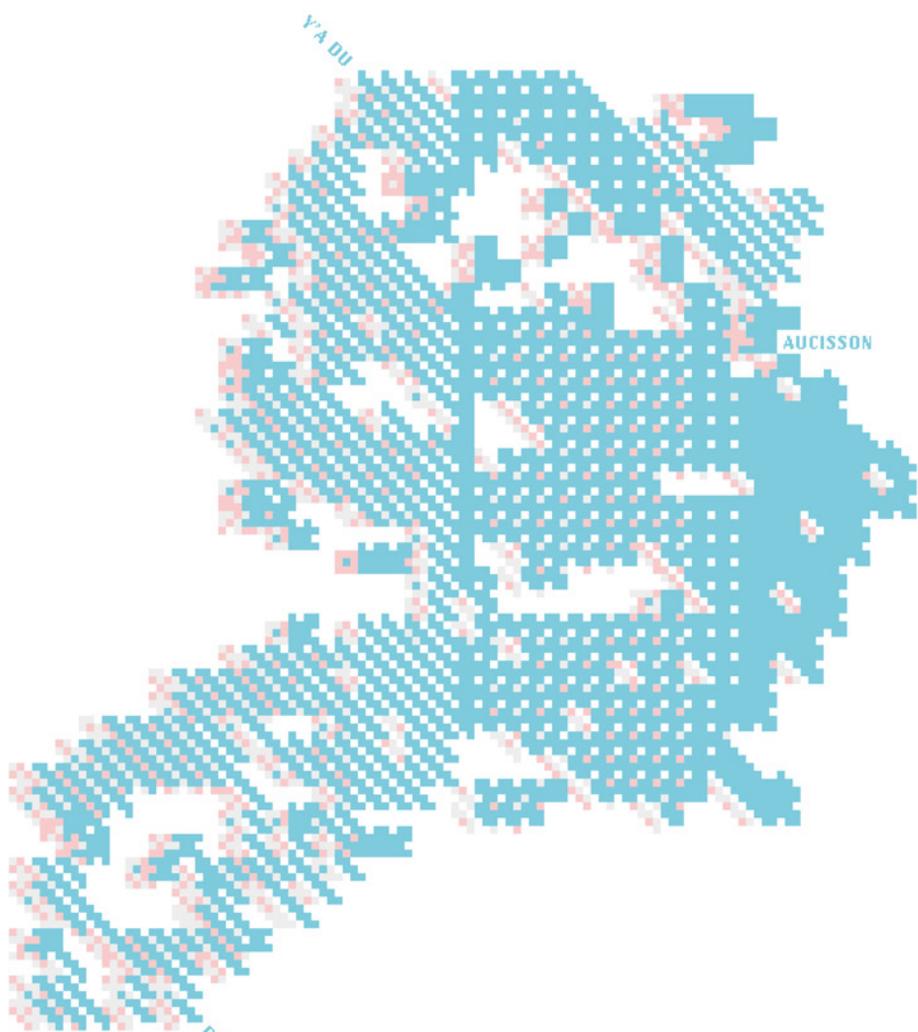
1 • Testez votre écritement : le "BIB" à partir de la lettre obtenue, tester les degrés de lisibilité et les formes dues à la "basse définition" de la lettre, partir de l'envers de la broderie, bien moins structurée et pleins de fils entremêlés, entre autres idées extravagantes pour créer des lettres graphiques et baroques à l'esthétique pixelisée.



Y'A DU

AUCISSON

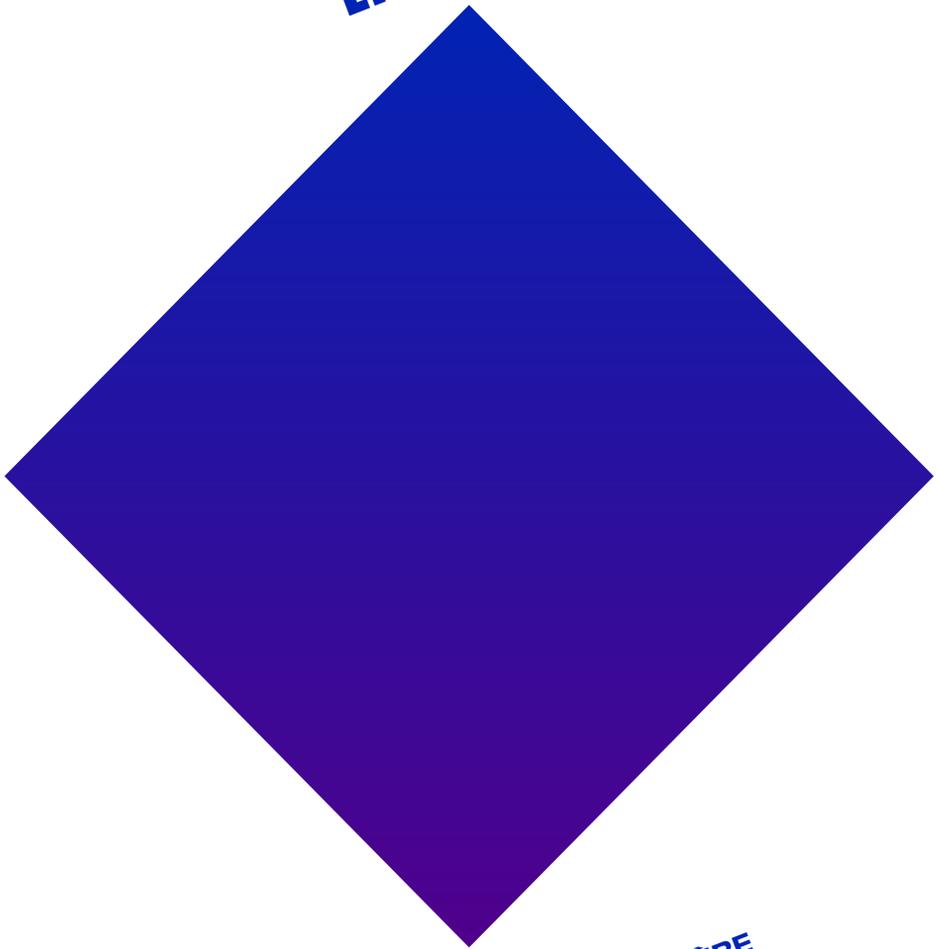
POUR L'APÉRO ?







**LIRE**



**À L'ÈRE**

**g.b  
Internet**



# Les changements de paradigmes du livre

## « I MISS MY PRE-INTERNET BRAIN<sup>1</sup> »

Qui dit communication, dit langage. Et qui dit langage, dit acte de lecture lorsque celui-ci est inscrit. Internet a donc donné naissance à de nouveaux codes de communication, mais a aussi modifié notre manière de lire. Prenons l'expérience de lecture sur le web : vous êtes peut-être arrivé à la lecture d'un article via le *post* d'un ami qui l'a partagé sur un réseau social ; le texte était très probablement entouré de pubs animées qui vous ont déconcentré, de même que la notification apparue sur l'onglet Facebook ouvert dans votre navigateur ; l'auteur citait plusieurs sources accessibles par des liens hypertextes, signifiées par un soulignement et une couleur spécifique, sur lequel vous avez certainement cliqué ; et vous avez ainsi navigué entre différents articles, dont vous avez parfois seulement lus les titres et chapeaux, vous distrayant de votre objectif premier. En comparaison, un bon vieux livre composé d'encre et de papier semble effectivement plus propice à la concentration. La déclaration de l'auteur et artiste Douglas Coupland – « *mon cerveau pré-Internet me manque* » – doit sûrement faire écho chez bon nombre d'entre nous, qui avons la sensation de ne plus être capable de lire avec attention.

Il n'est donc pas étonnant que de nombreux individus soient réticents à s'adonner à la lecture sur écran, qu'il s'agisse de celui de son ordinateur, de son smartphone, de sa tablette tactile ou encore de sa liseuse électronique. Un schéma réfractaire que l'on observe d'ailleurs à chaque nouvelle révolution technique et culturelle ayant le pouvoir potentiel de faire changer la société. Il n'y a qu'à regarder la naissance de l'écriture dans un monde où la transmission du savoir se faisait par oral, ce qui inquiéta sur le sort de la mémoire des hommes. Puis, l'invention de l'imprimerie qui allait pouvoir donner l'accès à la connaissance aux masses, ce que les élites ne voyaient pas d'un bon œil. Et enfin, le numérique allait écraser tout sur son passage, signant notamment la mort du livre... Finalement, toutes ces inventions ont fini par s'imposer pour nous paraître désormais indispensable. Aujourd'hui, la culture numérique bouleverse et modifie nos pratiques sociales, notre accès à la connaissance mais aussi à la création contemporaine et son économie. Annick Lantenois pose ainsi la question suivante : « *si la culture numérique est aujourd'hui notre socle commun, comment transforme-t-elle la culture du livre ?<sup>2</sup>* ».

I MISS  
MY  
PRE-INTERNET  
BRAIN

## LA MORT DU LIVRE N'AURA PAS LIEU

Rassurons-nous, la mort du livre n'aura pas lieu pour autant. Du côté du secteur de l'édition, bien qu'il connaît une baisse considérable amorcée depuis quelques années, ce sont tout de même 422 millions d'unités vendues et 8 millions de livres numériques

1 — Phrase citée de l'œuvre du même nom de Douglas Coupland (2012).

2 — Préface de l'ouvrage collectif *Lire à l'écran*, B42, 2011.

payants téléchargés en 2014<sup>1</sup>. De plus, nous n'avons jamais autant lu depuis l'arrivée des journaux en ligne, l'essor des blogs et l'accès à l'information continu grâce à nos smartphones, comblant pour certains nos moments d'attente et d'ennui par de courtes lectures. Le numérique, et plus particulièrement le web, renouvellent en profondeur nos pratiques de lecture, et ce qui s'y rattache, à savoir la forme du livre, l'édition et le design éditorial. Pendant un temps, j'avais moi-même un point de vue assez tranché sur la question, avant de m'y intéresser de plus près, découvrant alors toutes les potentialités innovantes offertes par ce médium. Laissons les se révéler au fur et à mesure de notre avancée.

Nous avons connaissance des reproches que l'on peut faire aux supports de lecture numérique, leur propension à la déconcentration et la fatigue oculaire en tête. Cela serait-il l'effet secondaire de ce bouleversement de nos habitudes de lecteurs, parmi ceux nés avant l'intrusion d'Internet dans les foyers ? Il s'avère que les actuels enfants et adolescents, ces *digital natives*, ne voient pas leur attention ni leur compréhension altérées lorsqu'ils basculent sur un support numérique<sup>2</sup>. Un constat suffisant pour rassurer Nicholas Carr<sup>3</sup> ?

## LA LECTURE DÉMATÉRIALISÉE ET SES ATOUTS

Focalisons nous alors sur les avantages de la lecture dématérialisée. Tout d'abord, il s'agit de définir ces nouvelles pratiques de lecture. Pour la qualifier la lecture sur support numérique, le rédacteur en chef d'[internetactu.net](http://internetactu.net) Hubert Guillaud, utilise les termes « fragmentée » et « discontinue »<sup>4</sup>. En comparaison, il parle de lecture « concentrée » et « linéaire » lorsqu'elle est effectuée sur papier. Cela est effectivement dû à la lumière vive des écrans LCD fatiguant rapidement, ainsi qu'à la perte d'attention facilitée par la connectabilité de la plupart des supports de lecture numérique. Il convient de préciser que ces attitudes dépendent également du type de lecture choisie, une lecture immersive réflexive ne se fait pas de la même manière qu'une lecture de repérage. Ces processus définissent souvent le choix du support de lecture: la première s'effectuera plutôt sur un support papier alors que la seconde ne voit pas d'inconvénients à l'être sur écran.

Les manières de travailler le texte sont finalement assez limitées sur papier. En plus des fonctions d'annotation – non plus avec son crayon et son surligneur fluo –, et de signet remplaçant le marque-page, les outils des supports de lecture numérique proposent entre

<sup>1</sup> — Chiffres clés 2013-2014 du secteur du livre, étude mandatée par le Ministère de la Culture, la Direction Générale des médias et industries culturelles, mars 2015. Consultable sur [www.culturecommunication.gouv.fr](http://www.culturecommunication.gouv.fr)

<sup>2</sup> — Étude menée par le National Literary Trust. Cité depuis l'article *Vous avez l'impression de ne plus arriver à lire des livres ? C'est un syndrome courant*, Katy Waldman, [slate.fr](http://slate.fr), 12 novembre 2014 (consulté le 11 août 2016).

<sup>3</sup> — Auteur de l'essai *Internet rend-il bête ?*, Éditions Robert Laffont, 2011.

<sup>4</sup> — *Lecture: attention, profondeur et matérialité*, Hubert Guillaud, [lafeuille.blog.lemonde.fr](http://lafeuille.blog.lemonde.fr), 18 août 2010 (consulté le 11 août 2016).

autres des options de recherche dans un dictionnaire en ligne, la possibilité de modifier la typographie, son corps et la couleur de fond à sa guise ou l'option lecture à voix haute, utile pour certains handicaps (aveugles, dyslexiques, etc.). Il est notamment possible d'intégrer des sons et des animations vidéos, pour rendre la lecture d'un roman plus immersive ou compléter un essai d'interventions d'experts par exemple.

La dimension tactile des supports privilégiés pour la lecture numérique, à savoir la tablette et le smartphone, renouvelle également le rapport au livre. Sur l'écran, les doigts touchent, tapotent, glissent, se déplacent... C'est un rapport que l'on peut également qualifier de sensoriel et sensuel, bien que très différent de celui que l'on a avec l'objet livre, et plus intéressant à exploiter que celui induit par le couple écran/souris de l'ordinateur de bureau. Lorsque les narrations utilisent cette gestuelle et cette interactivité, elles accentuent l'implication du lecteur dans l'expérience numérique. Ajoutons à cela l'invitation incitant l'utilisateur à naviguer, au sein d'un ouvrage ou d'un site web, à l'aide d'interactions conduites de manière intuitive. Chaque utilisateur construit alors son propre parcours. La lecture numérique favorise ainsi « *une construction personnalisable de l'accès à la connaissance* », d'après les termes employés par Pascale Gouysse dans son cours sur l'Histoire du livre.

Durant mon stage au sein d'ABM Studio, spécialisé dans les projets d'édition imprimée et numérique, j'ai eu l'occasion de travailler sur l'application Lisa, qui permet d'acquérir, de stocker et de lire des livres numériques. L'application a été conçue pour répondre aux limitations techniques imposées par les plateformes existantes telles que iBooks, bénéficiant aux librairies et éditeurs indépendants. Un des objectifs fut d'améliorer les conditions visuelles de lecture en développant des outils permettant de respecter les règles typographiques à l'usage, bien que la pléthore de terminaux de lecture existants et la modification de différents paramètres sur le texte par l'utilisateur empêchent leur maîtrise totale. Je me suis principalement occupée de la déclinaison des écrans en *responsive\**, me souciant de garantir la lisibilité et l'ergonomie de l'interface. Ce travail a permis de nous questionner sur les différents usages et fonctionnalités que nous aimerions pouvoir maîtriser en tant qu'utilisateur, en faisant en sorte qu'ils soient intuitifs. Tout l'intérêt réside cependant dans l'étape suivante, c'est-à-dire l'observation des parcours de navigation afin d'améliorer l'expérience utilisateur en fonction, et d'intégrer de nouvelles fonctionnalités selon les attentes. Le numérique possède cet avantage de permettre enfin d'améliorer à l'infini un projet, qui ne se trouve plus figé par une impression immuable.

## DU PAPIER ET DES PIXELS: L'AVENIR DU LIVRE À L'ÈRE DU NUMÉRIQUE ?

“Ce qui est intéressant aujourd’hui, c’est que la technologie appliquée au monde de l’image est en train de réinventer le livre, plutôt que de le tuer comme cela avait été prédit. C’est là que nous essayons de nous tenir, dans ce moment de réinvention.”

Bruce Mau, designer graphique.

Ainsi, le débat sur la mort du livre se déplace pour s'ouvrir à d'autres issues. Le livre dans sa forme traditionnelle – parfaite et indépassable pour Umberto Eco<sup>1</sup> – ne sera pas remplacé par le livre numérique, car celui-ci est en réalité un autre objet, par ses formes nouvelles, mouvantes et plurielles. Les usages et codes culturels ont façonné l'objet-livre: la double-page née du codex, la couverture qui protège et présente, les marges laissant la place aux doigts et aux notes, etc. Dans un processus similaire, des règles livresques inédites naissent à la fois des avancées technologiques et des usages des lecteurs.

Certaines formes ont déjà trouvé leur place dans les rayons des librairies dématérialisées: parmi les « classiques » romans et autres genres traditionnels dans leur version numérique, on trouve des formats usant efficacement des capacités interactives.

La réédition numérique d'*Interaction of colors* de Joseph Albers<sup>2</sup> sous forme d'application utilise avec escient certaines possibilités interactives et multimédias dans un but pédagogique: le caractère tactile du support permet de réaliser les exercices didactiques; les textes théoriques sont enrichis d'extraits vidéos d'entretiens; le menu visible sur chaque écran est découpé en différentes entrées spécifiques permettant de naviguer facilement. Une autre forme, peu utilisée car plus coûteuse, allie le livre tangible à des animations en réalité augmentée qui se découvrent via un terminal électronique. Cette technologie a notamment été utilisée dans des revues, telles que *The Eyes* pour son numéro dédié à la réalité virtuelle, ou pour des projets artistiques, dont *Le Monde des Montagnes* de Camille Scherrer, dans lequel les illustrations oniriques s'animent sur un écran interposé.

Il s'agit visiblement d'une thématique intéressant bon nombre de designers, étudiants ou confirmés, au vu du nombre de prototypes expérimentaux produits. La réflexion de l'association du papier et des pixels, des technologies analogiques et numériques, est visiblement privilégiée, avec des projets tel que *Le Livre qui voulait être un jeu vidéo* des éditions Volumique, équipé d'un gyroscope, d'un capteur de pression ou encore d'encre changeant de couleurs, qui impose des règles du jeu à son lecteur. Le fanzine *404 Found* présenté plus tôt fut également pensé avec son pendant web dès sa réalisation. Le webzine présente ainsi les contenus multimédias



404 Found  
→ p. 30-31

1 \_\_\_\_ *N'espérez pas vous débarrasser des livres*, Jean-Claude Carrière et Umberto Eco, Grasset, 2009.

2 \_\_\_\_ *Interaction of colors*, Joseph Albers, application pour iPad®, Yale University Press, 2013.

complémentaires (un jeu interactif, des gifs, de la vidéo et du son), nécessitant certaines clés notées dans la version imprimée pour profiter pleinement de l'expérience, évitant ainsi la redite.

Les formes que prendront le livre de demain n'ont probablement pas encore été inventées. Étienne Mineur, designer graphique et cofondateur des éditions Volumique, a d'ailleurs des idées à revendre. Dans un post de son blog à destination des auteurs<sup>3</sup>, il énumère diverses propositions à expérimenter à partir des données de l'utilisateur. Il nous distille ainsi quelques idées, allant de la personnalisation du récit en utilisant la géolocalisation, les photos ou la musique de l'usager, à la modification du texte selon les actions du lecteur – le texte pourrait se modifier lorsque l'on revient arrière, imposer un temps de lecture ou de déplacer le *device* dans l'espace pour faire apparaître des infos, etc. Dans la lignée du *big data*<sup>\*</sup>, il nous enjoint à utiliser les données personnelles récoltées, mais, contrairement aux géants de l'industrie du web, de manière créative.

Ainsi, le livre – faute d'avoir trouvé un nouveau terme pour signifier ses évolutions – est aujourd'hui aussi bien tangible que dématérialisé, hybride, augmenté, audiovisuel. Le lecteur devient tour à tour spectateur, joueur ou encore utilisateur. Preuve que nous sommes dans une période de mutation et de réinvention de l'ensemble du secteur de l'édition. Et c'est enthousiasmant !

## Les enjeux à relever pour le design éditorial

### DE NOUVELLES COMPÉTENCES À ACQUÉRIR

Le secteur du design graphique avait certainement besoin de cet essor numérique pour se renouveler, sortir des recettes efficaces théorisées dès les années 1960, et réintégrer le facteur innovation. Le futur du domaine se dessine depuis quelques années vers la voie de l'édition numérique et du webdesign, dans lesquels nous ne sommes encore qu'aux balbutiements. À mon sens, le livre numérique connaîtra une amélioration similaire à celle des sites web (souvenez-vous du design des sites du temps du web 1.0...). Et cela passera par ce que l'on appelle dans le jargon le design éditorial.

D'après une définition somme toute personnelle, je dirais que la création d'une maquette pour mettre en page des contenus s'apparente à ranger une matière brute, mettre de l'ordre, hiérarchiser, combiner textes et images, afin de la rendre compréhensible. D'après Ruedi Baur, ces actions agissent directement sur la perception du contenu et la qualité de la lecture<sup>4</sup>, à condition que les règles typographiques soient

<sup>3</sup> — Ré-enchanter la lecture numérique, Étienne Mineur, [my-os.net](http://my-os.net), 6 novembre 2012 (consulté le 15 août 2016).

<sup>4</sup> — Texte « Le livre », *Les 101 mots du design graphique à l'usage de tous*, Ruedi Baur, Archibooks, 2011.

respectées. Le travail du graphiste s'inscrit donc dans « *la culture ancestrale du livre* » qu'il associe à « *un contenu et un contexte de perception nouvelle* » précise-t-il également, pouvant expliquer la passion débordante que nourrissent de nombreux graphistes pour les projets éditoriaux. La graphiste a cette capacité de savoir mettre en place « *une narration visuelle et verbale*<sup>1</sup> », particulièrement visible dans les pages des magazines, qui induira le parcours effectué par l'œil au sein de la page. Des compétences que j'ai pu mettre en œuvre dans divers projets, dont le dernier en date, un livre sur le groupe Téléphone. Graphiquement, nous nous sommes inspirés du style gentiment punk/rock des pochettes du groupe, donnant le ton au livre. La hiérarchie des parties est quant à elle garantie par la définition de principes de mise en page et de styles de paragraphes, séparant les différents niveaux de textes.

**« Les livres disent quelque chose sans qu'on les lise, et [...] ce n'est pas le moins important. »** Theodor Adorno, philosophe allemand.

En ce qui concerne le design éditorial appliqué au numérique, les possibilités techniques restent pour l'instant assez limitées, mais il ne faut pas négliger la capacité de progression à une vitesse vertigineuse des avancées technologies. Pour s'y retrouver, les deux *ebook designers* de Chapal & Panoz ont édité une mine d'or, *Le b.a.-ba du livre numérique*, à destination des graphistes, développeurs et éditeurs intéressés par ce domaine techniquement obscur. Avec la conférence de la designer d'interaction Cassandre Poirier-Simon<sup>2</sup>, ces deux « rencontres » m'ont fait prendre conscience des enjeux et de la nécessité de prendre en main les réflexions autour du livre numérique. Les développeurs issus du monde du jeu vidéo furent vraisemblablement les premiers à investir ce domaine<sup>3</sup>. La structure éditoriale et l'expérience visuelle s'en sont retrouvées fortement connotées. D'une autre manière, l'adaptation littérale de certains usages du livre est dommageable en terme d'expérience utilisateur. Je pense par exemple à la simulation du feuilletage, sans utilité par rapport à l'action réalisée avec des pages de papier.

Les interventions de ces différents designers accessibles librement en ligne sont de précieux outils pour se retrouver dans cette jungle de formats et de (im)possibilités techniques. Sans en faire l'inventaire détaillé, leur connaissance pointue permet de mener une réflexion éditoriale adaptée et personnalisée. La conception d'un livre dématérialisé est fondamentalement différente de celle d'un livre imprimé. On passe du volume divisé en pages à plusieurs écrans explorables en 3D, et d'une structure linéaire à une construction arborescente. Le texte doit être considéré comme un flux, une nouvelle gestuelle est utilisable (toucher, taper, secouer...). Participant

<sup>1</sup> — Texte « La mise en scène d'une page et la scénographie », *ibid.*

<sup>2</sup> — Conférence *Tourner la page*, EESAB Rennes, le 4 décembre 2013. Notes consultables sur [leschemins.net](http://leschemins.net).

<sup>3</sup> — *Ibid.*

en amont à un projet de collection de livres numériques édités par Art Book Magazine dont chaque numéro s'intéressera à un graphiste renommé<sup>4</sup>, nous avons appréhendé les intentions graphiques en correspondance avec les questions d'expérience utilisateur. Par exemple, nous proposons un nouveau rapport à l'espace de l'écran en incitant à zoomer sur un texte, puis à naviguer l'intérieur afin de déchiffrer des textes de corps très différents. Les configurations liées à la lecture sur écran ne doivent pas non plus être occultées. Quelques astuces permettent de faciliter la lecture : il vaut mieux utiliser un fond sombre et un contraste de couleur neutre, tandis que les graisses *regular* peuvent être plus agréable à lire sur un écran lumineux, bien que cela dépendent encore une fois du contraste obtenu. Les marges ne sont d'ailleurs plus obligatoires. Réaliser la maquette d'un livre destiné à être lu sur une tablette ou un smartphone remet ainsi en question plusieurs pré-établis.

Les possibilités peuvent être infinies, malheureusement ces expérimentations sont encore coûteuses et chronophages. Techniquement, certains points n'ont pas encore été résolus. Par exemple, les liseuses à encre magnétique ne peuvent pour l'instant afficher ni couleurs ni animations. En ce qui concerne les questions de mise en page du texte, chacune des deux possibilités posent encore des problèmes. Les *fixed-layout*, ou « mise en page fixe », ne permettent pas d'adapter le texte en fonction de chaque format d'écran. La gestion des textes en drapeau n'est pas optimale pour les *epubs* en *reflowable text*, qui pour leur part fonctionnent comme un flux s'adaptant au format de l'écran. Cela ne saurait tarder, de plus en plus de développeurs et webdesigners y mettent leur nez.

## LE WEB PEUT-T-IL SE PENSER COMME UN LIVRE ?

À mes yeux, le design éditorial ne se limite pas aux livres et aux magazines. Du texte et des images, différents niveaux de contenus sur différents écrans, un mode de navigation... Bien que la conception éditoriale et les objectifs soient différents, la construction structurelle des sites web et des applications n'est pas si éloignée de celles des livres numériques. Les informations doivent en effet être visuellement structurées selon leur degré d'importance, l'ensemble doit être lisible, utilisable, interactif et accessible à tous types d'internautes. L'ergonomie de l'interface, et plus en profondeur, l'enchaînement des différents écrans, et les fonctionnalités sont pour cela des points essentiels à travailler. La différence avec le livre numérique, qui reste pour l'instant une entité plutôt fixe une fois publiée, est la possibilité de le mettre à jour constamment et de modifier les contenus avec une déconcertante facilité grâce aux interfaces de gestion développées pour les administrateurs.

<sup>4</sup> \_\_\_\_ N°0 dédié à Fanette Mellier. Projet en cours de réalisation, réalisé par Pascal Béjan et Fanny Bisiaux d'ABM Studio, prochainement diffusé par Art Book Magazine.



Le parallèle est d'autant plus vrai lorsque le sujet principal de ces sites en question repose sur l'acte de lecture ! Je pense ici aux sites d'informations, et notamment à la refonte de [Liberation.fr](http://Liberation.fr), chantier encore une fois effectué par l'agence Datagif. Leur stratégie éditoriale s'est adaptée à la nouvelle temporalité de l'information. Les contenus ont donc été classés selon différents moments de lecture (les infos à la une, le Top 100 des contenus les plus vus, des classements par thématique, le Direct, etc.) prenant chacun une forme différente. Selon le temps (et la motivation) qu'il a devant lui, le lecteur peut ainsi faire défiler des contenus très succincts, ou atterrir sur un article plus fouillé, vivant conjointement sur la page d'accueil.

Les Éditions  
Présent/Composé  
→ p. 62-63

Pour la refonte du site des éditions Présent/Composé présentant à la fois les ouvrages édités et les actualités de la structure, nous avons également mis sur une légère différenciation formelle des contenus. Ceux-ci sont accessibles à l'aide de deux menus distincts. Le menu Catalogue possède sa couleur attirée et affiche des images des livres au survol de leur titre, tandis que le menu Actualités vient simplement se superposer à l'accueil. Une fois sur la page d'un article ou d'un ouvrage, l'utilisateur sait où il se trouve grâce au code coloré que l'on retrouve sur les titres, et une maquette différente : un diapo photo et deux colonnes de texte pour présenter les ouvrages, une seule colonne de texte entrecoupée de photos pour les actualités.

Les Rencontres  
de la photographie  
d'Arles  
→ p. 64-65

Un autre projet plus conséquent sur lequel j'ai eu la chance de travailler chez ABM Studio, fut la refonte du site des Rencontres de la photographie d'Arles. L'objectif du commanditaire était d'aboutir à un outil permettant de préparer le plus efficacement possible sa visite, avec notamment des options de tri des expositions, un affichage sur une carte et la possibilité de créer un parcours personnalisé selon les dates et la durée prévue de sa visite. Les contenus sont donc présentés différemment selon les entrées, mais leur organisation est toujours basée sur une grille de base équivalente, comme on le conçoit dans les gabarits des maquettes de livres. Cinq écrans types ont été définis afin de ne pas perdre le lecteur. Le dialogue entre les graphistes, le développeur et les clients a ici été essentiel pour mettre en place un site cohérent et efficace. Le développeur nous renseignait sur ce qui était techniquement faisable, tandis que les clients précisaient au fur et à mesure les contenus éditoriaux en fonction de nos interrogations concernant la structure.

**« Nous devons construire un nouveau langage commun, dérivé du livre et du web. Le texte devient une interface et les possibilités sont énormes (...).<sup>1</sup> »** Chapal&Panoz, développeurs et designers de livres numériques.

<sup>1</sup> \_\_\_\_ Le b.a.-ba du livre numérique, Chapal&Panoz, auto-édition numérique, 2013.

L'observation des méthodes de travail utilisées pour la conception d'un livre numérique et d'un site web nous montre que celles-ci diffèrent légèrement. Le designer Francesco Franchi propose une nouvelle nomination qui me paraît adaptée: le « *design d'expérience éditoriale*<sup>2</sup> ». Nous l'avons vu auparavant, le graphiste sait présenter harmonieusement des informations au sein de doubles-pages alliant texte et images. Il doit désormais concevoir l'interaction et l'expérience utilisateur, des compétences spécifiques que l'on attend des UX et UI designers. Pour Francesco Franchi, ces deux approches jusque là opposées peuvent s'associer. Un projet alliant contenu éditorial et interactivité pourrait ainsi être mené par une seule et même personne afin de garantir une vision d'ensemble cohérente.

## LE LIVRE DE PAPIER EST MORT, VIVE LE LIVRE !

Derrière cette engouement pour le numérique, nous n'oublions pas les livres « classiques » pour autant. Un retour exigeant à la qualité matérielle s'est développé en réaction à la baisse des ventes et à la dématérialisation, encore timide, des publications. Ce bousculement n'est finalement pas une mauvaise nouvelle au vu de la qualité et de la vitalité des ouvrages issus du circuit de l'édition indépendante. Dans la lignée d'Irma Boom<sup>A</sup>, Fanette Mellier<sup>B</sup> et Philippe Millot<sup>C</sup> – des graphistes dont la sensibilité se reflète dans leurs créations –, des directeurs artistiques avisés bichonnent les livres traditionnels en jouant d'effets d'impressions, de pliages et de textures de papiers. C'est une piste que nous avons suivi pour la réalisation d'un ouvrage autour de l'exposition *Du Fennec au Sahara* de Guillaume Pinard. À première vue, l'ouvrage propose seulement des représentations des œuvres de l'artiste. Les indices textuels explicitant ces peintures sont en réalité cachés sur l'envers des pages à l'aide d'une reliure japonaise. Pour les découvrir, il faut donc déchirer les images se trouvant à la coupe, incitant le lecteur à dégrader et vandaliser cet objet d'habitude sacralisé.

Par des détails soignés, les designers confèrent ainsi une valeur matérielle forte à l'objet-livre, avec en ligne de mire le souhait d'attiser l'âme des collectionneurs qui s'empresseront de les acquérir pour les exposer dans leurs bibliothèques. Cependant, cela peut parfois augmenter considérablement le prix d'achat. Les livres hors-normes nés de l'imagination foisonnante d'Irma Boom, souvent édités en série limitée sont tributaires des coûts de fabrication. Les collections des éditions Cent Pages, au texte métallisé imprimé sur la couverture ou à la tranche colorée, sont toutefois plus accessibles.

Une autre piste, soufflée par mon cher professeur à Duperré Hervé Aracil, serait d'emprunter la logique de navigation propre au web, fragmentée comme nous l'avons conclu plus tôt, afin de proposer de nouvelles manières d'appréhender le livre. Piste que j'ai choisi d'expérimenter dans un projet éditorial imprimé dédié



*Du Fennec au Sahara*  
→ p. 66-67

<sup>2</sup> \_\_\_\_ Être directeur artistique dans un journal, Francesco Franchi, *Graphisme en France* 2015.

au livre à l'ère du numérique. La mise en forme éditoriale rend compte, à l'aide de pictogrammes, des liens entre les différents textes dénichés sur le web composant l'ouvrage. Le lecteur peut ainsi se focaliser, s'il le souhaite, sur une seule thématique, par exemple les avantages du *ebook*, et se rendre directement aux passages correspondants, afin de confronter les différentes voix présentes dans cette publication. Il se trouve ainsi face à un mode de lecture croisée, non linéaire. Ainsi, le livre reste fixe dans sa forme, mais semble plus mobile et mouvant dans le déroulement de son contenu. L'identité graphique s'est ensuite définie par la réappropriation d'éléments propres au langage et à l'esthétique d'Internet. Ce mode de navigation et ces interventions graphiques permettent également de questionner le rapport de l'objet éditorial au lecteur, c'est-à-dire son appropriation et son interaction avec le livre.

Enfin, le cheminement inverse peut également être expérimenté. Le web lui-même peut devenir le matériau d'un livre imprimé, une démarche intéressante déployée par Jean Boîte Éditions et son dictionnaire visuel réalisé à l'aide de Google Images (*Google, Volume I, King Zog*) ou les étrangetés aperçues sur Google Maps (*The Nine Eyes of Google Street View, Jon Rafman*), questionnant les notions de temporalité et d'archivage du web. Publications de papier et ouvrages de pixels ne seraient finalement pas si opposés, mais bel est bien complémentaires. C'est dans ce rapport de friction entre les deux médiums que l'ensemble des productions éditoriales se renouvellent aujourd'hui.

Toutefois, ces diverses expériences de lecture ne peuvent être mises en place dans le seul but d'attirer et d'éblouir le consommateur, mais se doivent de servir le contenu. Finalement, l'important est de choisir le format imprimé ou numérique en adéquation avec le fond. Irma Boom, bien que privilégiant le support papier, ne dit pas autre chose lorsqu'elle indique tout d'abord penser l'ouvrage en fonction de son but et son usage final avant de choisir le support adapté, qu'il soit numérique ou imprimé<sup>1</sup>. La réflexion ne doit pas non plus être occultée lorsqu'un livre imprimé doit être adapté pour les supports numériques. Les designers de Chapal&Panoz nous avertissent de l'importance de cette adaptation, au risque de « *fortement dégrader l'expérience lecture* »<sup>2</sup> lorsque l'on s'en passe. Par exemple, si ce mémoire avait été pensé pour une destination numérique, le déroulement du contenu aurait tenu compte de certaines fonctionnalités utiles. Les images de références intégrées au texte auraient pu être cliquables et s'afficher en pleine page et en couleur, alors que sur le papier le choix fut de minimiser ces références pour ne pas nuire à mes propres productions, prenant la fonction d'indices. Des galeries photos des projets auraient également pu être développées, afin d'avoir une vue d'ensemble des projets plus conséquente. Enfin, les notes de bas de pages auraient pu disparaître au profit d'hyperliens vers les contenus cités.

<sup>1</sup> — Irma Boom, *book designer*, Peter Bilak, *Backcover* n°5, 2012-2013.

<sup>2</sup> — *Le b.a.-ba du livre numérique, ibid.*



## ÊTRE À L'ÉCOUTE DES ATTENTES DE SES CLIENTS ET DES LECTEURS

Ces nouvelles configurations modifient certainement le rôle du designer graphique. J'ai notamment pu l'observer au sein d'ABM Studio, auquel les institutions font appel pour leur maîtrise des projets interactifs. Interrogés par la revue *Étapes*<sup>3</sup>, les membres de ce studio expliquaient leurs nouveaux domaines d'intervention. En plus de hiérarchiser et structurer les contenus, il s'agit désormais de « *gérer des flux, (...) de donner du sens et des repères critiques à l'utilisateur* », soit des questions d'ergonomie et d'expérience utilisateur. D'autre part, il nous faut aujourd'hui être capable de conseiller et d'accompagner les clients dans cette jungle de formats et supports. Le designer doit constamment se mettre au parfum des avancées et possibilités techniques, tout en questionnant ces médiums numériques afin d'aboutir à de nouvelles formes éditoriales.

Dans le cadre de la réalisation d'un *business model* pour une agence de design spécialisée dans le domaine éditorial<sup>4</sup>, projet fictif de création d'entreprise, nous avons pu synthétiser d'autres pistes de réflexion pour nous positionner en tant que professionnelles du design éditorial et nous adapter à la réalité du marché. L'étude des usages de consommation du livre numérique nous a par ailleurs permis de découvrir l'intérêt des lecteurs pour les *ebooks* enrichis de contenus multimédias<sup>5</sup>. D'autre part, une bonne partie des lecteurs de livres numériques considèrent les supports imprimés et numériques comme des modes de lectures complémentaires<sup>6</sup>. Pour les publications édités sous ces deux formats, il serait judicieux de trouver des astuces facilitant le passage de l'un à l'autre. On peut également supposer que leurs liaisons littérales – par la réalité augmentée\* par exemple –, puissent intriguer les lecteurs, notamment parmi les plus réticents au tout numérique. Enfin, nous avons appris que le smartphone a devancé la tablette tactile pour la lecture<sup>7</sup>. Penser la lecture pour cet usage précis, et toutes les contraintes qui découlent de la taille réduite de ces écrans, est donc nécessaire.

Questionner les consommateurs sur leurs attentes est une chose. Ils cependant restent des amateurs qui ne sont probablement pas au fait de la plupart des ressorts développés dans ce qu'ils ont sous les yeux. Ainsi, nous avons également été interrogés des professionnels de l'édition – en somme de potentiels clients –, pour

---

**3** \_\_\_\_ ABM Studio, *Éditer des livres numériques, Étapes* n°224, mars-avril 2015.

**4** \_\_\_\_ Le Studio Codex 2.0, imaginé et pensé avec Aurore Aubry, Emanuelle Pion et Margaux Vanderwée.

**5** \_\_\_\_ 63% des consommateurs de livres numériques sont intéressés. Donnée issue de *L'étude des usages et perceptions du livre numérique* menée par Hadopi, octobre 2014.

**6** \_\_\_\_ Pour 34% d'entre eux. *Ibid.*

**7** \_\_\_\_ *L'avenir du livre numérique est sur smartphone, pas sur tablette...*, Claire Levenson, [slate.fr](http://slate.fr), 15 août 2015 (consulté le 10 janvier 2016).

entendre leurs souhaits et suggestions<sup>1</sup>. Les formats numériques leur paraissent pertinents lorsqu'ils poursuivent un objectif pédagogique, aussi bien pour le jeune public avec la volonté de stimuler son imaginaire, que pour les adultes pouvant s'enrichir de visualisations de données interactives. Toutefois, l'expérience doit être stimulante et pertinente, en évitant de tomber dans le jeu et perdre ainsi la notion de lecture active. Connaître à la fois les attentes de ceux qui produisent les ouvrages et de ceux qui l'auront entre les mains permet de conseiller au mieux les éditeurs et, peut-être, de convaincre les plus frileux d'entre eux.

## **ÉDITEURS, GRAPHISTES, DÉVELOPPEURS ET AUTEURS DANS LE MÊME BATEAU**

À travers les divers exemples éditoriaux exposés précédemment, il semble évident que les interventions de l'éditeur, du graphiste, ainsi que du développeur, et même de l'auteur, doivent se faire dans une collaboration équitable. Les rôles de chacun ne sont plus cloisonnés à leur seul domaine de compétence, une possibilité technique menant à une idée, une idée en menant à une autre. De plus, nous avons vu que le format doit être choisi en adéquation avec le fond, mais celui-ci peut être directement écrit pour le numérique. Les bandes dessinées numériques éditées par Professeur Cyclope ont été pensées pour être lues sur une tablette tactile, utilisant à bon escient les actions rendues possibles par ce support. Dès la conception du projet, le récit pourrait notamment être pensé de manière fragmentée, à la manière d'un feuilleton. Nous n'en sommes encore qu'aux prémices des histoires créées pour le numérique. Les formes innovantes de demain n'ont probablement pas encore été conceptualisées, et cela ne se fera pas sans une étroite collaboration entre les différents acteurs du domaine.



Cela sous-entend également que le développement doit être intégré dès le processus de création, permettant de pousser plus loin les idées, comme l'indique les membres d'ABM Studio<sup>2</sup> qui fonctionnent de la sorte. Graphiste et développeur travaillant main dans la main sur de nombreux projets, il est ainsi nécessaire que chacun ait connaissance du champ de compétences de l'autre afin de parler le même « langage » et de réaliser un projet avec des méthodes compatibles. C'est notamment afin de pouvoir varier les projets multimédias que j'ai choisi de suivre les études correspondantes, après avoir reçue une formation pointue autour du design graphique et éditorial. La palette élargie de compétences me permettra, sans doute, d'accéder à des projets plus variés, du webdesign à l'édition numérique en passant par la *datavisualisation*. Cependant, la programmation requiert une logique particulière. À mon sens, il s'agit d'un métier différent qui requiert plusieurs

<sup>1</sup> — Nous avons réalisé un entretien directif avec Xavier Debontride de la revue Place Publique, Yves Picard des Presses Universitaires de Rennes et Béatrice Lamarque du FRAC Bretagne.

<sup>2</sup> — ABM Studio, *Éditer des livres numériques, ibid.*

années d'apprentissage. Comme nombre de graphistes, j'ai ainsi appris les bases de ce domaine riche et complexe afin de dialoguer avec des développeurs et d'être capable de réaliser des prototypes simples. Pour Kévin Donnot, cela semble évident : « *comment concevoir sérieusement un site web si l'on est pas familier, d'une part avec le média lui-même, et d'autre part avec la réalisation technique, c'est-à-dire la programmation ?*<sup>3</sup> ». D'autant plus que ces langages de programmation, d'après Annick Lantenois, imposent des formes, des syntaxes et des structures que nous mentionnons précédemment, et par extension, l'environnement sensible de la lecture<sup>4</sup>. Une certaine responsabilité est ainsi conférée à ceux qui créent et développent des productions graphiques car en dépend « *la singularité ou le formatage des expériences esthétiques indispensables au processus d'autonomie de tout individu*<sup>5</sup> ».

Afin de réaliser des ouvrages à la fois justes et innovants, une stratégie serait de rassembler toutes les compétences mentionnées ci-dessus au sein d'une même structure. Elle a en effet été adoptée par plusieurs graphistes amoureux du livre et soucieux de proposer des formes éditoriales de qualité à la faveur de leurs contenus. Un pari audacieux lancé par ABM Studio et leur librairie numérique dédié à l'art et à la création contemporaine (Art Book Magazine), l'édition de quelques projets « maison » et la diffusion d'ouvrages (Art Book Magazine Éditions et ABM Diffusion). L'auteur Robin Kinross suppose à propos du studio deValence, fondateur des éditions B42, que cette double activité complémentaire puisse avoir pour bénéfice l'acquisition d'une certaine réputation de spécialistes du design éditorial<sup>6</sup>. Une posture qui nécessite toutefois un investissement conséquent peu rentable au commencement.

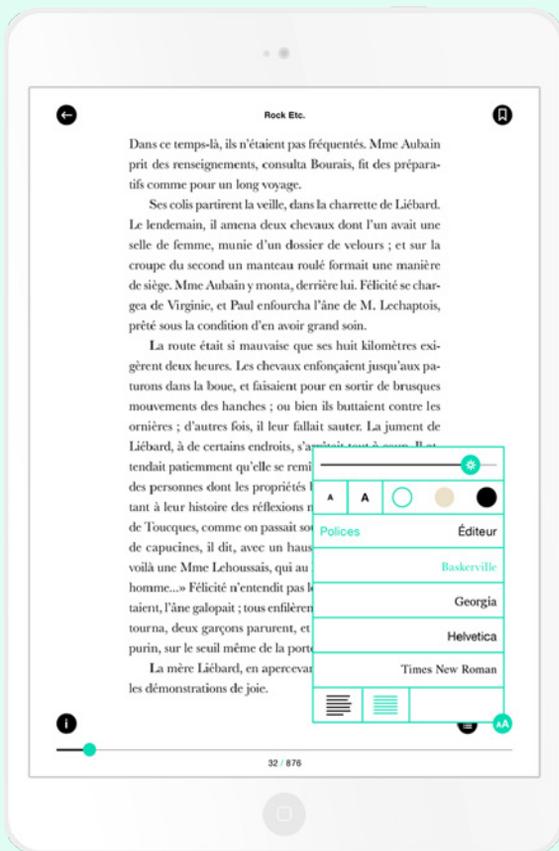
---

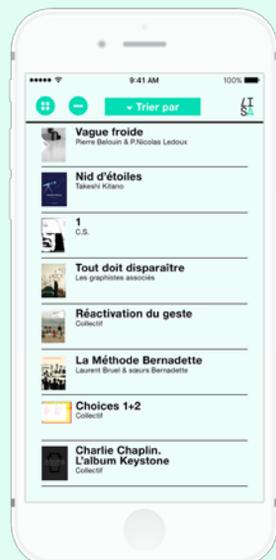
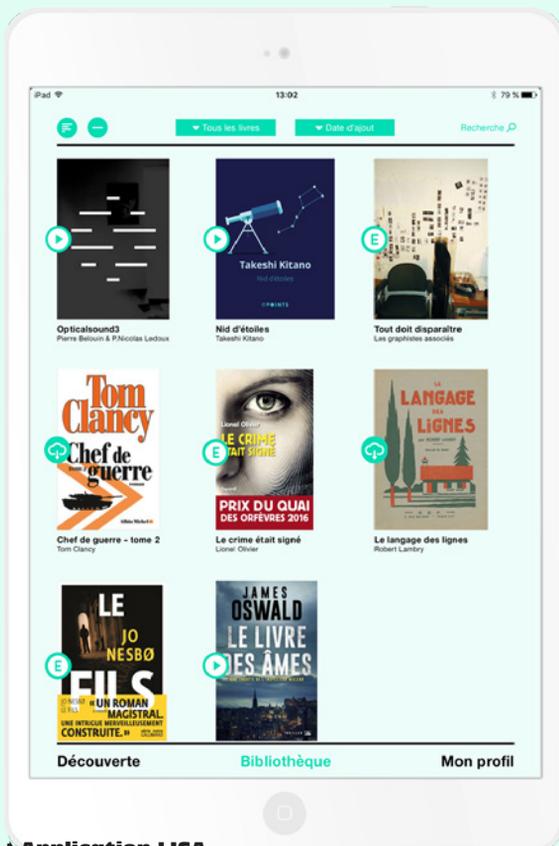
**3** — Code = design, Kévin Donnot, *Graphisme en France*, 2012.

**4** — Ouvrir des chemins, Annick Lantenois, *Graphisme en France*, 2012.

**5** — *Ibid.*

**6** — *A book from deValence*, Raphaël Zarka, Robin Kinross, Victor Guégan, Christophe Gallois, B42, septembre 2015.





## TELEPHONE



# 1980-1981 AU CŒUR DE LA NUIT

Depuis l'appel de Cochin en décembre 1978, Jacques Chirac, ancien Premier ministre de Valéry Giscard d'Estaing, s'est définitivement désolidarisé du président de la République. À gauche, après avoir quitté le Programme commun de Georges Marchais so voit devancé, pour la première fois, par les socialistes élections législatives de mars 1978. À dix-huit mois de la présidentielle d'avril-mai 1981, les appétits s'aiguisent...

## LE NUMÉRO DE TELEPHONE

Entre à la File de l'Herne, Téléphone, le 8 septembre 1979, influence le parti de la Gauche unique. Qui s'empare du mot-clef d'un duo après l'autre de la scène post-punk française, Corinne, Jean-Louis, Louis et Richard autour de la mise en scène d'un immense balon américain. Et tout le monde ne trouve pas ça drôle, mais Corinne. La troisième pour

atteindre la scène est nue et torse, mais avant que l'ensemble ne soit interrompu par un incident technique. Corinne gesticule et devient Alex dans le pied dans la vidéo. Tous les autres se retrouvent à expliquer la signification et la dimension religieuse de cette parole. Mais ça ne passe pas, l'attention amoureuse, mais, c'est cela qui le rassure...

© Téléphone / Les Éditions du Seuil

## LA TELEPHONE MANIA

En décembre 1980, le groupe retourne jouer en Italie. Tournée qui aura son importance, puisque François Rivaroli y découvre que Patrice Marcelet n'assure même pas le service minimum syndical. « Dans le contrat avec Patrice Marcelet, il y avait une clause à laquelle on n'a pas assez fait gaffe, on est liés avec EMI (la multinationale qui tient Patrice en France) pour le monde entier. Ça signifie que les compagnies EMI de chaque pays ont un droit de préemption sur nous, et que si Téléphone ne les intéresse pas, tout se complique. Il faut se dégarer contractuellement, d'acquiescer une autre boîte, rester. Et des lettres inimaginables, des avertissements par combis. Au Canada, on a négocié un contrat avec CBS, mais uniquement grâce aux contacts qu'on est allés donner le tas, de notre propre chef et à nos frais. Alors pour les USA on trouve, quatre boîtes nous ont fait d'énormes propositions... enfin, à condition que les paroles soient chantées en anglais (1). Et, à l'automne, on a dit : jamais ! En Italie, c'est EMI qui nous distribue. Il ont payé presque 3 000 ou 4 000 Croûtes (on nous vendait comme des petits pois après notre dernière tournée (en janvier 1980)). Tu penses qu'ils ont remboursé ? 2-300 francs. Le gars a changé, le nouveau ne sait rien, tout est à recommencer. Et maintenant, on se retrouve avec une tournée qui marche fort, et à peine 2 000 Air retour de la nuit dans les boutiques ? C'est à pleurer ! » Du 9 janvier au 8 février 1981, Téléphone sillonne la province française. Trente et une dates enchaînées à la suite. « Plusieurs milliers de personnes se pressent tous les soirs pour les voir. Le phénomène continue d'ailleurs, même si l'enthousiasme du public diminue quelque peu. Un ancien catcheur, Phylly, est engagé comme garde du corps. Un soir, après un concert, Corinne lui demande de l'aider à porter des affaires des liges de son tour... les gars ont écarté un chasseur... »

1. Photos recueillies par François Desmet, Brest, février 1981.

Phylly, qui ne boit pas, explique à Corinne qu'il a été embauché pour assurer la protection de... Jean-Louis. « Ça me va sur le pouce François (Rivaroli) qui ne peut rien et me donne pour raison "Moi tu comprends, Jean-Louis est un sex-symbol" ». Corinne, cette nuit-là, décide de poursuivre la tournée en voyageant avec l'équipe technique. Trente assistants la comprennent, dont beaucoup de techniciens anglais. Deux sont-ils remerciés pour leur matériel (dont 500 projecteurs), deux fois et un million comptant la caravane. « Les quatre assistants dépendent d'un seul et même homme, Félix, qui nous a entraînés depuis la tournée de 1978, ajoute François Rivaroli. Et les trois autres sont placés sous les ordres de notre homme, "Coke-Bug" qui est de Téléphone depuis la nuit des temps... »

## UN GROUPE QUI PÈSE SON POIDS ET DÉPENSE SANS COMPTER

Téléphone, c'est un régime de conduite, en ordre pour leur argent ou sans que l'argent vienne à l'idée au tourneur. En janvier 1980, Louis Berlinguet, qui faisait la une de *Guitarre Magazine*, expliquait : « Je joue occasionnellement d'instruments, d'instruments, en faisant en sorte que ça sonne le mieux possible [...] La scène, c'est quelque chose de très important, c'est cela qui me fait tenir, qui motive mes années. Ça me permet de savoir où j'en suis, de me reconstruire et c'est important (si l'énergie part) quand tu es solidaire 1 000 personnes à un concert, tu sens vraiment que ça fait partie de la bande... Le 18 février 1981, Téléphone remplit le Palais des sports. Parmi les 9 000 spectateurs, Lionel Lombroso,

© Seuil





## Libérez les machines !

Collectif d'auteurs

Dernières parutions



1 / 3



**Libérez les machines !**  
L'imaginaire technologique à l'épreuve de l'art.  
Ouvrage collectif • 2013

— **Véra Molnar, Journaux intimes, 1976-2003**  
Vincent Baby, Pierre Braun et Boris Volant • 2009

**Parasite(s)**  
Pierre Braun, Denis Briand, Pascale Borrel • 2007

**Vidéoportraits**  
Yves Trémorin et Frank Delaunay • 2007

**Build n° 2**  
Alexis Chazard et Sébastien Vonier • 2005

**Vito Acconci/Acconci Studio.**  
Une architecture en projet  
Pierre Braun • 2005

**La conférence des échelles**  
Hubert Renard • 2003

**Chapitre 7, Le départ**  
Véronique Hubert • 2002

—  
**Les éditions Présent/Composé**  
Présentation



**Édition hypermédia  
de création et de recherche  
avec le Master professionnel  
« Créateur de produits multimédia  
artistiques et culturels » • 2008**  
Sous la direction de **Pierre Braun,**  
**Vincent Baby et Boris Volant.**



Équipe de réalisation du projet :  
Gwenael Bacle, Marc Blanchard, Christophe  
Calado, Agnès Caux, Céline Chapelaine,  
Bérengère Derrien, Emille Duchay, Sven  
Duvai, Anne-Cécile Fauchon, Gwendoline  
Gabarrot, Elodie Migné, Caroline Pons

Équipe pédagogique associée :  
Pierre Braun, Roxane Jubert, Erwan Mahé  
Design Packaging :  
Vincent Baby, Marc Blanchard,  
Pierre Braun, Frank Delaunay

Droits de reproduction des œuvres :  
Vera Molnar  
Droits photographiques  
(journaux intimes) : Vincent Baby  
ISSN : 2-9522355-4-6  
Compatible PC et MAC, Flash &  
[www.veramolnar.com](http://www.veramolnar.com)

Ce nouveau numéro est consacré à la publication des dix premiers « Journaux intimes » de Vera Molnar, artiste pionnière du Computer Art. Au croisement du constructivisme, de l'art conceptuel et de l'art concret, ses œuvres qui sont présentées dans de nombreuses institutions muséales portent sur l'expérimentation quasi systématique d'éléments et de relations plastiques élémentaires. Cette spécificité conduit Vera Molnar à utiliser l'ordinateur dès la fin des années soixante. Les carnets qu'elle utilise encore quotidiennement et qu'elle a généreusement accepté de nous confier pour cette publication représentent un assemblage temporel et iconographique de près de 2000 pages d'annotations et de dessins préparatoires à ses œuvres.

Pliages, découpages, crayonnages, annotations, reprises, biffures, paperoles griffonnées à la main ou tracées par ordinateur sont autant d'éléments d'une géographie imaginaire qui pourra surprendre par sa richesse, sa rigueur et ses traits d'esprit.

30 années d'activité se trouvent désormais accessibles pour éclairer la conception et la genèse d'une œuvre qui anticipe – et prend en même temps position de manière singulière – des nouvelles manipulations d'images et de signes.

16.01.2014 • Camille Bosqué  
**#EpicPhD – Camille Bosqué aux Entretiens  
du Nouveau Monde Industriel**

13.01.2014 • Robin de Mourat  
Témoignage : Contributions du design  
à la production des savoirs scientifiques

11.12.2013 • Arthur Giguley  
Lab016 : Notes de terrain #1

28.11.2013 • Nicolas Thely  
Séminaire de recherche doctorale n°1 :  
"Explorer un champ entre accident et aventure"

30.10.2013 • Nicolas Thely  
Le Lab016 : concevoir des robots opérateurs  
en art

20.10.2013 • Camille Bosqué  
Work in Progress

18.10.2013 • Camille Bosqué  
THATCamp Day 2 : Fusion

–  
Carnet de recherches  
D'autres actualités sur [oin.hypotheses.org](http://oin.hypotheses.org)

LES ÉDITIONS CONTACT





# ARLES 2016

LES RENCONTRES DE LA PHOTOGRAPHIE  
EXPOSITIONS  
4 JUILLET  
— 25 SEPTEMBRE

PROGRAMME 2016

## RACONTEURS D'HISTOIRES

Les photographes vous mènent, vous guident à travers les sujets qui les animent. Ils se documentent, cherchent, mènent l'enquête. Les photographes sont des enquêteurs. Ils connaissent leur sujet sur le bout des doigts. Quand ils se rendent sur le terrain, ils rencontrent, échantillent, explorent. Les photographes sont des explorateurs.

PRÉPARER VOTRE VISITE

[+]

### AGENDA

**MARDI 7 JUILLET**  
→ 10H-12H

**STEPHEN SHORE INLASSABLE DÉFRICHEUR**  
En hommage à Denis Roche, auteur et photographe, disparu en 2015 : deux journées de rencontres, projections.  
[-]

→ 11H30-12H

**DENIS ROCHE ENERGUÈME**  
En hommage à Denis Roche, auteur et photographe, disparu en 2015 : deux journées de rencontres, projections.  
[-]

→ TOUT L'AGENDA

### BLOG

**LANCEMENT DES PRIX DU LIVRE 2016**  
Créés lors de la fondation du festival il y a 47 ans, les prix du Livre récompensent aujourd'hui deux catégories d'ouvrages, accompagnant l'extraordinaire développement de l'édition photographique  
[-]

**COSMOS-ARLES BOOKS**  
Cosmos-Arles Books est un événement consacré aux pratiques innovantes et traditionnelles du livre photographique. Les publications photographiques à grande échelle, les livres à compte d'auteur ou les livres  
[-]

### AUTOUR DUFESTIVAL

**STAGE PHOTO**  
→ SAM. 20 ET DIM. 21 FÉVRIER 2016

**EXPLORER LA LUMIÈRE**  
Ces deux journées se concentreront sur la lumière, élément central à toute photographie. Il s'agira d'explorer les principes techniques qui permettent de la maîtriser.  
[-]

**PHOTO FOLIO REVIEW**  
Ces deux journées se concentreront sur la lumière, élément central à toute photographie. Il s'agira d'explorer les principes techniques qui permettent de la maîtriser.  
[-]

### TOUTES LES INFORMATIONS DONT VOUS AVEZ BESOIN POUR PROFITER PLEINEMENT DES RENCONTRES

Allés aut et optasplet fuga. Ate sus autem atqui ut quilatec ant optas aliquid.

- TARIFS & HORAIRES
- VENIR ET DORMIR À ARLES
- PLAN DES EXPOSITIONS
- VISITES GUIDÉES
- SERVICE GROUPES
- PROFESSIONNELS
- PRESSE

### PROGRAMME DES EXPOSITIONS 2016

CONTACTS      NEWSLETTER      MENTIONS LEGALES      f    t    i    w    w

rencontres-arles.com

ARLES 2016
LES RENCONTRES DE LA PHOTOGRAPHIE
MENU
BILLETTERIE
FR — EN

ARLES 2016 • EXPOSITIONS

**EXPOSITIONS CARTE**  
→ VOIR TOUT LE PROGRAMME

3 / 30  
FILMÉRIE PAR

**PRIX DÉCOUVERTE DAISUKE YOKOTA**  
GRANDE HALLE

**PRIX DÉCOUVERTE BENI BISCHOF**  
GRANDE HALLE

**PRIX DÉCOUVERTE MARIE ANGELETTI**  
GRANDE HALLE

**PRIX DÉCOUVERTE WESTERN CAMARQUAIS**  
ÉGLISE DES FRÈRES PRÉCÉDEURS  
4 juillet — 28 août  
10h - 19h30  
Entrée libre - 10€

Rechercher en déplaçant la carte





**Temps** : n.m.  
 Notion humaine  
 qui rend compte  
 du changement  
 dans le monde.  
 Le questionnement  
 s'est porté  
 sur sa nature  
 intime :  
 propriété  
 fondamentale  
 de l'Univers,  
 qui plus  
 simplement  
 produit  
 de l'observation  
 intellectuelle  
 de la perception  
 humaine.  
 Le langage ne suffit  
 pas à saisir  
 l'essence  
 des choses :  
 elles sont  
 toujours  
 changeantes  
 du temps  
 des hommes  
 de la littérature (ou comment l'histoire  
 de l'art vint au secours de l'histoire  
 littéraire).

**Contemporain**  
 dans le monde.  
 Le questionnement  
 s'est porté  
 sur sa nature  
 intime :  
 propriété  
 fondamentale  
 de l'Univers,  
 qui plus  
 simplement  
 produit  
 de l'observation  
 intellectuelle  
 de la perception  
 humaine.  
 Le langage ne suffit  
 pas à saisir  
 l'essence  
 des choses :  
 elles sont  
 toujours  
 changeantes  
 du temps  
 des hommes  
 de la littérature (ou comment l'histoire  
 de l'art vint au secours de l'histoire  
 littéraire).

**Combien d'artistes morts**  
 en ont  
 volé des idées dans le futur  
 Si un événement est réductible à  
 un fait tangible, au rapport poli-  
 cier de son déroulement - qui n'est rien  
 d'autre qu'un examen de notre pou-  
 voir de perception, outillage en sus - rien  
 ne dit à quel temps son histoire doit  
 être racontée. Et le récit étant la raison  
 dernière du processus de transmission  
 des événements, l'anachronisme de sa  
 logique est sans doute le bras armé de  
 toutes ses subversions.  
 Anachronisme des œuvres d'art et temps  
 de la littérature (ou comment l'histoire  
 de l'art vint au secours de l'histoire  
 littéraire).

...fait plus rire et la violence de ses coups  
 commence à me faire mal. Le foie aussi  
 est devenu fragile et je ne veux pas aller  
 jusqu'au combat de trop. De la phalène  
 exaltée par la promesse d'une nuit perman-  
 ente, je suis devenu la phalène divertie de  
 son axe lunaire par le mirage des ampoules  
 électriques, égarée devant l'éclat d'un mot-  
 tif qui ne la reconnaît pas et la maintient  
 cependant prisonnière dans la spirale  
 d'une trajectoire insane.  
 Je cherche d'autres repères, une  
 autre échelle de perception et  
 de fréquentations, la complexité  
 d'une structure. Il faut que je me  
 manifeste, que je fomenté une  
 révolution dans mes entrailles, engeant  
 afin de soumettre la réticulation  
 de leurs terminaisons nerveuses  
 à un système plus vaste, limnique, où l'on  
 puisse se réjouir également d'observer  
 l'expression de la vertu.  
 J'appelle au-  
 jourd'hui ce  
 système : « Ser-  
 vice Public ».



→ Passages continents

L'activité artistique ne consiste pas à concevoir des objets, à transmettre des expériences ou à communiquer des idées, mais à produire des gestes. Produire des gestes, instrumentés d'objets, d'expériences et/ou d'idées, mais en ciselant d'abord les qualités d'une impulsion, à la manière d'un tennisman qui cisèle la qualité de son service pour transformer les conditions d'existence et de perception de son adversaire. Ce pourquoi la pensée est dansée, nuptiale ou agressive, selon l'élan qui **mercredi** l'a formée.

→ Van Gogh

**Tourment :**  
n.m.  
Un sentiment de souffrance  
de souffrance  
français  
physique  
et/ou  
psychologique.

14 sept. 2011  
"Beau geste"

Huit ans après sa mort, le peintre **Yan' Dargent** défraya la

chronique nationale, lorsque son fils se trouva en charge d'exécuter son testament. Yan' Dargent mourut

à Paris en 1899 après avoir exprimé deux dernières volontés : la première fut d'être enterré dans sa ville natale, Saint-Servais et la seconde, que sa tête fut retirée de son corps (quelques années après son inhumation) afin de rejoindre celle de sa mère, de son grand-père et d'un oncle, toutes trois réunies dans un ossuaire de l'église. Et c'est donc l'exécution de ce second voeu du peintre qui suscita la polémique.

**Change ment :**  
n.m.  
Désigne le passage d'un état à un autre qui peut s'exercer dans des domaines très divers et à des niveaux très divers.

"Nous y assistons à l'opération artistique toute pure, brute, réinventée dans l'entier de toutes ses phases par son auteur,

à partir seulement de ses propres impulsions. De l'art donc où se manifeste la seule fonction de l'invention, et non, celles, constantes dans l'art culturel, du caméléon et du singe."

Jean Dubuffet, *L'art brut préféré aux arts culturels*, 1949

→ Le Petit Parisien,  
13 novembre 1907

Comment appréhendez-vous le livre numérique en tant que lectrice ?  
Lisez-vous sur tablette ?

J'ai mis du temps avant de lire sur tablette, j'avois des réticences. Mais à présent j'achète et lis souvent les romans français contemporains sur iPad. C'est essentiellement une question de place – on est envahies par les livres, j'achète tellement de conneries que je ne trouve personne autour de moi qui les veuille. Pour ce qui est de lire, je ne fais plus la différence. Au moment d'acheter le livre, c'est très différent – les plateformes e-book sont atroces, et je n'éprouve aucun plaisir à traîner sur Amazon, alors que j'aime vraiment les librairies, j'y passe énormément de temps, j'y vois souvent et j'y trouve toujours des livres improbables et géniaux que je ne cherchais pas du tout. C'est un vrai plaisir d'aller en librairie.

Donc ce que je redoute, c'est la fin de la librairie. La fin des disquaires m'a paru sinistre. La fin du livre papier, je ne sais pas. Il y a quand même quelque chose que le livre a, que n'avaient ni le cd ni le dvd : il reste plus protique que son équivalent digital. Davantage que la fin du livre papier.

Comment appréhendez-vous le numérique en tant qu'écrivain ?

Je ne suis pas un auteur qui aime le numérique. Je ne veux pas que mon roman soit lu sur un écran. Si on veut retirer un roman, on l'efface dans toutes les liseuses, etc. Enfin le livre digital ne se prête pas. Ne s'offre pas. C'est ce qu'on a fait avec les livres, beaucoup, et c'est aussi comme ça qu'on lisait.

relations avec les éditeurs, modes de création et droits d'auteur, le numérique change la donne pour les écrivains. Plusieurs auteurs nous expliquent de quelle manière ils appréhendent ces mutations.

Par Elisabeth Philippe

Interview de Virginie Despentes, auteure française.

NUMÉRISÉ LE 23 MARS 2015 À 15H57 ET CÉDÉ

www.lesintracks.com

1 ... 24 27 28 29 30 31 ... 74

Comment appréhendez-vous le livre numérique en tant que lectrice ?  
Lisez-vous sur tablette ?

J'ai mis du temps avant de lire sur tablette, j'avois des réticences. Mais à présent j'achète et lis souvent les romans français contemporains sur iPad. C'est essentiellement une question de place – on est envahies par les livres, j'achète tellement de conneries que je ne trouve personne autour de moi qui les veuille. Pour ce qui est de lire, je ne fais plus la différence. Au moment d'acheter le livre, c'est très différent – les plateformes e-book sont atroces, et je n'éprouve aucun plaisir à traîner sur Amazon, alors que j'aime vraiment les librairies, j'y passe énormément de temps, j'y vois souvent et j'y trouve toujours des livres improbables et géniaux que je ne cherchais pas du tout. C'est un vrai plaisir d'aller en librairie.

Donc ce que je redoute, c'est la fin de la librairie. La fin des disquaires m'a paru sinistre. La fin du livre papier, je ne sais pas. Il y a quand même quelque chose que le livre a, que n'avaient ni le cd ni le dvd : il reste plus protique que son équivalent digital. Davantage que la fin du livre papier.

Comment appréhendez-vous le numérique en tant qu'écrivain ?

Je ne suis pas un auteur qui aime le numérique. Je ne veux pas que mon roman soit lu sur un écran. Si on veut retirer un roman, on l'efface dans toutes les liseuses, etc. Enfin le livre digital ne se prête pas. Ne s'offre pas. C'est ce qu'on a fait avec les livres, beaucoup, et c'est aussi comme ça qu'on lisait.

relations avec les éditeurs, modes de création et droits d'auteur, le numérique change la donne pour les écrivains. Plusieurs auteurs nous expliquent de quelle manière ils appréhendent ces mutations.

Par Elisabeth Philippe

Interview de Virginie Despentes, auteure française.

NUMÉRISÉ LE 23 MARS 2015 À 15H57 ET CÉDÉ

www.lesintracks.com

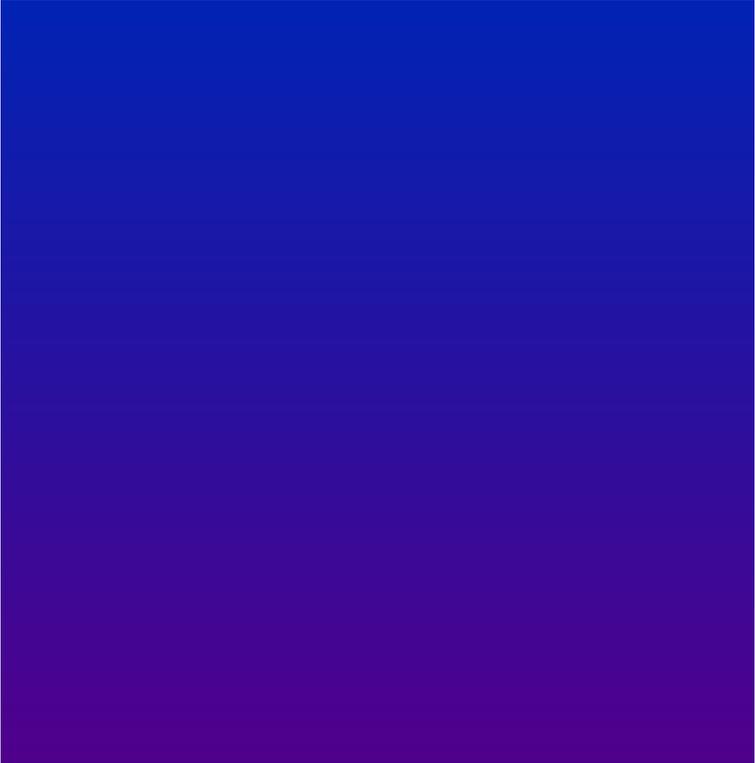
1 ... 24 27 28 29 30 31 ... 74



► Les métamorphoses du livre à l'ère du numérique  
Licence Conception graphique Multimédia, 2014.



**S'ENGAGER** ✌️



**À L'ÈRE  
D'INTERNET**



# Le design graphique au service du militantisme

## **SUR INTERNET, LES CHATONS CÔTOIENT LA LIBERTÉ D'EXPRESSION.**

On ne peut pas dire que nous avons vécu une année des plus insouciantes. Nous ne pouvons nier le contexte actuel, renforçant ce sentiment qu'il est une nécessité de s'engager dans une cause utile et citoyenne. Ma génération et les suivantes ne peuvent rester les bras croisés à attendre que le monde, dans lequel nous n'avons pas encore vécu la moitié des choses qu'il nous reste à vivre, s'écroule, impuissantes. Nature détruite à petit feu, terreur du terrorisme, chômage pour tous, sexisme et racisme au quotidien... Et face à cela, une classe politique qui ne semble plus à même d'apporter des solutions en faveur des citoyens. Tout cela donne le sentiment que tant que le monde restera dirigé par une classe privilégiée, rien ne changera...

Voilà notre refrain quotidien depuis la fameuse crise économique de 2008. Et puis, par la petite fenêtre de mon ordinateur ouverte sur le monde, je découvre des projets, des gens qui tentent de faire changer les choses, à leur échelle, redonnant une once d'espoir. D'hyperliens en hyperliens – magie de la sérendipité propre au web – défilent sous mes yeux d'autres voies envisageables, des solutions souvent engagées, solidaires et collaboratives. Des projets à taille humaine et à l'impact local, dans lesquels le design et le numérique possèdent très souvent une place de choix. Cela n'est pas surprenant : le design, tout comme l'art, nous incite à nous interroger sur le monde qui nous entoure, monde dans lequel le numérique est désormais omniprésent.

Mais voyons tout d'abord comment Internet a donné un second souffle au militantisme. Comme nous le savons déjà, le web 2.0 a facilité l'interaction en ligne, faisant de cet espace virtuel un espace social. Depuis, les internautes participent à l'édition des contenus publiés sur le web, via les commentaires, les blogs et les réseaux sociaux. Il nous est possible de publier aussi bien des vidéos marrantes de chatons que de dénoncer des actions politiques. Enfin, des communautés de personnes aux passions et/ou valeurs communes, se sont développées, depuis les féministes nouvelle génération jusqu'aux plus incongrus Bronies, ces adultes fans de Mon Petit Poney. Internet est en effet « *un moyen d'expression et de revendication*<sup>1</sup> », dixit Titiou Lecoq, qui permet de réunir un nombre conséquent d'individus militant pour des causes communes.

Évidemment, il y a des revers à tout et le web n'y échappe pas. Les trolls\* et leurs déclarations polémiques s'y sont fait un nid, attaquant les internautes aux opinions progressistes. D'autre part,

---

<sup>1</sup> — Titiou Lecoq : « Internet m'a fourni un espace où me retrouver avec d'autres handicapés de la vie », interview par Carole Boinet, [lesinrocks.com](http://lesinrocks.com), 21 juin 2015 (consulté le 28 juillet 2016).

un phénomène particulier s'observe: les algorithmes des sites que nous utilisons fréquemment, tels que Google et Facebook, cernent nos centres d'intérêts et nos préférences politiques, afin de nous proposer des liens sur lesquels nous serons plus susceptibles de cliquer. Un partisan d'extrême gauche se verra probablement proposer des articles fustigeant le gouvernement socialiste actuel, et inversement. Cependant, les algorithmes ne sont pas les seuls fautifs. Les internautes se rendent eux-mêmes sur les sites les confortant dans leurs principes. C'est ce que le sociologue Daniel Bougnoux appelle la «clôture informationnelle<sup>1</sup>». Pour contrer cela, une éducation au web est nécessaire, comme le suggère Titiou Lecoq<sup>2</sup>, et particulièrement chez les adolescents, plus sensibles aux rumeurs complotistes et au harcèlement en ligne. Internet reste toutefois un formidable outil pour s'instruire et élargir sa culture, tant que cela est effectué en toute connaissance de cause.

## «L'IMAGE EST UN TERRAIN DE LUTTE PERMANENT<sup>3</sup>»

Le design graphique n'est pas en reste en ce qui concerne l'engagement – au sens de prendre publiquement position<sup>4</sup>. Le «graphisme d'utilité publique», selon l'expression popularisée par le collectif Grapus, a fait de l'affiche son support privilégié. L'histoire de l'affiche est d'abord celle d'un type d'écrit dont la finalité est d'être public. Reproductible et placardée, elle envahit la ville et peut alors revêtir une forme de résistance et de militantisme. Avant l'essor du web social, l'«affiche action» était le média favori pour débattre, proposer ou s'opposer. Car là où les mots sont exposés à la vue du public, il peut y avoir combat politique ou idéologique – je pense notamment aux pancartes brandies lors des manifestations et aux graffitis qui fleurissent sur les murs.

La France fut d'ailleurs une terre propice à l'épanouissement du graphisme social et politisé. Bien après les caricatures de la Révolution Française, il y eut les slogans des soixante-huitards, imprimés à la va-vite en sérigraphie avant d'envahir les manifestations. Certains de leurs créateurs fondèrent le collectif Grapus, à l'origine d'images drôles et provocantes, dans lesquelles ils osèrent par exemple affubler Mickey Mouse d'une moustache hitlérienne. Et puis, il y eut aussi Alain Le Querrec, le breton à l'humour décapant qui habilla Jacques Chirac d'un bonnet d'âne tricolore à la suite de la dissolution de l'assemblée. Le collectif Formes Vives en sont les dignes héritiers, réalisant des pancartes colorées pour les manifestants et les maquettes de journaux énervés. Tous ont créé des affiches destinées à sensibiliser le public autour de sujets difficiles à l'aide d'un style identifiable, à la fois brut et plastique, faits d'illustrations, de collages et d'inscriptions



<sup>1</sup> — #SaveMarinaJoyce: récit de deux jours de traque, Émilie Brouze et Claire Richard, [rue89.nouvelobs.com](http://rue89.nouvelobs.com), 27 juillet 2016 (consulté le 27 juillet 2016).

<sup>2</sup> — Titiou Lecoq, *ibid.*

<sup>3</sup> — Pierre Bernard, *conscience sociale du graphisme, disparaît à l'âge de 73 ans*, Xavier de Jarcy, [telerama.fr](http://telerama.fr), 24 novembre 2015 (consulté le 19 août 2016).

<sup>4</sup> — Définition issue de [jinternaute.com](http://jinternaute.com) (consulté le 19 août 2016).

à main levée. Cet héritage pourrait expliquer l'entrain d'une importante part des graphistes français à se positionner en faveur des projets pour le milieu culturel, au mépris de la publicité.

Le festival de cinéma militant basé à Douarnenez, dédié aux peuples internationaux opprimés, a d'ailleurs fait appel à mes services pour la réalisation d'un carnet d'activités à destination du jeune public. Les peuples invités à chaque édition sont souvent au cœur d'une actualité brûlante et sujets à un tas de préjugés parfois racistes, comme les peuples Roms et Tsiganes invités en 2013. L'objectif du festival est ainsi de faire découvrir la culture et les combats de ces peuples par le biais du cinéma. Je souhaitais faire ressentir cet élan à la fois optimiste et engagé, tout en appelant l'imagerie propre à chaque culture invitée. J'ai ainsi choisi de réaliser les illustrations avec un outil peu précis, le pastel gras, pour retrouver cette patte expressive connotée « graphisme engagé », en écho à leurs combats. Éduquer à l'ouverture et à la tolérance envers d'autres peuples est une mission qui me semble noble, c'est pourquoi le projet m'a particulièrement touchée. Il poursuit également un but pédagogique, dans lequel le design a une certaine responsabilité.

Le Carnet du jeune festivalier, Festival de Douarnenez  
 ➔ p. 88-91

## UN DESIGN ÉTHIQUE EST POSSIBLE

Lorsque ce militantisme par l'image et le message s'allie aux possibilités du numérique, cela en devient d'autant plus intéressant. Plusieurs designers contemporains engagés pour des causes diverses ont su saisir les potentialités proposées par le web, à savoir la visibilité et la viralité, cette capacité de « diffusion par répétition du partage » comme le définit André Gunthert<sup>5</sup>. Anaïs Bourdet, graphiste *freelance*, s'est inscrite dans ce créneau via son blog [payetashcneck.tumblr.com](http://payetashcneck.tumblr.com) qui recueille les phrases graveleuses que les femmes ont la joie de se faire adresser dans la rue. Celles-ci sont mises en scène graphiquement de manière sobre mais percutante. Les ressorts de la communication visuelle alliés à la capacité de diffusion exponentielle du web servent ici à sensibiliser les internautes à certains enjeux féministes. La graphiste rend ainsi ses affiches accessibles librement sur le web, incitant la communauté militante qui l'entoure à partager ces images pour faire entendre leur voix au plus grand nombre, et peut-être faire changer les mentalités.

D'autres s'insèrent davantage dans cette logique *open source*<sup>\*</sup>, avec le souhait de sortir des chemins standardisés tracés par la filiale Adobe. Nous avons déjà évoqué cette harmonisation visuelle dû à la main mise d'Adobe dans le secteur des logiciels de création graphique. Loretta Staples, UX designer, nous met en garde sur la facilité d'utilisation de ces logiciels, qui « [prennent] le pas sur notre autorité d'auteur<sup>6</sup> ». Détachée de toute logique commerciale, le logiciel Processing se positionne a contrario. Il se veut espace



<sup>5</sup> — Conférence *L'appropriation, condition des circulations culturelles*, André Gunthert, Dominique Sagot-Duvaurox, séminaire du CRAL, avril 2014.

<sup>6</sup> — *What happens when the edge dissolve ?*, Eye Magazine n°18, automne 1995. Cité depuis l'article *Code = design*, *ibid.*



d'expérimentation visuelle dans lequel le design est dicté par le code, et a l'avantage d'être facile à apprivoiser. Un processus de création autre qui fait naître des images différentes. Les membres du collectif de designers Open Source Publishing se place dans cette lignée. Ils produisent leurs commandes d'affiches, de sites web et de livres, uniquement à partir de logiciels libres. La logique inhérente au mouvement *open source* tient dans l'absence de droits d'auteurs restrictifs permettant à tous d'utiliser ces logiciels gratuitement, et va jusqu'à permettre la modification du code source à sa convenance. Cela ne se cantonne pas qu'aux logiciels. La typographie (les polices expérimentales *open source* distribuées par Velvetyne Foundry), et le design d'objets (les plans des modules basés sur une grille de construction modulaire mis en ligne par Open Structures) ont aussi le droit à leur liberté. On assiste une fois de plus à la naissance d'une esthétique nouvelle, particulière, toujours rugueuse mais où la plasticité de la peinture et des encres ont laissé place à l'expressivité des pixels.

Au delà de toute configuration technique et stylistique, le design peut être pensé de manière plus éthique dans l'élaboration de l'expérience utilisateur. Tristan Harris, ancien « philosophe produit » chez Google, donne les secrets de fabrication des applications conçues de sorte que les utilisateurs y restent le plus longtemps possible<sup>1</sup>. Orienter nos choix de navigation en mettant en avant des entrées précises, susciter en nous la peur de rater quelque chose (le fameux *FOMO*), ou encore réveiller notre besoin d'approbation par le *like*, sont certains des ressorts utilisés pour développer ce qu'il appelle « *l'économie de l'attention* ». La déconnexion est une idée qui fait son bonhomme de chemin, signe d'un épuisement progressif des internautes, parfois conscient du rapport addictif qu'ils entretiennent avec leurs applications. Viser une éthique du design reviendrait ainsi à mettre en place des expériences utilisateurs garantissant la liberté de choix des usagers<sup>2</sup>. Aujourd'hui, le travail des designers se déplace donc vers une cause plus large, tournée vers « *les problèmes sociaux du design d'interaction, de service et d'expérience (...) découlant de questions sociales et politiques complexes*<sup>3</sup> », selon Donald Norman, professeur en sciences cognitives. En tant que designers, nous pouvons nous saisir de ces différentes solutions pour garantir une certaine éthique dans notre pratique.

<sup>1</sup> — *Dix façons dont la technologie nous manipule*, Tristan Harris, [medium.com](https://medium.com), traduit par [rue89.nouvelobs.com](https://rue89.nouvelobs.com), 16 juin 2016 (consulté le 20 juillet 2016).

<sup>2</sup> — Tristan Harris : « Des millions d'heures sont justes volées à la vie des gens », Alice Maruani, [rue89.nouvelobs.com](https://rue89.nouvelobs.com), 4 juin 2016 (consulté le 20 juillet 2016).

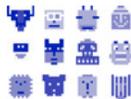
<sup>3</sup> — *Why design education must change*, Donald Norman, [core77.com](https://core77.com), 2010. Cité depuis l'article *Être directeur artistique dans un journal*, *ibid.*

# Inciter les usagers à s'emparer de la création numérique

## «L'USAGER, CET AUTRE CONCEPTEUR<sup>4</sup>»

Depuis le début de notre réflexion, les usagers sont mentionnés de manière récurrente. Il y a de fortes probabilités que ceux que nous souhaitons interpeller avec nos productions soient ces mêmes utilisateurs et internautes qui créent, inconsciemment, par leur utilisation personnelle d'objets et de réseaux, ces nouveaux usages non anticipés. Nous l'avons vu, le concepteur ne peut avoir une maîtrise totale sur sa création. Pour expliciter ce constat, Ingi Brown prend l'exemple du couteau-suisse, objet multifonction par excellence, et son contraire, l'iPad, sans fonction prédominante<sup>5</sup>. Le premier s'est vu augmenté d'un briquet ou d'une clé USB, adapté à l'évolution des objets perçus comme indispensables. Le second est configuré par son propriétaire, qui l'adapte cette fois-ci lui-même en fonction de ses usages. Cette solution séduit les consommateurs pour son potentiel de personnalisation. Tesla, le concepteur automobile d'un nouveau genre, l'a également bien saisi.

Avec ce précepte à l'esprit, certains designers conçoivent des dispositifs incluant directement les internautes au cœur de la création, dans un processus de communication participative. Un parti pris tenté par le Jardin Graphique pour la communication du Stunfest, festival des cultures vidéoludiques rennais. À partir d'une identité visuelle inspirée du *pixel art*<sup>6</sup>, les graphistes ont développé un dispositif permettant aux internautes de créer leur propre logo, par la suite utilisés sur les différents supports de communication. Un procédé laissant la part belle à l'imprévu cher à Mathieu Dessailly, membre du collectif, qui s'est souvent amusé à déléguer la création de ses visuels à des enfants ou des personnes lambda par le biais d'ateliers. Comme l'explique Sophie Barel<sup>6</sup>, à la fois graphiste et étudiante en thèse de sociologie, en laissant le « spectateur » être actif lors de la réalisation du projet, on retrouve l'intention de partage du pouvoir horizontal souhaitée par l'idéologie Internet. À cela s'ajoute le symptôme de l'évolution de la culture visuelle, à savoir la reprise en main de la culture par les individus, via ces pratiques de partage et de détournement des images vus précédemment. C'est l'avènement de l'amateur pressenti par le professeur en sociologie Patrice Flichy<sup>7</sup>. Pour Sophie Barel, en donnant la possibilité au public de participer, de jouer avec et de la partager, la communication participative est à l'image de ces nouvelles pratiques culturelles connectées.



<sup>4</sup> \_\_\_\_ Titre d'un article d'Ingi Brown, [strabic.fr](http://strabic.fr), 20 juillet 2011 (consulté le 20 août 2016).

<sup>5</sup> \_\_\_\_ *L'usager, cet autre concepteur*, *ibid.*

<sup>6</sup> \_\_\_\_ *Communication participative, évolutions des pratiques numériques... Et la com' du Stunfest 2016*, Sophie Barel, [medium.com](http://medium.com), 21 mars 2016 (consulté le 20 août 2016).

<sup>7</sup> \_\_\_\_ *Le sacre de l'amateur*, Patrice Flichy, Seuil, 2010.

L'expérience plaît et s'est introduit jusque dans les musées et les bibliothèques, par des événements tels que Museomix et Biblioremix, invitant des équipes aux compétences complémentaires à imaginer des dispositifs réinventant ces espaces culturels. En donnant la parole aux citoyens, en leur laissant prendre part aux phases de conception tout en les encadrant, on les incite à déplacer leur statut de consommateur vers celui d'acteur, dans une optique peut-être utopique, tout du moins démocratique.

## DES MAKERS DANS DES FABLABS DESSINENT LE FUTUR.

Cette conscience s'élève progressivement dans les esprits des consommateurs, fatigués d'être constamment sollicités par les sirènes du marketing malgré le désaccord de leur porte-monnaie, mais aussi éveillés aux problématiques écologiques peu respectées par les industries de la grande consommation. La tendance au Do It Yourself\* (DIY) le démontre, à en croire les succès des blogs dédiés. Par exemple, celui de jeunes architectes officiant sous le nom Heju, qui créent des objets inspirés du mouvement Memphis à faible coût, ou la plateforme [wikifab.org](http://wikifab.org) et ses tutoriels pas à pas pour créer son frigo *low-tech* ou son composteur. Certains passent à l'étape suivante en développant leur propre entreprise autour de projets collaboratifs, participatifs ou encore écologiques. Basée sur l'autoproduction et la lutte contre l'obsolescence programmée, la troisième révolution industrielle, popularisée par l'économiste Jérémy Rifkin<sup>1</sup>, est bien en marche.

C'est là qu'entrent en scène les *fablabs*, ces laboratoires de fabrication, dans lesquels on trouve aussi bien des imprimantes 3D que des découpeuses lasers ou des cartes Arduino\*, pilotées par des logiciels libres. Des lieux propices à la création numérique, où le partage de connaissances prime, dans une logique ici aussi *open source*. Des endroits qui s'avèrent être vecteurs d'enjeux sociaux, éthiques, économiques, mais aussi prospectifs, qui expérimentent et (re)définissent une nouvelle voie pour la société de demain. Où se côtoient designers, entrepreneurs, artisans, étudiants, curieux et novices.

« Le pire mot que je connaisse en français, c'est 'bof'. 'Tout ceci est horrible, mais bof... Allons prendre un café.' Travailler dans les fablabs, c'est tout l'opposé de 'bof'.<sup>2</sup> » Neil Gershenfeld, professeur au MIT (Massachusetts Institute of Technology) et père des Fablabs.

Ce qui se joue ici finalement, c'est de la « bidouille ». Les projets oscillent du meuble DIY à l'invention numérique des plus sophistiquées, tel que le projet Bionicohand et son kit *open source* de fabrication de prothèses humaines. *Le kit à gifs pour poubelle*, présenté plus tôt, est un aussi objet connecté qui se développera dans une *fablab*.

<sup>1</sup> — La troisième révolution industrielle, Jérémy Rifkin, Les liens qui Libèrent, 2012.

<sup>2</sup> — *Fablabs* : « Le pire mot que je connaisse en français, c'est 'bof' », Gael Cerez, [rue89.nouvelobs.com](http://rue89.nouvelobs.com), 19 avril 2015 (consulté le 4 août 2016).



Techniquement, il fonctionne à l'aide d'un panneau solaire pour alimenter l'ensemble, un capteur de mouvement et une carte Arduino programmée pour déclencher le projecteur à chaque déchet jeté, le tout lié par des éléments électromécaniques. Comme quoi, il suffit de quelques matériaux et d'un peu d'huile de coude pour ré-enchanter le quotidien.

Autour de ces lieux s'est notamment construit un mouvement, mené par les plus engagés de ces bricoleurs 2.0 : les *makers*. Dans la lignée des *hackers* – ces *geeks* qui démontent les machines informatiques afin de comprendre leur fonctionnement dans l'optique d'améliorer leur propre expérience utilisateur – les *makers* se tournent vers la création numérique et l'utilisation innovante des nouvelles technologies. Pour faire court, ils « *changent les pixels en réel* », rime que l'on peut entendre dans la websérie *Fais-le toi-même*<sup>3</sup> réalisée par Adrien Pavillard et Camille Bosqué. Pour se faire, les *makers* expérimentent, détournent et bricolent afin d'apprendre à fabriquer par eux-mêmes des objets. Par ce biais, ils court-circuitent l'économie traditionnelle et participent à sa transformation.

En passant de simple consommateur à producteur, la logique en œuvre est ainsi celle de la (ré)appropriation des objets, de son environnement et de son quotidien. C'est l'argument développé par le journaliste Ariel Kyrou, spécialisé dans les nouvelles technologies, qui explique que cette appropriation est nécessaire afin de permettre aux citoyens d'échapper au contrôle, sans quoi la société ne peut être vécue comme démocratique. En effet, pour l'individu lambda, la technologie peut sembler d'une opacité totale, et ainsi avoir une certaine aura magique, provoquant fascination et incompréhension. C'est précisément la volonté de la plupart des grandes entreprises de la Silicon Valley à l'origine des dernières inventions technologiques importantes. Apple en est la preuve concrète, Steve Jobs ayant sciemment bloqué ses différents appareils dans un système fermé, que l'on peut difficilement réparer soi-même. Cela permet à ces entreprises de garder l'ascendant sur les consommateurs.

**« Il n'y a pas de technologie qui vaille sans un travail de mise à distance, une thérapie, sans quoi, sans cette philosophie, sans cette littérature, sans imaginaire, on crève. »<sup>4</sup>** Ariel Kyrou

Au contraire, les *makers*, ces « *technocritiques qui s'ignorent* » dixit Ariel Kyrou, donnent généralement à voir la construction de l'objet en laissant à nu ces mécanismes. À regarder de plus près leurs productions bricolées – ces robots construits autour d'une carte Arduino, dont les pièces de métal sont liées à l'aide des fils conducteurs colorés, ces mobiliers de contreplaqué aux contours légèrement bruni par la découpe laser, ou ces petites pièces de plastiques

<sup>3</sup> — Épisode « Découvrir », *Fais-le toi-même*, Adrien Pavillard et Camille Bosqué pour [arte.fr](http://arte.fr), 2016.

<sup>4</sup> — Entretien avec Ariel Kyrou : « Les makers sont des technocritiques qui s'ignorent », Alexandre Lenot, [medium.com](http://medium.com), 1 juillet 2016 (consulté le 4 août 2016).



imprimées en 3D à l'aspect strié –, serait-ce une « non-esthétique » qui prendrait forme ? La plupart de ces productions sont en effet des expérimentations restants au stade de prototype, où l'esthétique et l'utilité ne priment pas nécessairement. Si l'on se permet de faire des ponts avec l'histoire du Design, l'apparence des objets créés par les *makers* sont à l'opposé de ceux produits durant le courant Streamline des années 1925 à 1960, qui cachaient leur mécanique sous des formes aérodynamiques et indémontables.

D'autant plus que ces productions s'inscrivent souvent dans une logique d'*up-cycling*, qui consiste à réaliser un objet qualitatif à partir de matériaux récupérés. Certains *fablabs*, dont l'Écodesign FabLab de Montreuil, se positionne plus frontalement encore au sein de ce que l'on nomme l'économie solidaire. Cette manière de produire des biens se concentre dès leur création sur leur futur recyclage ou leur amélioration. L'ingénieux projet *Open Structures* cité plus tôt rentre dans une configuration similaire, avec ses pièces basées sur une grille de construction modulaire permettant leur réparation ou leur réutilisation pour construire un nouvel objet. Toutes ces actions tentent de contrer à leur échelle la fatigues obsolescence programmée des objets industriels. Toutefois, les utilisateurs des *fablabs* ne viennent pas tous chercher une alternative aux modes de consommations habituels. Les projets à finalité artistiques, poétiques ou critiques y ont évidemment leur place.

## APPREND LE CODE AVEC DORRA !

Néanmoins tout cela n'est possible qu'à la condition de mettre la main à la pâte, de faire preuve de curiosité et de s'investir, notamment lorsqu'il s'agit d'apprendre les rudiments de la programmation. Un animateur du LabFab de l'école des Beaux Arts de Rennes m'expliquait ainsi leur mode de fonctionnement : le porteur de projet novice, venu pour profiter de l'assistance opérationnelle de ces structures, doit avoir une démarche active, inventer des solutions avec l'aide matérielle et opérationnelle des médiateurs.

L'apprentissage des bases de la programmation est en cela nécessaire. Le gouvernement français a d'ailleurs pour projet d'intégrer l'apprentissage du code au programme scolaire dès la primaire, afin d'apporter aux jeunes citoyens la compréhension et une distance critique envers le monde numérique dans lequel ils évoluent<sup>1</sup>. Une mission qu'a choisi de relever Julien Dorra avec son projet *Code Creature*. Mais contrairement à la pédagogie actuelle menée par l'éducation française, il incite à « *faire avant d'apprendre*<sup>2</sup> », et à se servir de ses erreurs de manière créative, ce qui favorise l'expérimentation. Avec une syntaxe simplifiée et imagée, l'artiste permet aux enfants (et à leurs parents) de se familiariser avec la logique inhérente à la programmation, par la création



<sup>1</sup> \_\_\_\_ Déclaré par Fleur Pellerin, ancienne ministre de l'Économie numérique, *Le Monde*, novembre 2013.

<sup>2</sup> \_\_\_\_ Épisode « Découvrir », *Fais-le toi-même*, *ibid.*

de monstres à 10 bras ou 3 yeux, selon les données rentrées dans le programme. En dehors de la narration déterminée, le procédé est finalement assez similaire au fonctionnement de Processing.

Pour aller plus loin, c'est à nouveau à Internet que l'on peut faire appel. Comme le met en avant Kévin Donnot<sup>3</sup>, les développeurs et designers ont su tirer profit de la dimension sociale du web en y développant diverses initiatives – telles que Processing et Arduino dont nous avons déjà parlé, ainsi que Github, sorte de réseau social des développeurs – forgées autour de communautés. On trouve en accès libre des centaines de tutoriels permettant aux internautes d'apprendre ces technologies à leur rythme, de manière autonome, avec le soutien de ces communautés toujours promptes à résoudre les blocages techniques via les forums de discussion. Respectueux de cette idéologie *open source* née avec l'utopie Internet, les développeurs, les *makers* et autres bidouilleurs ont en effet le sens du partage et de la transmission des connaissances. Ces généreuses actions permettent tout d'abord un gain de temps pour les intéressés qui vont pouvoir se réapproprier les outils ou programmes développés, pour en faire autre chose en leur donnant une fonction dérivée auquel leur créateur n'aurait pas pensé. Le *beatboxer* Ezra le résume ainsi : « *on s'approprie [la connaissance disponible], on transforme et on transmet*<sup>4</sup> », tel est le crédo des *makers*.

Au delà des aspects créatifs et utilitaires, savoir manier le code pourrait ouvrir bien des portes. Pas seulement d'un point de vue stratégique et financier – les développeurs étant des travailleurs prisés de nos jours –, mais pour mener une forme de résistance au système, d'après l'artiste et *maker* Benjamin Gaulon<sup>5</sup>. Une volonté compréhensible au vue des restrictions limitatives imposées par les géants du web que nous avons déjà pu mentionner. C'est pourquoi il me semble essentiel que les citoyens, tout autant que les designers, s'en emparent afin de se réapproprier la société, à notre échelle.

## MÉDIATEUR DU NUMÉRIQUE, UN NOUVEAU POUR LE DESIGNER

Des projets aussi ludiques que *Code Creature* sont bienvenus, la programmation étant un domaine qui en refroidi plus d'un, persuadés de ne pas être capable de comprendre les logiques particulières des différents langages existants. Le rôle du designer graphique, maîtrisant à la fois le code et la production de messages par l'image, se déplacerait aujourd'hui vers le terrain de l'accompagnement et de la pédagogie. À mon sens, nous devons suivre cette voie et se faire médiateur du numérique. La médiation se trouve dans les situations d'échange entre le public et les milieux culturels. Dans le cadre plus spécifique de la création numérique, le rôle du médiateur est d'accompagner un public néophyte vers une certaine autonomie dans son usage créatif

<sup>3</sup> — Code = design, *ibid.*

<sup>4</sup> — Épisode « Partager », *Fais-le toi-même, ibid.*

<sup>5</sup> — Épisode « Résister », *Fais-le toi-même, ibid.*

personnel des technologies et des médias numériques. Durant ces temps de médiation, le public est amené à développer un lien plus intime et décomplexé avec les outils numériques. En somme, il s'agit pour les citoyens d'« *apprendre à apprendre* ».

Cette mission se divise selon plusieurs intentions. D'une part, le créatif se charge d'accompagner et de conseiller ses clients, afin de favoriser la réalisation de projets singuliers, possiblement innovants et adaptés au public visé, comme nous l'avons pointé auparavant. Les conseiller à la fois sur les possibilités techniques possibles est tout autant important que d'argumenter ses choix graphiques. Certains clients effectivement très éloignés du milieu culturel ou du *marketing* n'ont pas nécessairement connaissance des enjeux sous-jacents – j'en ai fait l'expérience en réalisant l'identité visuelle d'une chocolaterie –, d'autres se basant sur des statistiques providentielles qui entravent à mon sens la créativité. Contrairement à la Suisse ou les Pays-Bas, la population française est peu sensibilisée à cette culture de l'image, la profession s'en retrouvant parfois lésée. Et c'est comme cela que les panneaux de signalisation de la ville de Clermont-Ferrand se retrouvent écrit en Comic Sans MS...

Pour en revenir à nos citoyens, l'objectif les concernant vise également à les accompagner, cette fois-ci dans leur relation avec le monde numérique. Nous l'avons vu, afin de développer une distance critique avec les différents outils et plateformes ancrés dans notre quotidien ainsi que dans la ville, une compréhension des mécanismes à l'œuvre est essentielle. Pour approcher cette pratique de la médiation, nous avons réalisé un webdocumentaire nommé « *Apprenons à apprendre* ». Nous sommes allés à la découverte des plusieurs structures institutionnelles rennaises qui souhaitent impliquer davantage les citoyens au sein de la *Smart City*. Les associations Mille au Carré et Electroni-K, le LabFab de la maison des Associations et le festival Bouillants ont ainsi mis en place des politiques d'actions culturelles axées sur l'accompagnement à la création et la réflexion autour du numérique. Ces actions ont pris la forme d'ateliers autour de la technologie Arduino préparés pour d'apprentis fleuristes, d'initiation à la lecture sur tablettes tactiles pour les enfants, d'événements destinés à réinventer la maison de demain ou encore d'expositions questionnant le genre à l'ère du numérique. L'expérience nous a à la fois permis de découvrir différents types d'actions que nous pourrions nous-mêmes mettre en place, mais aussi de communiquer sur l'importance de la médiation dans un cadre numérique par le biais de vidéos postées sur un site web, un autre moyen de médiation à large portée.

# Quel positionnement professionnel pour le graphiste engagé ?

## L'ENTRÉE DANS LA VIE ACTIVE, ENTRE PRÉCARITÉ ET DÉBROUILLE

Une fois les différentes manières éthiques de mener des projets correspondants à ses valeurs découvertes, il convient de se demander quel serait le statut de travailleur le plus adapté à ce positionnement. Avant cela, un petit rappel de l'état du monde du travail qui s'offre à ma génération : l'alternance entre stages peu ou non rémunérés, CDD, salariat déguisé, chômage et intérim dans l'attente de décrocher le fameux graal, le CDI. Abonnés à la précarité et l'insécurité, l'avenir qui nous attend n'est pas des plus radieux. Cependant, la jeunesse actuelle a su s'adapter pour contrer cet adage, comme le prouve les journalistes Myriam Levain et Julia Tissier dans leur enquête sur la génération Y<sup>1</sup>. Cette capacité est en partie issue de nos habitudes d'usages des nouvelles technologies qui évoluent sans cesse, nécessitant une adaptation constante. Il s'avère que cela nous a donné la bougeotte, zappant d'un job à l'autre, incapable de nous projeter sur le long terme, nous forçant à être polyvalents. Et c'est d'ailleurs parfois un choix totalement assumé, chez ceux que l'on qualifie de *slashers*, ces musiciens/développeurs/organiseurs d'événements qui accumulent plusieurs boulots pour satisfaire plusieurs centres d'intérêts. Ce mode de fonctionnement demande une certaine implication et beaucoup de labeur, mais il permet aussi de joindre les deux bouts en multipliant les rentrées d'argents. Finalement, cette destinée précaire nous force à réinventer nous-mêmes le monde du travail de demain. Je suivrai ainsi le conseil donné par Anthony Folliard lors de mon stage à l'Atelier du Bourg : quitte à se tuer à la tâche pour peu d'argent, autant tenter de vivre de sa passion et que cela soit épanouissant.

Le statut de *freelance* me paraît le plus en accord avec cette vision des choses. Détaché des obligations salariales, il offre une certaine liberté permettant de concilier différents projets professionnels. Contrairement à un emploi dans une entreprise ou une *start-up* où le graphiste n'a plus qu'à décliner à l'infini l'identité visuelle une fois celle-ci créée, avoir des commanditaires d'horizons variés permet de satisfaire sa curiosité. Pour répondre au mieux à leur demande, il faut en effet s'intéresser de près à leurs domaines d'activités ou à la thématique sur laquelle ils souhaitent communiquer. C'est un choix notamment conforté par les différents stages que j'ai pu effectuer durant mes études, parmi le collectif de graphistes indépendants l'Atelier du Bourg, et ABM Studio également composé de *freelances* aujourd'hui réunis derrière un statut de SAS. Ce statut leur a permis de prendre du temps pour mettre en place

<sup>1</sup> — La génération Y par elle-même, Myriam Levain, Julia Tissier, François Bourin Éditeur, 2012.

des projets probablement chronophages, mais indubitablement enrichissants et porteurs de visibilité: le Marché Noir, salon de la microédition indépendante pour les premiers, Art Book Magazine, librairie numérique dédiée à l'art et à la création contemporaine pour les seconds. Nombreux sont également ceux qui donnent quelques heures de leur temps pour former des étudiants, un travail qui incite notamment à se tenir à jour des avancées technologiques, et qui garde l'inspiration en éveil.

Le statut de salarié possède évidemment ses avantages – sécurité de l'emploi, démarchage de clients à la charge du patron, de véritables cotisations sociales, etc. –, d'autant plus lorsque l'on a la chance de travailler dans une petite équipe dynamique où la hiérarchie n'est pas pesante. L'esprit d'équipe qui règne par exemple chez Pollen Studio le prouve. Formée aux bases de l'entrepreneuriat, je n'exclue pas non plus de créer ma propre entreprise un jour, au gré des rencontres et de la maturation d'un projet suffisamment intéressant. Le tout est de rester ouvert face aux opportunités.

## **DEVENIR FREELANCE N'EST PAS DE TOUT REPOS...**

Évidemment, la réalité du marché ternie quelque peu cette image d'Épinal du graphiste indépendant qui organise ses journées à sa guise et multiplie les projets intéressants. Être designer graphique indépendant, ce n'est pas seulement créer et mettre en forme des idées. C'est aussi choyer ses clients, entretenir son carnet d'adresse, se rendre dans les événements culturels avec l'optique d'agrandir son réseau, démarcher de nouveaux clients, répondre à des appels d'offres le plus souvent non payés, obtempérer avec les refus des commanditaires, faire sa comptabilité, préparer ses factures, négocier ses prix, attendre des mois que le chèque tombe, se débattre avec la Maison des Artistes... Un métier multiple qui exige de maîtriser ces différents aspects, l'aisance sociale et l'esprit logique n'étant malheureusement pas donné à tout le monde...

D'autant plus que la concurrence est rude. Du point de vue de nombreux graphistes, les projets commandités par les structures culturelles sont enviés, avec l'idée qu'il s'agit de clients les plus ouverts et susceptibles d'accepter des propositions graphiques audacieuses. Le statut du graphiste-auteur est prisé. Hors, la fragilité économique est généralement de mise dans ce secteur qui (sur)vit à l'aide des subventions chaque année abaissées. Ce qui explique pourquoi ce type de projets revient le plus souvent à des graphistes indépendants, le budget alloué ne permettant pas de rémunérer plusieurs salariés. C'est d'ailleurs pour cela qu'ABM Studio eu besoin d'un stagiaire pour soutenir l'équipe dans la réalisation de l'ensemble des documents de communication pour les Rencontres de la photographie d'Arles 2016, de la signalétique aux dépliants en passant par les produits dérivés. Le résumé de cette expérience: le graphisme, c'est 10% de création et 90% d'exécution, que l'on soit directeur artistique ou seulement

graphiste, d'après les mots de David Longuein qui me supervisait sur ce projet. Une sentence qui fait écho à celle de Norman Potter, designer : « *le design, c'est 10% d'inspiration et 90% de transpiration*<sup>1</sup> ». Il est également difficile de garder le cap de sa création face à des chargés de production devant composer avec des décisions inhérentes à la présidence de leur structure, ou frileux devant des choix graphiques trop rigides à leur goût. Il faut ainsi savoir expliquer et convaincre de l'intérêt de ces choix, et parfois céder sur quelques points.

Cette réalité pas toujours facile peut l'être d'autant moins lorsque l'on travaille seul chez soi. Il ne vaut mieux pas être un procrastinateur en chef. Le collectif est une forme qui paraît alors séduisante, surtout lorsqu'elle intègre des personnes aux compétences complémentaires avec qui l'on peut travailler en collaboration. Voir son travail critiqué est notamment utile pour l'améliorer, le recul étant souvent difficile à prendre face à son propre travail. Les espaces de coworking ont d'ailleurs vu le jour en réponse à ce problème.

Enfin, il ne faut pas négliger la concurrence autodidacte et amateur, formée techniquement via les dits tutoriels, acceptant des projets gratuitement, et aussi ces plateformes de création participative qui mettent en concurrence des graphistes sur le web, favorisant en réalité le travail non rémunéré<sup>2</sup>. Sans compter toutes ces associations et PME qui postent leur petite annonce sur les réseaux à la recherche de « graphistes gratuits »<sup>3</sup>, et attirent les graphistes en leur faisant miroiter l'expérience professionnelle, mettant à mal une profession déjà fragilisée.

## SQUATTER LES VERNISSAGES ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'entrée dans le monde du travail semble donc être un chemin de croix pour celui qui s'y aventure. Débuter par le statut de *freelance* est peut-être osé, mais il ne faut pas oublier que les CDD et CDI ne courent pas les rues... Il me paraît toutefois important de ne pas choisir ce statut par défaut, car il demande un investissement en temps et en énergie conséquent. Le premier obstacle à franchir est celui de la recherche de clients. En cela, se forger un réseau est primordial. Il s'agit d'ailleurs de la réponse majoritairement obtenue à la question « Comment avez-vous découvert les graphistes et agences avec qui vous collaborez ? » que nous avons posée à de potentiels clients lors de la réalisation du *business plan* de notre agence fictive. La qualité du travail, l'aspect relationnel et la personnalité du designer sont également des aptitudes qu'il faut développer, sans évidemment oublier l'importance de la tarification des honoraires dans le choix du prestataire. Ce dernier point est probablement un des seuls avantages du débutant, qui ne peut facturer à la hauteur d'un graphiste confirmé. Il s'avère que

1 \_\_\_\_ *Qu'est-ce qu'un designer ?*, Norman Potter, B42, première publication en 1969.

Cité depuis l'article *Être directeur artistique dans un journal*, *ibid.*

2 \_\_\_\_ *Les graphistes toujours en colère contre le travail gratuit*, Xavier de Jarcy, [telerama.fr](http://telerama.fr), 10 novembre 2015 (consulté le 29 mai 2016).

3 \_\_\_\_ Annonces répertoriées sur le blog [gratuiste.tumblr.com](http://gratuiste.tumblr.com).

les clients potentiels se montrent en effet plutôt réticents à confier un projet d'envergure nécessitant une certaine expertise à un tout jeune graphiste. Ainsi, entretenir et élargir son réseau au delà des frontières de ce cercle privilégié de la culture est le meilleur moyen de dégoter des commandes. En effet, le graphisme a l'avantage de pouvoir se rattacher à tout type de projets, qui nécessiteront toujours d'une communication séduisante pour attirer investisseurs et usagers. La solution proposée par les réseaux sociaux professionnels semblent plutôt efficace, ayant moi-même été contactée pour des postes par ce biais. Le tout est de ne pas oublier de rappeler son existence à l'ordre le plus régulièrement possible, afin d'être la personne à laquelle on pensera en premier lorsque des opportunités se présenteront.

Alors comment faire ses preuves et convaincre de ses aptitudes ? Par observation des méthodes employées par de jeunes designers passés par là il y a peu de temps, j'ai le sentiment que cela peut passer par la validation tacite de nos compétences, à l'aide de la création d'un blog spécialisé et par la réalisation de projets personnels qui pourraient permettre d'atteindre une petite notoriété. Quelques nantis issus du domaine de l'édition se sont par exemple regroupés sous le Collectif Carré Cousu Collé, ont créé un blog dédié au design éditorial, ainsi que les désormais indispensables profils Facebook et Twitter pour communiquer leurs actualités. Les développeurs/webdesigners/éditeurs/auteurs (revoilà les *slasheurs*) derrière Chapal&Panoz utilisent quant-à eux le format du blog pour donner tout un tas de conseils techniques pour les graphistes et éditeurs voulant se lancer dans la réalisation d'ebooks de qualité, dans cet esprit de partage des connaissances cher aux internautes. D'autres mettent à profit leur temps libre pour créer des magazines, laboratoires d'expérimentation éditoriale et graphique (les revues *Mint* et *Nichons-nous dans l'Internet* ont été lancées par des graphistes associés à des journalistes), ou proposent des ateliers d'initiation à certaines techniques artistiques, comme la sérigraphie. En n'oubliant évidemment pas de communiquer sur ces différentes activités annexes via les réseaux sociaux. Une autre manière de se forger un réseau, pas si virtuel qu'il n'y croirait. Certes, ces activités ne remplissent pas nécessairement les poches, mais peuvent être un bon investissement du temps dont on dispose durant les périodes creuses.

Ainsi, les difficultés auxquelles doivent faire face les *freelances*, tout autant que les graphistes qui montent leurs propres agences, ont forcé la profession à réinventer ses méthodes de travail et à élargir ses champs de compétences. Être son propre patron possède cet avantage de pouvoir mener de front plusieurs projets professionnels et personnels en concordance avec ses valeurs. Le challenge réside dans le fait de transformer ses projets lucrativement si l'on veut pouvoir manger autre chose que des pâtes à la fin du mois et payer l'ensemble de ces charges, qui sont elles bien fixes contrairement aux rentrées d'argent. Pour cela, il faut être prêt à ne pas compter ses heures. Finalement, il faut beaucoup d'énergie pour devenir indépendant...



36<sup>e</sup> FESTIVAL DE CINÉMA  
SOUL'AR FILMOÙ  
DOUARNENEZ

Mon carnet  
du jeune festivalier :

DU 23  
AU 29 AOÛT  
à VUZ EAST  
2013

conception de la programmation  
cinéma et ateliers jeune public :  
VIRGINIE POUCHARD avec l'aide  
des DOLP (NATACHA JUNIOT,  
ÉMILIE DESRUELLE & ELISA MATOCCO)  
Coordination du mini-festival :  
VIRGINIE POUCHARD, GAËLLE BOURDIN  
& ANNE-MARIE GUINARD.  
Coordination du livret jeune public :  
VIRGINIE POUCHARD, avec la précieuse  
aide de NOLWENN TURLIN.  
Conception graphique du livret :  
NOLWENN TURLIN  
(nolwenn.turlin@orange.fr)

FESTIVAL DE CINÉMA  
DE DOUARNENEZ  
13 rue Michel Le Nobletz BP206  
29100 DOUARNENEZ  
02.98.92.09.21  
www.festival-douarnenez.com

JEUNE PUBLIC  
Est ar vigale

25

37<sup>e</sup> FESTIVAL DE CINÉMA  
Gallec ar  
Almon  
DOUARNENEZ

Mon carnet  
du jeune festivalier :

DU 23  
AU 29 AOÛT  
à VUZ EAST  
2014

conception de la programmation  
cinéma et ateliers jeune public :  
Mathilde Fréour & Virginie Pouchard  
Coordination du mini-festival :  
Mathilde Fréour & Virginie Pouchard  
& Anne-Marie Guinard  
Coordination du livret jeune public :  
Mathilde Fréour, Virginie Pouchard  
& Nolwenn Turlin  
Conception graphique du livret :  
Nolwenn Turlin  
(cargocollective.com/nolwenn.turlin)

Festival de Cinéma  
de Douarnenez  
13 rue Michel Le Nobletz BP206  
29100 Douarnenez  
02.98.92.09.21  
www.festival-douarnenez.com

LA GRANDE TRIBU  
DES PTTITS ! Mini-Festival  
pour les enfants

Peuples de l'archipel indonésien - Timor-Leste et Papouasie

## Le carnet du jeune festivalier

Réalisé pour le Festival du cinéma de Douarnenez, depuis 2013.

**SÉLECTION DE COURTS-MÉTRAGES :**  
**VOYAGE EN TSGIGANIE**  
*Bej e tsgigania*

Mixe, 28, le Club, 10h30 (1h12)

**NEVER NEVER GYPSYLAND**  
 (Személt cigitanyaszag)  
 de Kati Macskássy  
 Hongrie | Animation | 2004 | 7 min |  
 Sans dialogue

Le conte Rrom original est au sujet du désir du Romani pour la liberté. Dans la tradition gitane les enfants écoutent la légende et dans leur imagination le conte arrive comme s'il était vivant. Ils peignent le monde terne, noir et blanc, avec des couleurs lumineuses.

☆☆☆☆



**CHARLOT MUSICIEN**  
 de Charlie Chaplin  
 Etats-unis | Fiction | 1918 | 26 min |  
 Sans dialogue

Charlot, violoniste, tombe amoureux d'une jeune fille enlevée par des bohémiens.

☆☆☆☆

**LE MAURE (o'moro)**  
 de Christophe Calissoni  
 et Eva Offredo

France | Animation | 2009 | 10 min | Vestfr

Naples, fin des années cinquante. Un carabinier, colosse taciturne que son chef surnomme "O'Moro" - le Maure - a pour mission d'arrêter la racaille de la ville. Un matin, sur le port, la rencontre d'une gitane va changer le cours de sa vie.

☆☆☆☆



**TRANSPORTS À DOS D'HOMME**  
 de Bertille Bak

France | Documentaire | 2012 | 15 min |  
 Sans dialogue

Transports à dos d'hommes a été tourné dans un camp de Rroms de la région parisienne ; Bertille Bak a partagé la vie de la communauté durant plusieurs mois. Son projet se focalise sur les mouvements, les territoires et la musique sans que les problématiques sociales et politiques soient abordées de manière frontale, mais plutôt qu'elles s'inscrivent tout au long du récit.

☆☆☆☆



**AUTREFOIS**  
**NOUS ÉTIONS DES OISEAUX**  
 de Barri Bardine

URSS | Animation | 1982 | 18 min | Vestfr

Une légende raconte que les Tziganes avaient longtemps été des oiseaux, libres et heureux, et qu'un jour ils se sont (presque tous) laissés séduire par des cadeaux, des friandises, des châles et des bijoux...

☆☆☆☆



**LEUR JEUNESSE**  
 de David Roux

France | Fiction | 2012 |  
 12 min | Vestfr

Ce matin-là aurait pu être un matin comme un autre pour Gisela, une jeune adolescente rom, et son petit frère Jacob. Mais depuis quelques jours leur campement vit dans l'angoisse d'une expulsion imminente. Comme tous les matins pourtant, Gisela et son frère iront à l'école.

☆☆☆☆

**RECETTE** *Rehipe indonezob*  
**INDONÉSISIENNE**

**"Repon"**

Par Zabou Moreau et Mo Abbas.

**Ingédients :**

- 250g de farine de riz gluant
- 4 gouttes d'essence de pandan
  - de l'eau
- 200g environ de sucre de palme hachée
- de la noix de coco râpée
- une pincée de sel



1. Mélanger la farine de riz gluant avec l'essence de pandan et assez d'eau pour obtenir une pâte souple. La pâte ne doit pas être (trop) collante.

2. Diviser la pâte en boulettes de la taille d'une noisette.



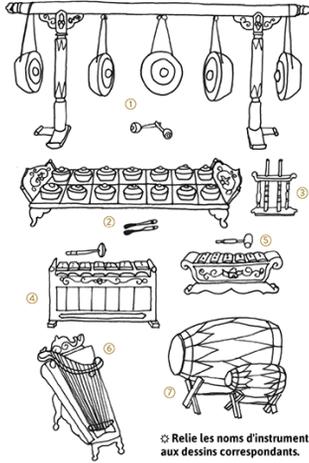
3. Étaler sur la paume de la main et poser au centre de chacune d'entre elle une cuillère à café de sucre de palme hachée.

4. Rouler de nouveau en forme de boulettes en refermant bien. Faire cuire les Repon dans une eau bouillante (petits bouillons) pendant 10 à 15 minutes.

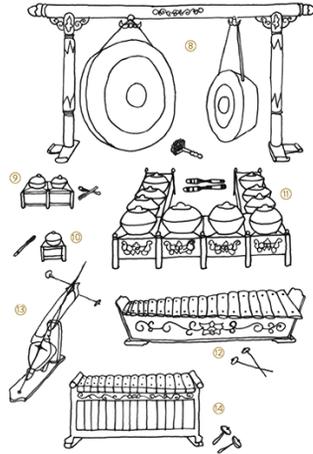


5. Bien égoutter et rouler dans de la noix de coco râpée additionnée d'une pincée de sel. Hum ! C'est surprenant et c'est trop bon !

## À LA DÉCOUVERTE DU GAMELAN *Suit dizabolé ar gamelan*



Relie les noms d'instruments  
aux dessins correspondants.



- ◆ Saron
- ◆ Catemprung
- ◆ Rebab
- ◆ Kempul
- ◆ Gambang
- ◆ Kenong
- ◆ Kendhang
- ◆ Gong
- ◆ Gender
- ◆ Kempyang
- ◆ Suling
- ◆ Bonang
- ◆ Stentham
- ◆ Kethuk

Illustration: P. de la Roche, M. de la Roche  
Dessins: P. de la Roche, M. de la Roche

## Bienvenue en Amérique du Sud ! DECEMBRE - MAI EN AMERIKA AR SU

### LA CORDILLÈRE DES ANDES

◆ **GÉOGRAPHIE** - Située en Amérique du Sud, la Cordillère des Andes est la plus longue chaîne de montagnes de la Terre. Elle est orientée nord-sud, le long de la côte ouest Sud-Américaine.

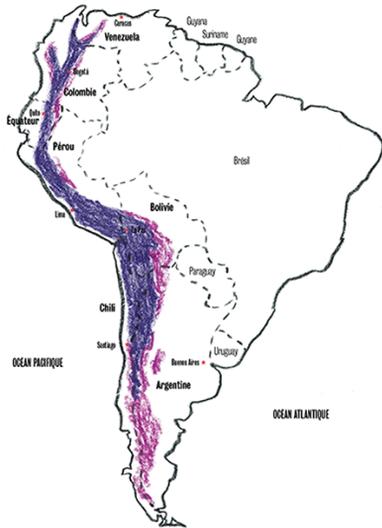
◆ **PAYS** - Cette chaîne de montagnes traverse le Venezuela, la Colombie, l'Équateur, le Pérou, la Bolivie, le Chili et l'Argentine.

◆ **POPULATION** - Il existe de très grandes différences culturelles entre les diverses populations andines. Appelés les *andins*, les habitants des Andes peuvent être Quechuas au Pérou, en Bolivie ou en Équateur, Aymara en Bolivie, Nasa ou Arhuaco en Colombie, ou encore Mapuche dans le sud du Chili ou en Argentine.

◆ **LANGUES** - L'Espagnol est la langue la plus parlée dans les Andes. Les langues indiennes telles que le Quechua et l'Aymara continuent d'être parlées par des millions d'habitants.

◆ **SUPERFICIE** - La Cordillère se déroule sur 3 370 000 kilomètres<sup>2</sup>. Sa longueur est d'environ 8000 kilomètres et sa largeur peut atteindre 500 kilomètres.

◆ **HAUTEURS** - Sa hauteur moyenne est de 4000 mètres. De nombreux sommets sont des volcans parmi les plus hauts sommets de la Terre, après l'Himalaya. D'autres sommets sont des montagnes issues des mouvements de la tectonique de la plaque pacifique, notamment l'Aconcagua en Argentine et le Huascaran au Pérou.



Conception de la programmation cinéma et ateliers jeune public :  
Gabrielle Cadaze, Théo Fiechaix  
& Virginie Pouchard

Coordination du mini-festival :  
Gabrielle Cadaze, Virginie Pouchard  
& Anne-Marie Guinard

Coordination du livret jeune public :  
Virginie Pouchard & Nolwenn Turin

Conception graphique du livret :  
Nolwenn Turin  
carzocollective.com/nolwenneturin

**38<sup>e</sup> FESTIVAL DE CINÉMA**  
★ DOUARNENEZ ★

LA GRANDE TRIBU DES P'TITS !

Ma carte  
de jeune spectateur :

Peuples des Andes

Pabiou an Andou

Couet or filmou

Festival de Cinéma  
de Douarnenez  
13 rue Michel Le Nobletz BP206  
29100 Douarnenez

02.98.92.09.21  
www.festival-douarnenez.com

# LES FILMS AR FILMOÛ

☆☆☆☆

**LES COULEURS  
DE LA MONTAGNE**

**Carlos César  
Arbeláez**

Colombie  
Fiction, 2010,  
1h30

Dans le village des Andes colombiennes de La Pradera, Manuel et les garçons de son âge jouent chaque jour au football avec un vieux ballon. Pour ses 9 ans, Manuel reçoit un ballon tout neuf et une paire de gants de gardien de but, mais avec Julian, son copain de toujours, ils envoient par inadvertance la balle sur un champ de mines. Malgré le danger, toute la bande de gamins décide d'aller le récupérer coûte que coûte... De plus en plus violents, les signes d'un conflit armé gangrèment la vie quotidienne et minent les relations entre les adultes, la peur s'installe et poussé la plupart des habitants à quitter leurs maisons.



➔ As-tu aimé le film ?  
Donne ton avis en  
coloriant les étoiles.  
★ ★ ★ ☆ ☆

☆☆☆☆

**LA FORTERESSE**

**Avinash  
Arun**

Inde • Fiction, 2014,  
1h18

Chimay, 11 ans, quitte sa métropole d'origine pour une petite ville du bord de mer. Le jeune garçon a du mal à s'acclimater à son nouvel environnement et à s'ouvrir aux autres. Pourtant, dans sa nouvelle école, il va se lier d'amitié avec un groupe de quatre garçons. Une amitié qui les fera grandir...



☆☆☆☆

**ALAMAR**

**Pedro  
González-  
Rubio**

Mexique • Fiction,  
2009, 1h30

Durant les vacances, le petit Nathan retrouve son père au Mexique pour quelques jours. Tous deux embarquent en pleine mer destination Banco Chichorro, l'une des plus grandes barrières de corail de la planète. Dans ce cadre idyllique, un lien complexe se tisse entre le père et son fils, un beau voyage écologique !



☆☆☆☆

**LA MOUETTE ET LE CHAT**

**Enzo d'Alo**

Italie • Film d'animation,  
1998, 1h17

Félicité, une adorable petite mouette, a été confiée à Zorba, un gentil matou courageux. Cependant, Félicité devra non seulement apprendre à voler mais aussi à se battre contre l'armée du grand rat qui veut à tout prix prendre le pouvoir.



☆☆☆☆

**ABUELA GRILLO**

**Denis  
Chapon**

Danemark, Bolivie • 2009,  
12min

☆☆☆☆



☆☆☆☆

**ESKIMAL**

**Homero  
Ramírez Tena**

Mexique • 2011, 9min

☆☆☆☆



☆☆☆☆

**FOOTBALLEUSES DES ANDES**

**Carmen  
Butta**

France, Allemagne •  
Documentaire, 2006, 52min

Juana, détentrice de l'équipe de football de Chuabamba, un petit village andin, s'entraîne tous les jours à 3 850 mètres d'altitude avec deux douzaines d'autres paysannes. Pour elles, le ballon rond est synonyme de plaisir, de passion et d'évasion, dans un quotidien où alternent tâches ménagères et éducation des enfants, travail aux champs et soin du bétail. Elles n'ont jamais entendu parler de Beckham ou de Zidane et dans le village personne n'a suivi la Coupe du monde de football.



☆☆☆☆

**SÉANCE  
BOL D'AIR**

Films d'animation, 51min

Des courts-métrages de toutes les formes pour nous faire prendre conscience que la planète, ce se partage ! Un programme autour du développement durable à l'occasion de la journée Aterrabai !

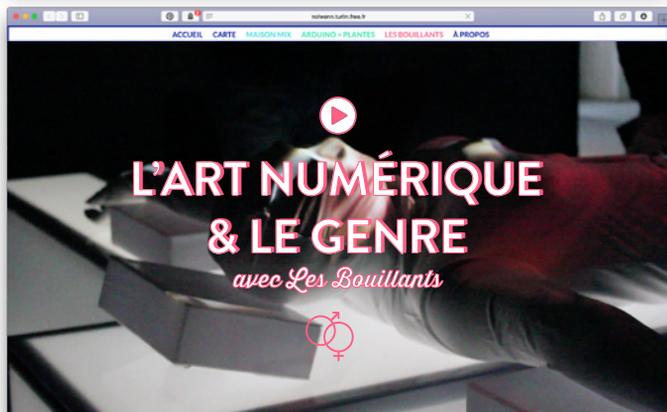
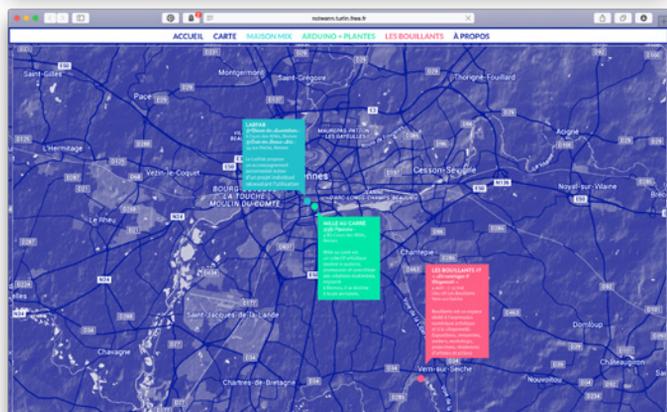
**LA MAISON EN PETITS CUBES**

**Kunio  
Katô**

Japon • 2008, 12min

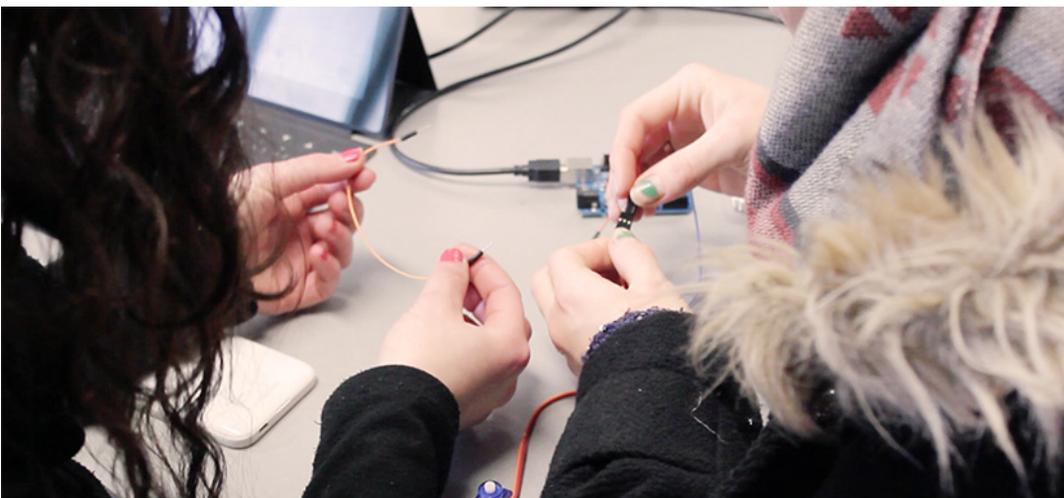
☆☆☆☆





## ▶ Apprenons à apprendre

Réalisé avec Alice Blancher, Adrien Brooks, Charlotte Da Silva et Margaux Leuci, M1CMM, 2015.







► **Les Rencontres de la photographie d'Arles**  
Réalisé chez ABM Studio, 2016 (photos par Philippe Savoier).

ARLES  
2016

LES RENCONTRES  
DE LA PHOTOGRAPHIE



ARLES  
2016

LES RENCONTRES  
DE LA PHOTOGRAPHIE







# Conclusion

## CHACUN APPORTE SA BRIQUE À INTERNET<sup>1</sup>

Les avancées technologiques ont modifié en profondeur le métier de designer graphique. Avant la naissance du premier Macintosh en 1984 et des logiciels Adobe en 1988, les papiers découpés, les encres, les planches de Letraset et l'étape de photogravure indispensable étaient de mise. Aujourd'hui, il s'agit plutôt d'une affaire de pixels, la grande majorité des productions sont réalisées exclusivement sur ordinateur et ne sont plus nécessairement destinées à être imprimées. Cependant, les objectifs restent les mêmes : représenter, communiquer, informer et promouvoir des messages à destination des citoyens et usagers. Les changements les plus conséquents se situent toutefois dans une reconfiguration des enjeux au sein d'une société démocratiquement chamboulée sur fond de conversion numérique.

Internet n'est donc pas étranger à cette reconfiguration. Les internautes se sont appropriés cet espace virtuel devenu participatif et social au fil des innovations techniques. De nouvelles manières de communiquer tournées vers l'image ont vu le jour sur les réseaux sociaux, à grand renfort d'emojis et de gifs animés. Néanmoins, le web est bien plus qu'un concentré de *LOL*<sup>\*</sup>, il a notamment permis de donner un second souffle au militantisme. La vitalité du mouvement de l'*open source* et des logiciels libres en sont une preuve parmi tant d'autres. Enfin, sa capacité à nous déconcentrer par diverses attractions, dont les hyperliens, a induit de nouvelles pratiques de lecture, bien plus fragmentée. Par le biais du web, les internautes ont ainsi redessiné les contours de ces diverses pratiques culturelles, sociales et individuelles. Et par corrélation, ceux du design. En effet, le design s'affaire à proposer des moyens qui permettent d'améliorer la qualité de notre vie, en s'appuyant donc sur une observation des fonctionnements de notre société.

Il est en effet nécessaire de comprendre le monde dans lequel nous vivons afin de répondre de manière adéquate aux attentes du public concerné. Dans un premier temps, cela peut passer par la référence aux codes de la webculture ou l'utilisation de symboles universels selon l'assistance visée. Les pratiques de lecture et l'objet-livre en pleine mutation numérique attendent également des réponses adaptées et cohérentes. Dans un second temps, nous avons vu qu'Internet a redonné une place de choix aux citoyens, respectant peu ou prou sa promesse démocratique nichée derrière ses valeurs libertaires et solidaires<sup>2</sup>. Pour Patrice Flichy, leurs pratiques ont effectivement bouleversé la manière de créer des œuvres, de diffuser de l'information, de produire de la connaissance et de militer<sup>3</sup>. Grâce au web, nous sommes

<sup>1</sup> — Référence à une thématique développée dans le documentaire *Une contre histoire de l'Internet*, Sylvain Bergère, 2013.

<sup>2</sup> — *La démocratie Internet*, Dominique Cardon, Seuil, 2010.

<sup>3</sup> — *Le sacre de l'amateur*, Patrice Flichy, Seuil, 2010.

entrés dans l'ère du « citoyen-acteur<sup>1</sup> ». Les productions graphiques contemporaines prennent en compte ce nouveau postulat. Communication participative, productions *open-source*, projets à dimension didactique... Les solutions sont variées, et surtout, collaboratives, ne connaissant pas à l'avance les usages inattendus que les utilisateurs pourront inventer. Désormais, les rôles du designer graphique se déplacent ainsi vers la médiation et l'accompagnement dans ces bouleversements numériques, poursuivant les engagements du graphisme d'utilité publique.

## **«INTERNET, CE N'EST PLUS DES LICORNES ET DES CHATS<sup>2</sup>»**

Quelques ombres viennent tout de même noircir ce tableau. Pour le chercheur en design Magnus Ericksson, l'utopie Internet telle qu'elle a été pensée dans les années 1960 n'est plus : « nous avons perdu la guerre pour la défense de la vie privée, de l'Internet libre, contre la renseignement... du moins pour le moment<sup>3</sup> ». Nous pouvons citer, entre autres, la récupération d'Internet par les multinationales regroupées sous l'acronyme GAFAM\* et leurs petites sœurs les *start-ups*, flairant l'opportunité financière, ou la censure d'une partie du web mondial par les gouvernements chinois ou coréen afin de garder le contrôle sur leur population. Mais ce n'est pas sans compter sur les internautes qui rivalisent d'imagination pour contrer ces récupérations diverses. Initier les citoyens aux langages de programmation et aux différentes possibilités de résistance économique est cela essentiel. Les mentalités évoluent doucement, les citoyens-internautes engagés grignotent jour après jour un peu plus de terrain, ce qui forcera probablement les compagnies à changer<sup>4</sup>.

Coincidence amusante : nous fêtons en ce mois d'août 2016 les vingt-cinq ans de la mise en ligne du premier site web. Avec deux ans de moins au compteur, je deviens adulte en même temps que le web, qui s'avère pour sa part être beaucoup moins drôle qu'à ses débuts. De plus, l'été 2016 a vu naître la popularisation de la réalité augmentée avec le succès du jeu pour smartphone Pokémon Go. Cette technologie pourrait vraisemblablement signer une des voies qu'empruntera Internet dans un futur proche<sup>5</sup>. De mon côté, j'ai également une visibilité sur les quelques mois à venir, ABM Studio me donnant la chance de démarrer ma vie active en tant que *freelance* à leurs côtés. La suite est une grande aventure vers l'inconnu...

---

**1** — Idib.

**2** — Evan Roth, épisode « Résister », *Fais-le toi-même* ibid.

**3** — Épisode « Résister », *Fais-le toi-même*, ibid.

**4** — Benjamin Gaulon, épisode « Résister », *Fais-le toi-même*, ibid.

**5** — *Nous sommes en 2041 et Pokémon Go a 25 ans*, Olivier Ertzscheid, [rue89.nouvelobs.com](http://rue89.nouvelobs.com), 24 août 2016 (consulté le 24 août 2016).

# Summary

## EACH OF US BRINGS HIS TOUCH TO INTERNET

Technological breakthrough had revised with depth the graphic designer's job. Before the first Macintosh appeared in 1984 and Adobe's softwares in 1988, cut papers, inks, Letraset's boards and the step of photo-engraving was essential. Today, it's pretty a pixels business, most of productions was created on computer, and aren't necessarily printed. Despite that technical changes, the goals are the same: represent, communicate, inform and promote some messages to citizens and users. However, the most important issues of design are from now on joined to the society's democratic problems and its digital conversion.

Internet are not stranger to this evolution. Indeed, Internet users took advantage of the possibilities gifted by this participative and social cyber espace. They had develop new ways of communicate based on images, attested by the profusion of gifs and emojis. But the web is more than a bunch of LOL. He gave a second birth to activism too, open source ideology and free softwares are one proof. Finally, he also lead to new reading's experiences, moreover fragmented, because of the distraction created by hyperlinks and social networks. Thanks to the web, Internet users have been redrafted all this cultural, social and individual practices. And the field of design too. Actually, design proposed resources to improve a better quality of life, based on a observation of our society.

Indeed, a designer have to understand the digital world where we living to respond with accuracy to costumers' expectations. It could be carry out by references to webculture or by global symbols, according to the intended target. Books and reading practices are moving, the editorial field is waiting for consistent answers. An other issue is about the position of citizens give by Internet, following a democratic way made of libertarian and united values<sup>1</sup>. For Patrice Flichy<sup>2</sup>, sociologist's teacher, they have been disrupt indeed ways of created artworks, broadcasted information, produced knowledge and campaign. Citizens are not just consumers, they are from now on also actor of their everyday life. Contemporary graphic design works include that fact. Communication became participative, objects and posters are open source, projects needs to be instructive... Solutions are miscellaneous, and mostly collaborative, because we can't figure out unexpected functions that users will come up with. In this way, the graphic designer's job moved toward the mediation and support of these digital breakthrough, following the historical engaged graphic design movment.

---

1 — *La démocratie Internet*, Dominique Cardon, Seuil, 2010.

2 — *Le sacre de l'amateur*, Patrice Flichy, Seuil, 2010.

## "INTERNET ISN'T CATS AND UNICORN ANYMORE"

Sadly, everything is not all beer and skittles ! For Magnus Ericksson, design researcher, Internet utopia is not like it was conceive in the sixties anymore : *"we lost the war for privacy, for free Internet, against the surveillance industry... at least for now"*<sup>2</sup>. In one hand, there is the economical recovery of Internet by the multinational corporations behind the GAFA and start-ups, which saw the occasion of making money. In the other hand, some governments, like China or Korea, use censorship on this media to keep control on their people. But it's not knowing well the Internet users. They challenge their imagination to get around limitations. It's why introduce citizens to program writing and to capacities of economical resistance is necessary. Minds are evolving, so industrials factories will be forced to change<sup>3</sup>.

It's a surprising coincidence: in this month of august 2016 it is the twenty-five years that the first website was put online. With my two years less, I become adult with the web, which is not fun as he was before. Furthermore, a game based on virtual reality, Pokemon Go, became very popular in that same summer. This technology could be one of the way for the web's closed future<sup>4</sup>. As far as I'm concerned, I know my destiny for the next few months, the team of ABM Studio gave me the chance to start my professional career as a freelance by their side. What happens next to both is an unknown story yet...

---

**1** — Evan Roth, épisode « Résister », *Fais-le toi-même* *ibid*.

**2** — Épisode « Résister », *Fais-le toi-même*, *ibid*.

**3** — Benjamin Gaulon, épisode « Résister », *Fais-le toi-même*, *ibid*

**4** — *Nous sommes en 2041 et Pokémon Go a 25 ans*, Olivier Ertzscheid, [rue89.nouvelobs.com](http://rue89.nouvelobs.com), 24 août 2016 (consulté le 24 août 2016).

## LE LEXIQUE INTERNET EXPLIQUÉ AUX VIEUX

Les termes sont indiqués par une astérisque dans le texte.

La plupart de ces définitions sont écrites à partir d'informations récupérées sur [wikipedia.org](http://wikipedia.org).

**Arduino** : carte en matériel libre sur laquelle se trouve un microcontrôleur, basé sur une interface entrée/sortie simple, pouvant être programmée en Java pour analyser et produire des signaux électriques.

**Big data** : traduit par « mégadonnées » ou « données massives ». Ensemble de données extrêmement volumineux qui nécessite d'être analysé à l'aide d'outils de gestion de base de données.

**Break the Internet** : littéralement « casser l'Internet ». Expression popularisée en novembre 2014 par le shooting de Kim Kardashian par Jean-Paul Goude pour la revue Paper, mettant en avant son imposant fessier. Elle désigne une histoire ou une image devenue extrêmement virale à une vitesse phénoménale sur le web.

**Creative commons** : organisation à but non lucratif proposant une solution alternative légale aux droits de propriété intellectuelle standards, parfois jugés restrictifs. Plusieurs licences existent, imposant certaines conditions de partage (attribution, pas d'utilisation commerciale, partage dans les mêmes conditions, ou pas de modification).

**Do It Yourself** : littéralement « Fais-le toi-même ». Activité de création d'objets de vie courante, de décoration ou technologiques, de façon plutôt artisanale.

**Flat design** : littéralement « design plat ». Courant graphique et ergonomique préconisant des interfaces minimalistes aux couleurs vives, dont l'exemple le plus probant est l'interface de Windows 8.

**GAF** : acronyme de Google, Apple, Facebook et Amazon, à savoir les multinationales trustant l'économie du web, en train de se faire remplacer par les géants du web collaboratif, les NATU (Netflix, AirBnb, Tesla et Uber).

**Génération Y** : comprend les personnes nées approximativement entre 1980 et 1995, actuellement âgées entre 35 et 20 ans. Les américains utilisent l'expression *digital natives*, indiquant le fait que ceux-ci sont ont grandi avec le numérique.

**Glitch** : défaillance électronique ou électrique, se répercutant sur le matériel informatique et les logiciels. Ces défaillances peuvent être utilisées de manière esthétique, par corruption du code ou des données, ce qui dégrade et pixelise les images.

**Hashtag** : traduit par « mot-dièse ». Marqueur de métadonnées couramment utilisé sur Internet, qui permet de marquer un contenu d'un mot-clé partagé.

**IRL** : argot Internet signifiant « In Real Life », à savoir « dans la vraie vie ».

**LOL** : argot Internet signifiant « Laughing Out Loud », à savoir « rire aux éclats ». Il est utilisé pour signifier le rire ou l'amusement. Mais attention, le mot de l'année 2011 est désormais considéré comme ringard !

**Open source** : traduit par « code source ouvert ». Désignation comprenant les logiciels libres et autres plans d'objets, permettant la libre redistribution, l'accès au code source et la création de travaux dérivés.

**Pixel art** : désigne une composition numérique qui utilise une définition d'écran basse et un nombre de couleurs limité, dont le matériau de base est le pixel.

**Sample** : échantillon ou extrait le plus souvent sonore, récupéré au sein d'une musique ou d'un film existant, et sorti de son contexte afin d'être réutilisé.

**Scroll** : faire défiler sur un écran.

**Réalité augmentée** : désigne les différentes méthodes qui permettent d'incruster de façon réaliste des objets virtuels 2D ou 3D dans une séquence d'images, pouvant être notre entourage réel filmé à l'aide de notre smartphone.

**Responsive webdesign** : conception d'un site web adaptatif, permettant une consultation confortable pour des supports de formats différents. L'expérience utilisateur, comprenant les manipulations et les modes de navigation, est adaptée aux changements d'écrans, spécifiquement pour les écrans réduits des smartphones.

**Troll** : argot Internet désignant une personne dont le but est de générer des polémiques stériles et des débats conflictuels sur les réseaux sociaux.



*A book from deValence*,  
Raphaël Zarka, Robin Kinross,  
Victor Guégan, Christophe  
Gallois, B42, septembre 2015



*Lire, écrire, compter, coder*,  
Frédéric Bardeau, Nicolas  
Danet, FYP Editions, 2014



*Le sacre de l'amateur*,  
Patrice Flichy, Seuil, 2010



*L'Encyclopédie de  
la webculture*, Titou Lecocq  
et Diane Lisarelli, Éditions  
Robert Laffont, 2011



*Lire à l'écran, Contribution  
du design aux pratiques  
et aux apprentissages  
des savoirs dans la culture  
numérique*, Floran Cramer,  
Pierre Cubaud, Marin Dacos,  
Yannick James, Annick  
Lantenois, <stdin>, B42, 2011



*Graphisme en France*  
2012, 2014 et 2015



*Le b.a.-ba du livre numérique*,  
Chapal&Panoz, auto-édition  
numérique, 2013



*Makers, la nouvelle révolution  
industrielle*, Chris Anderson,  
Pearson, 2013



*Étapes n°229 •  
Signes et symboles*, 2016 /  
*n°224 • Interfaces & design  
interactif*, 2015 / *n°220 •  
Co-Design*, 2014



*Le vertige du funambule*,  
Annick Lantenois, B42, 2010



*N'espérez pas vous  
débarrasser des livres*,  
Jean-Claude Carrière  
et Umberto Eco, Grasset, 2009



*The Shelf n°2*,  
2012



*Les 101 mots du design  
graphique à l'usage de tous*,  
Ruedi Baur, Archibooks, 2011



*La démocratie Internet*,  
Dominique Cardon, Seuil, 2010



*Back Over n°5*,  
2012-2013



*Nichons nous dans  
l'Internet n°4*, 2016

**SITOGRAPHIE**

[an-2000.blogs.liberation.fr](http://an-2000.blogs.liberation.fr),

le blog de Vincent Gald,  
journaliste

[carrecousucolle.com](http://carrecousucolle.com)

[graphism.fr](http://graphism.fr), le blog  
de Geoffrey Dorne, designer

[imagesociale.fr](http://imagesociale.fr), le blog d'André  
Gunthert, sociologue

[jimony.chapalpanoz.com](http://jimony.chapalpanoz.com),

le blog de Chapal&Panoz,  
graphistes et développeurs

[lafeuille.blog.lemonde.fr](http://lafeuille.blog.lemonde.fr),

le blog de Hubert Guillaud,  
éditeur

[leschemins.net](http://leschemins.net), le blog  
de Cassandra Poirier-Simon,  
designer

[lesinrocks.com](http://lesinrocks.com)

[my-os.net](http://my-os.net), le blog d'Étienne  
Mineur, designer

[rue89.nouvelobs.com](http://rue89.nouvelobs.com)

[slate.fr](http://slate.fr)

[strabic.fr](http://strabic.fr)

**AUTRES  
MÉDIAS**

*Une contre histoire de  
l'Internet*, Sylvain Bergère,  
documentaire, 2013

*Fais-le toi-même !*, Adrien  
Pavillard et Camille Bosqué,  
websérie, 2016

Les graphistes d'ABM Studio, l'Atelier du Bourg, Pollen Studio et le Jardin Graphique, qui m'ont accueillie quelques mois au sein de leur structure, m'ayant permis de travailler sur des projets variés et enrichissants et beaucoup appris à la fois techniquement et pour mon parcours professionnel de jeune designer graphique. L'ensemble de mes professeurs qui ont nourri ma soif de connaissance, depuis le Bac STI Arts Appliqués brestois jusqu'au Master Création et Management Multimédia rennais, en passant par le BTS Communication visuelle de Duperré et la Licence professionnelle Conception graphique Multimédia. Les diverses rencontres amicales et professionnelles, ainsi que mes camarades de projets, pour tout ce que cela a apporté à ma culture graphique et personnelle. Et évidemment, tous ces internautes, amis IRL\* ou inconnus, qui partagent leurs découvertes enrichissantes sur les réseaux sociaux ou sur leurs blogs, m'ayant permis de forger ma culture et mes convictions personnelles. Et enfin, ma collègue Fanny Bisiaux pour la relecture de ce mémoire.

•

Imprimé en 3 exemplaires.

Composé en Antique Olive (Roger Excoffon),

Bureau Grotesque (Font Bureau) et Chivo (Omnibus Type).

Papier cyclus 115g.

Achévé d'imprimer sur les presses d'Identic,

Cesson-Sévigné, août 2016.







•

**Mémoire professionnel**  
**Master Création et Management Multimédia**  
Sous la direction de Pierre Braun et Nicolas Thély  
Université Rennes 2  
Session septembre 2016

•

