

Manifestes

7

Clémence Imbert

Ce que l'histoire fait
au graphisme

Manifestes

7

— HEAD ■●
Publishing

Clémence Imbert
Ce que l'histoire fait
au graphisme

INTRODUCTION	7
De l'école d'art à l'université, et retour	11
Qu'est-ce qu'une référence ?	17
QUELLE HISTOIRE ?	23
Peut-on recycler les styles graphiques d'autrefois ?	27
Que faire des héroïnes ?	34
REGARDER, RECHERCHER	45
Au-delà du <i>design thinking</i>	47
Apprendre à voir	52
Méthodes de recherche en terrain non cartographié par Wikipédia	55
HISTORICITÉ	61
Lignes droites et détours	63
Valeur d'ancienneté	68
VERS L'INCONNU	79
BIBLIOGRAPHIE	82

Pourquoi enseigner l'histoire du design graphique aux étudiant·es graphistes? La question peut sembler anodine. Il est aujourd'hui admis qu'à un moment ou à un autre de leur formation, iels assisteront à une conférence ou un cours consacré au graphisme des décennies ou des siècles passés, tout comme il semble évident que la connaissance de l'œuvre d'au moins quelques grand·es graphistes du passé fait partie de la culture à acquérir pour prétendre rejoindre les rangs de la profession. Et pourtant, comme le soulève malicieusement Steven Heller, pourquoi cela serait-il plus nécessaire pour un·e graphiste que pour un·e policier·e de connaître l'histoire de la police, ou pour un·e boucher·e l'histoire de la boucherie (Heller, 2019, p.5)?

Cette question se pose avec une acuité particulière quand on la saisit dans le contexte pédagogique de l'école d'art, espace fondamentalement tourné vers l'avenir de la création. Il y a quelque chose d'à première vue paradoxal à cultiver simultanément la recherche des formes de demain et

l'étude d'objets anciens, de formes démodées, de techniques dépassées. Comment les savoirs historiques s'articulent-ils à la pratique du design graphique? De quelle manière les étudiant·es s'en emparent-ils? Quelles compétences de créateur·ices développent-ils au contact de cette matière?

Mais avant toute chose, depuis quand enseigne-t-on l'histoire du design graphique en école d'art? C'est par une question d'histoire (*depuis quand?*) qu'il convient de commencer si l'on souhaite ensuite éclairer la question du *pourquoi?* Pour comprendre les raisons d'être de cet enseignement, il faut revenir brièvement sur l'histoire de la formation des graphistes.

Transmis pendant des siècles au sein des imprimeries, les savoir-faire des typographes sont peu à peu devenus, à partir de la fin du XIX^e siècle, la matière d'écoles et d'académies plus ou moins spécialisées. Leur positionnement évolue à mesure que les « arts graphiques » deviennent le « design graphique », cette discipline polyvalente occupée de la forme des textes et des images, souvent des deux à la fois, et s'exerçant principalement dans les domaines de la presse, de l'édition et de la publicité au sens large¹. L'offre de formation s'est peu à peu diversifiée et étoffée, se partageant entre

1 Sur l'histoire de l'enseignement du design graphique, voir les contributions réunies par Geoff Kaplan, *After the Bauhaus, Before the Internet: A History of Graphic Design Pedagogy*, New York, San Francisco, no place press, 2022; en particulier Katherine McCoy, « Designing a Discipline », p.42-46 et Deborah Littlejohn, « Suspended Between Discipline & Profession: A History of Permanent Immaturity and Instability in the Graphic Design Field », p. 48-59.

des filières professionnelles et techniques orientées vers les métiers de l'imprimerie et des cursus qui ne développent pas seulement l'habileté d'exécution mais aussi et surtout des compétences de conception et de créativité, de plus en plus nourries par des apports théoriques. C'est particulièrement le cas dans les écoles d'art et de design, qui proposent des parcours reconnus, parfois sélectifs, qui attirent des étudiant·es aux profils variés, et où la pédagogie combine des exercices simulant l'activité professionnelle future des étudiant·es, et des ateliers favorisant l'expérimentation, l'exploration de formes d'expression nouvelles et personnelles.

La réflexion sur les spécificités de la formation des graphistes, ses objectifs et ses enjeux, est particulièrement nourrie depuis les années 1990². On peut, entre autres, relier ces interrogations au séisme provoqué par l'apparition des ordinateurs personnels dotés de logiciels de traitement de texte, d'outils de création graphique et d'imprimantes compactes. Dès lors que tout le monde peut se prétendre graphiste et réaliser soi-même sa communication imprimée (affichettes, faire-part, invitations, petites publications), qu'est-ce qui distingue les graphistes professionnel·les, si ce n'est d'avoir traversé une expérience de formation par et

2 Mentionnons notamment le colloque *How We Learn What We Learn* organisé en 1997 à la School of Visual Arts de New York, et dont les actes sont publiés l'année suivante sous le titre *The Education of a Graphic Designer* (1998), plusieurs fois réédité. Voir aussi Katherine McCoy, « Education and Professionalism or What's Wrong with Graphic Design Education? (1997) », dans Teal Triggs et Leslie Atzmon (dir.), *The Graphic Design Reader*, Londres, Bloomsbury Visual Arts, 2019.

avec des pairs? De manière révélatrice, c'est aussi précisément au cours de cette période de transition technologique que l'histoire du design graphique prend forme comme champ de connaissance autonome et qu'elle devient une composante plus assurée des cursus, en particulier dans le monde anglophone (Heller et Ballance, 2001)³.

3 « Alors que le design graphique fait ses premiers pas dans l'ère numérique, et que les nouveaux médias en transforment les notions traditionnelles, il est d'autant plus important que les designers puissent disposer de l'ancrage qu'offre le savoir historique. » Steven Heller et Georgette Ballance (dir.), *Graphic Design History*, New York, Allworth Press, 2001, p. VIII. Toutes les traductions sont de l'auteurice.

Auparavant et pendant longtemps, la transmission de connaissances historiques sur le graphisme s'était faite de manière informelle dans les cours d'atelier (Poynor, 2011). Les noms des grands «maîtres» (principalement masculins) et des travaux exemplaires pouvaient être présentés aux étudiant·es pour les guider dans la réalisation de certains exercices. Si Leon Friend, professeur et auteur d'un des premiers manuels de graphisme, y consacre une part importante de son enseignement à la Abraham Lincoln High School de Brooklyn dans les années 1930 (Friend, 1936), de véritables cours inscrits au curriculum n'apparaissent que dans les années 1970. CalArts est pionnière avec un cours d'*History of Graphic Design* lancé en 1972 par Keith Godard, et repris l'année suivante par Louis Danziger qui le donnera pendant vingt-cinq ans sous des formes variées, dans l'école californienne et dans d'autres écoles et universités américaines (Heller et Ballance, 2001, p.329-336).

Comme Friend avant eux, ces deux praticiens-historiens se concentrent dans leur enseignement sur les grandes figures de la discipline, rattachées aux principaux courants de l'art moderne: Art Nouveau, futurisme, Dada, Bauhaus, etc. Keith Godard donne comme premier objectif pédagogique à son cours « d'aider les étudiant·es à se trouver des figures modèles (*role models*) pertinentes pour leur travail ». Le second est de « comprendre que les solutions visuelles sont souvent répétées d'époque en époque, surtout lors des périodes de progrès techniques » (Godard, 2019, p.23-24). On perçoit bien dans ce deuxième énoncé une idée fréquemment avancée pour expliquer l'intérêt de l'histoire du graphisme pour les futur·es praticien·nes: les problèmes graphiques du présent pourraient être résolus en considérant les solutions du passé. En retournant l'argument, le graphiste américain Paul Rand, qui enseignait à Yale, soutenait que connaître l'histoire du graphisme doit permettre d'éviter la répétition stérile de ce qui a déjà été fait⁴. Quoiqu'il en soit, ces formulations initiales font entendre que la première raison d'enseigner l'histoire aux jeunes générations de graphistes serait son utilité, ou son utilisabilité, pour des projets de création. Il n'est pas anodin que cet argument utilitariste soit mobilisé par des enseignants qui sont aussi des graphistes praticiens.

4 Paul Rand, « Confusion and Chaos. The Seduction of Contemporary Graphic Design », *AIGA Journal of Graphic Design*, vol. 10, n°1, 1992, [www.paulrand.design/writing/articles/1992-confusion-and-chaos-the-seduction-of-contemporary-graphic-design.html]

Cette situation va contraindre l'histoire du graphisme à n'être pendant longtemps qu'une affaire de graphistes, écrite et transmise dans les écoles de graphisme. C'est le constat soucieux que fait, au début des années 2000, l'historien britannique Rick Poynor (Poynor, 2011). Selon lui, ce *design-history-is-for-designers point of view* a limité le développement des connaissances et des recherches dans ce domaine, la discipline n'existant qu'au second plan des formations pratiques, dans des marges institutionnellement fragiles, c'est-à-dire souvent avec des moyens financiers et humains limités. Les choses ont changé au cours des vingt dernières années qui ont vu d'une part l'intégration progressive de l'histoire du design graphique à l'université, où elle forme aujourd'hui un champ de recherche en plein essor; et d'autre part le renforcement de la recherche dans les écoles d'art. En Europe, depuis l'harmonisation des formations supérieures prévue par le processus de Bologne, les étudiant·es doivent rédiger en fin de cursus un mémoire de recherche personnel, dont la forme se détache rarement des modèles universitaires (Vandenbunder, 2016). Parallèlement se sont développées, du côté de la pratique contemporaine du design, des démarches d'enquête, de construction et de diffusion des savoirs qui s'apparentent parfois à la recherche au sens académique du terme (Nova, 2021).

Mais, alors même qu'elle est un terrain encore couvert de vastes zones d'ombres, l'histoire n'est pas le domaine d'enquête privilégié de ces «designers-chercheur·euses». Comme l'écrivent les respon-

sables d'un projet de recherche récent sur l'histoire du graphisme suisse :

« Les designers-chercheur·euses ont jusqu'à présent prêté peu d'attention à la dimension historique du design, c'est-à-dire en tant qu'il est une discipline produite par des projets, des méthodologies, des résultats, des réseaux, des discours. Cet "oubli de l'histoire" (*historic amnesia*) dans la recherche en design, correspond de manière frappante à un manque de conscience de l'histoire du design, dans les approches contemporaines. » (Scheuermann, dans Fornari et Lzicar, 2016)

Le constat est sévère. Il est possible de le tempérer en fournissant quelques contre-exemples. Ainsi, la création typographique est aujourd'hui, comme depuis toujours, articulée à la recherche historique, puisque la documentation et la familiarisation intime avec des formes typographiques antérieures (et parfois très anciennes) sont les préalables incontournables à des projets de numérisation ou d'actualisation contemporaine (les *revivals*). « La typographie telle que nous l'imaginons est toujours historique et, dans le même mouvement, toujours nouvelle. Et qu'est-ce que cette nouveauté si la forme est toujours historique? [...] La nouveauté c'est le travail des formes et des contreformes mis à l'épreuve de l'histoire, des évolutions techniques, des comportements inédits », expliquent les créateurs de caractères André Baldinger et Philippe Millot⁵.

Du côté du graphisme éditorial, le secteur reconnu de l'édition d'art contemporain se révèle très sensible à la notion d'archive. En témoignent les palmarès des concours des plus beaux livres, qui récompensent souvent, depuis une vingtaine d'années, les concepts éditoriaux reposant sur la collecte d'images, de textes et de documents divers, à mi-chemin entre catalogue et livre d'artiste. On y verra, à la suite de Hal Foster, qui théorisa cette « pulsion de l'archive » à propos de l'art contemporain du début des années 2000, une aspiration à historiciser la création contemporaine, à refuser le présentisme (Foster, 2004).

Les publications (papier ou numérique) consacrées à l'histoire du graphisme sont aussi, en elles-mêmes, des espaces de recherche-crédation pour restituer le matériau historique (images, archives, images d'archives et archives d'images) avec conscience et inventivité. Citons par exemple le *Dossier Fernand Baudin* de Coline Sunier et Charles Mazé (2013) consacré au travail du « typographe » belge Fernand Baudin, dont l'écriture manuscrite a donné lieu au dessin d'un nouveau caractère typographique; ou le travail de fin d'études de Léo Favier sur Grapus (*Comment, tu ne connais pas Grapus?*) édité chez Spector Books en 2014 et qui assemble, dans une forme elle-même très grapusienne, des documents d'archives, des

5 Ensad Lab Type: André Baldinger et Philippe Millot, « Création de caractères typographiques: entre histoire et novation », dans *Design graphique. Les Formes de l'histoire*, Paris, CNAP-B42, 2017, p.53. L'Ensad Lab Type a existé entre 2008 et 2014.

photographies, des entretiens avec les fondateurs du collectif français de graphistes. Sur le web, ces contenus historiques sont aussi la matière d'expériences sur la lecture-navigation, sous la houlette de graphistes-chercheur·euses, comme le propose par exemple la revue en ligne *Problemata*⁶. Cette « plateforme de recherche sur l'histoire du design et ses études critiques » présente une interface originale, conçue par le studio officeabc avec la collaboration de Thomas Bouville et inspirée par les formes des machines à écrire et de la communication publicitaire d'Olivetti (Ettore Sottsass et Giovanni Pintori), et qui constitue une véritable « recherche graphique » alliant ergonomie de la lecture et souci d'interconnecter les contenus.

6 [www.problemata.org]

Qu'est-ce qu'une référence ?

C'est dans ce contexte, rapidement brossé, que l'histoire du design graphique est aujourd'hui enseignée dans les écoles d'art, sous des formes et avec des objectifs infiniment variés. Assurément, il ne s'agira pas ici d'expliquer ce que le cours d'histoire du design graphique devrait être, ce qu'il devrait faire et produire, mais d'explicitier ou d'interroger les arguments qui sous-tendent son existence, ses contenus et ses objectifs pédagogiques.

Une idée répandue est que l'histoire (de l'art, du design, du graphisme) serait un gisement de «références» utiles pour permettre aux étudiant·es de développer leur culture personnelle et de situer leur travail. Qu'iels soient graphistes ou artistes, il est attendu des étudiant·es qu'iels puissent étayer leurs projets personnels (en particulier ceux qui sont présentés pour l'obtention de leur diplôme) par la mention du travail d'autres créateur·ices par rapport auquel iels doivent pouvoir se situer et prendre position. Le motif (très ancien) de l'influence ou de l'inspiration est ainsi

conjugué à une injonction plus moderne : celle de trouver un positionnement personnel, inédit, non-vu, et de ne pas répéter ce que d'autres font ou ont déjà fait. Exposer ses « références » est donc d'abord présenté comme une démarche d'honnêteté intellectuelle et artistique : une manière de démontrer qu'on a conscience de n'être pas seul·e et qu'on n'a pas commis de plagiat.

Mais il est plus difficile de caractériser comment ce petit « musée imaginaire », que chaque étudiant·e étoffe au fil de sa formation, peut rendre la pratique plus originale, plus personnelle, et comment il permet de se hisser « sur les épaules des géants ». Il n'est jamais inutile de rappeler aux étudiant·es que le mythe romantique de l'inspiration est précisément un mythe, et que la création ne vient pas d'illuminations lointaines mais s'alimente au contraire d'une matière proche et appropriée intimement. Le psychologue américain G. F. Kneller affirmait dans les années 1960 que « l'un des paradoxes de la créativité est que, pour penser de manière originale, nous devons nous familiariser avec les idées des autres » (Kneller, 1965). Mais que faire du travail des autres, surtout quand il appartient au siècle passé ? Ou plutôt, comment en faire quelque chose qui ne soit pas seulement du *name-dropping* et qui dépasse le stade du feuilletage, plus ou moins émerveillé, du stock inépuisable d'images que nous offrent les livres et les pages web des musées et des bibliothèques ?

« Faites des connections avec vous-même et votre travail. La valeur de ce cours est dans les connections que vous faites. Utiliser ce cours comme

une base de données visuelles, c'est rater tout l'intérêt du cours », conseillait Louis Danziger, l'un des premiers professeurs d'histoire du graphisme en école d'art (Heller et Ballance, 2001, p.334). En effet, s'il fallait le résumer, le but de l'enseignement de l'histoire du design graphique est d'apprendre à « tisser des liens » : établir des rapprochements entre des productions graphiques, des images, les comparer⁷ ; mais aussi faire dialoguer les époques en trouvant des échos contemporains à ce qui est vu en classe, apprendre à percevoir l'épaisseur historique des choses du présent, à en être touché·e. Et l'on verra à travers les exemples à venir que ce sont bien ici des compétences de designer, de designer graphique, qui sont mises en jeu dans ce travail de *mise en communication visuelle*.

La première partie de cet essai sera l'occasion de placer sous le prisme pédagogique certains grands débats historiographiques : Comment l'histoire du design graphique se positionne-t-elle face à l'histoire de l'art ? Que faire de l'histoire des styles et des grandes figures (souvent blanches et masculines) ? Comment, surtout, les étudiant·es peuvent-ils s'emparer de ces connaissances qui leur semblent parfois éloignées de leur monde et de leurs préoccupations pour les faire résonner avec le présent ? La deuxième partie de l'essai décrira les compétences de design que la fréquentation de l'histoire

7 Ces exercices de rapprochement sont au cœur des dispositifs pédagogiques mis en place par Emily McVarish à CalArts (Heller, 2021, p.207-236) ou Silvia Sfligiotti à l'Istituto Superiore d'Arte d'Urbino en Italie (Sfligiotti, 2022).

du design graphique peut stimuler, et en particulier l'exercice du regard analytique, le décentrement esthétique, la capacité de naviguer dans de vastes corpus d'images, la démarche d'enquête en terrain non cartographié par Wikipédia. La troisième partie défendra l'idée que, loin d'être seulement un champ de connaissance et un support d'exercices académiques, l'histoire du design graphique est un domaine où se façonne et s'éprouve la sensibilité des étudiant·es graphistes.

1

QUELLE HISTOIRE ?

Au milieu des années 2020, il n'a jamais été aussi facile de s'informer sur l'histoire du design graphique. On n'a jamais compté autant de livres, autant de films documentaires, consacrés au sujet, jamais eu si facilement accès aux reproductions d'affiches, de livres, de revues via les sites internet des collections publiques et les archives en ligne. Sur les réseaux sociaux, les comptes d'institutions et de passionné·es font vivre cette matière en diffusant régulièrement trouvailles et curiosités : pochettes de disques, couvertures de livres, enseignes, publicités peintes... Le goût du *vintage* renforce cette popularité des productions graphiques des décennies passées. Si elle peut nourrir leur curiosité, cette quantité d'images et d'informations est souvent paralysante pour les étudiant·es, dont les connaissances historiques générales sont parfois fragiles et qui se demandent comment s'y repérer et ce qu'il faut retenir.

Du reste, l'histoire du design graphique n'est devenue un domaine de connaissance autonome que depuis une quarantaine d'années.

En rassemblant des enseignant·es et chercheur·euses (essentiellement américain·es) au Rochester Institute of Technology près de New York en 1983, le colloque *Coming of Age* marque l'acte de naissance d'un véritable champ académique autour de cet objet d'étude (Hodik et Remington, 1984). Ses buts, ses méthodes, ses adossements à d'autres disciplines n'ont depuis cessé d'être débattus (De Smet et De Bondt, 2012). De manière générale, il est possible d'identifier une première phase historiographique dans les années 1970 et 1980. L'objectif est alors de faire exister l'histoire du graphisme, en identifier les grandes figures, les courants stylistiques, que les auteurs échelonnent sur un grand récit linéaire prenant naissance dans les premiers signes de l'humanité (Müller-Brockmann, 1971; Meggs, 1983). Les limites de cette approche ont été peu à peu mises au jour à partir des années 1990 par des chercheur·euses se réclamant de l'histoire critique et plaidant pour une histoire qui se détache de l'analyse formaliste des chefs-d'œuvre, et qui accorde plus de place aux contextes politiques, sociaux, idéologiques et techniques des pratiques graphiques (Jobling et Crowley, 1996; Drucker et McVarish, 2009).

Une autre dimension de ces débats historiographiques concerne le manque d'inclusivité de l'histoire du graphisme, dont le récit canonique est longtemps demeuré centré sur des figures blanches et masculines (Scotford, 1991). Si les ouvrages généraux sur l'histoire du graphisme affichent souvent l'ambition de couvrir un grand nombre de pays, ils restent dans les faits

centrés sur l'Occident: Europe, Angleterre, États-Unis, avec parfois quelques aperçus sur les écoles de l'affiche cubaine et japonaise. À mesure que des travaux de recherche éclairent le rôle des femmes et des minorités dans l'histoire du graphisme, ou la production graphique des pays du Sud global⁸, il devient possible d'élargir ce récit — ce qui est particulièrement souhaitable lorsque l'on considère le fait que la plupart des étudiants de design graphique sont des étudiantes, et que les classes reflètent une diversité culturelle beaucoup plus grande que par le passé.

Mais, s'il est important de les exposer comme faisant partie intégrante de l'histoire du graphisme, il y a fort à parier que ces débats historiographiques ne font qu'ajouter à la perplexité des étudiant·es, notamment au regard de l'objectif de leur faciliter la découverte d'un terrain immense et de leur permettre de s'emparer des formes graphiques et des idées du siècle dernier sur le graphisme et la création. Comment, en particulier, répondre à leur attente légitime de belles images, de figures auxquelles s'identifier, et de grands repères dans la « culture générale » de leur future

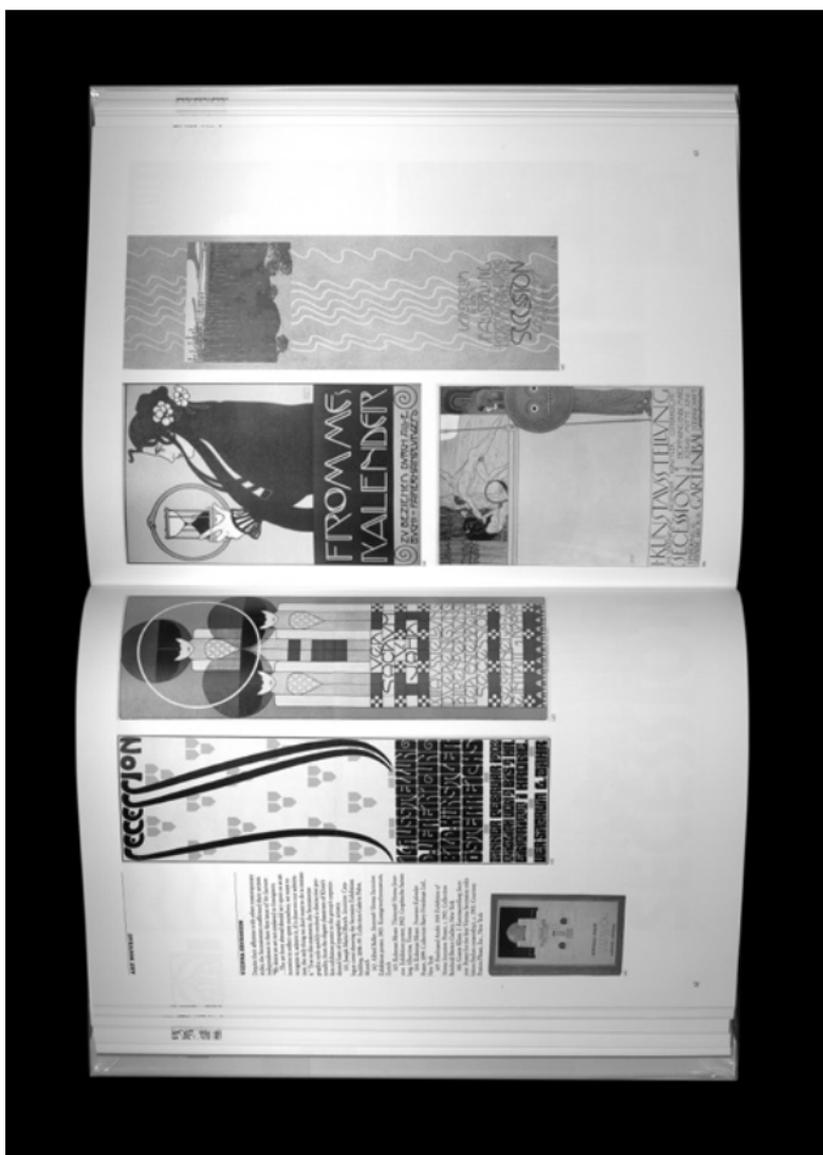
8 Signalons par exemple une publication importante comme celle de Bahia Shehab et Haytham Nawar, *A History of Arab Graphic Design*, Le Caire, American University of Cairo Press, 2020. Cette dynamique s'observe aussi en ligne, sur des plateformes comme Futuress.org (créée en 2019 par la graphiste Nina Paim), engagée sur les questions décoloniales et d'inclusivité, ou BIPOC Design History (créée en 2021 par le graphiste Silas Munro), qui entend réécrire l'histoire du design du point de vue des personnes noires, indigènes et de couleur [bipocdesignhistory.com].

profession? Quelle(s) histoire(s) raconter? Et que faire des catégories de style ou d'auteur·ice dans le contexte contemporain?

Peut-on recycler les styles graphiques d'autrefois ?

C'est d'une expérience pédagogique qu'est née l'une des révolutions conceptuelles et esthétiques majeures de la deuxième moitié du ^{xx}e siècle. Compte-rendu d'un voyage d'étudiant·es en architecture de l'université de Yale, mené·es par leurs professeur·es Robert Venturi, Denise Scott Brown et Steven Izenour, *Learning from Las Vegas* paraît en 1972. Le livre constate les « contradictions et la complexité » de l'urbanisme de Las Vegas, et la persistance d'un goût populaire pour l'abondance décorative et les pastiches de styles architecturaux historiques. Ce « refoulé architectural », à rebours des principes rationalistes et universalistes qui guidaient la conception architecturale sur la Côte Est, ébranle la pensée moderniste jusque dans ses racines.

Comme l'architecture et le design d'objet, le design graphique est frappé de plein fouet par cette remise en cause des grands préceptes de clarté, de lisibilité et d'universalité qui l'avaient guidé jusqu'alors et qu'il pensait avoir atteint avec le



style minimaliste du graphisme zurichois, imité dans le monde entier. Le graphisme des années 1980 témoigne d'interrogations profondes sur la lisibilité, mais aussi — c'est ce qui nous intéresse — sur la cyclicité des modes graphiques, et la possibilité de se livrer au pastiche de styles graphiques d'autrefois (Heller et Chwast, 1988).^[Fig. 1] Paula Scher, dans une célèbre campagne pour les montres Swatch, réinterprète une affiche touristique des années 1930 pour attirer les touristes dans les Alpes suisses, réalisée par le graphiste suisse Herbert Matter. Louise Fili s'inspire des enseignes Art Déco pour des couvertures de livres, des emballages et des affiches. Le travail d'Emigre, la fonderie-revue californienne portée par Zuzana Licko et Rudy VanderLans, pionnière du graphisme sur ordinateur et des fontes bitmap, est comparé à DADA (Poynor, 2003). C'est dans ce contexte que le graphiste new-yorkais Paul Rand écrit pour l'American Institute of Graphic Arts un article, « *Confusion and Chaos* », condamnant le mélange des genres dans le mélange des styles :

[Fig. 1] Steven Heller et Seymour Chwast, *Graphic Style: From Victorian to Post-Modern*, 1988

« L'omniprésence des capitales décoratives, largement espacées, les références visuelles de la typographie revivaliste, les collages pseudo-Dada et futuristes, et n'importe lequel des "effets spéciaux" rendus possible par l'ordinateur. Ces décorations inspirées sont, en apparence, des substituts bien pratiques des vraies idées et d'authentiques savoir-faire [...]. Que ces clichés soient utilisés de manière intem-

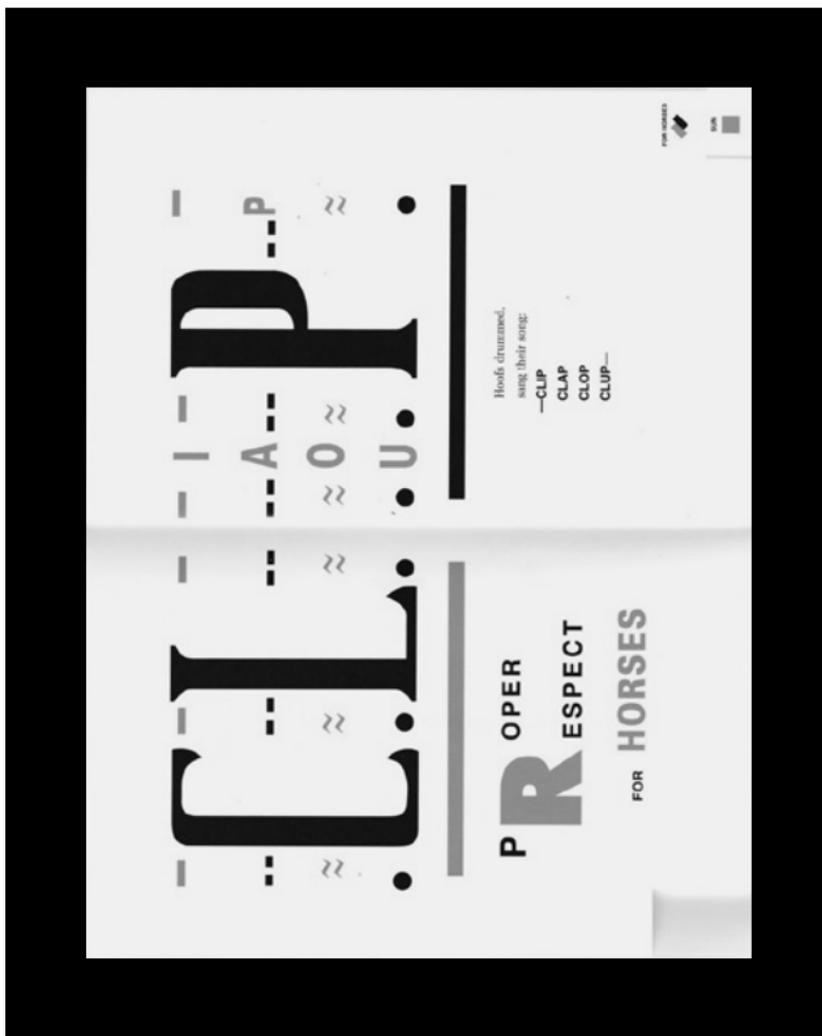
pestive et sans égard pour les besoins, est ce qui définit l'esprit tendance (*trendiness*). »
(Rand, 1992)

Selon Paul Rand, l'histoire des styles devrait procéder, de façon darwinienne, en sélectionnant le meilleur: « Le processus historique est (ou devrait être) un processus de distillation et non d'accumulation. En un sens, il est proche de la logique de sélection naturelle — la survie des plus adaptés (*survival of the fittest*). » Emblématique d'une assurance moderniste vacillante, cette vision semble, vue d'aujourd'hui, bien réductrice. L'indignation de Paul Rand pointait cependant la question de la validité conceptuelle des démarches de pastiche ou de citation stylistique et le risque de réduire le travail sur le sens à la fabrication d'une apparence sans contenu.

Ce que Rand manquait de percevoir c'est que les références historicistes du graphisme post-moderne des années 1980 et 1990, loin d'être superficielles, témoignaient d'une interrogation fondamentale sur le graphisme en tant que champ de création, sur ses moyens et sur le statut d'auteur·ice de ses praticien·nes — donnant lieu, à la même époque, à un bond en avant théorique et mettant le design graphique sur la voie de devenir une véritable discipline (Poynor, 2003). Car il est indéniable que le graphisme entretient une relation très puissante à l'histoire et à son histoire, les formes d'autrefois étant souvent la matière première de créations nouvelles. Comme l'écrit le graphiste et éditeur Scott-Martin

Kosofsky: « En graphisme, la vérité suprême est toujours d'être intéressant, et séduisant — et clair. C'est ce que nous recherchons. Mais c'est aussi un domaine qui, comme l'architecture et la mode, prend son passé à bras le corps en l'adaptant à des buts souvent très différents. » (Heller, 2019, p.31) Ainsi en va-t-il, de manière évidente, dans le dessin de caractère, lequel ne peut jamais faire tout à fait table rase de la forme des lettres, définie au cours de l'Antiquité et du Moyen Âge. Mais surtout parce que la communication visuelle s'appuie toujours sur la familiarité des destinataires pour certaines formes graphiques, qui construisent le système sous-jacent des connotations. Comment, dès lors, amener les étudiant·es à maîtriser ces possibilités de citations stylistiques, en dépassant la simple imitation formelle ?

En 1988, en pleine ambiance post-moderniste, Martha Scotford lance avec ses étudiant·es en design de l'université d'État de Caroline du Nord un projet de « traduction typographique » de *Dlia Golosa (Pour la Voix)*, fameux recueil de poésie de Vladimir Maïakovski, interprété typographiquement par El Lissitzky. Le texte expérimente sur les limites du langage poétique qui intègre l'onomatopée, la langue de la rue, dans une oralité énergique. Sa typographie illustre, elle, les thèses de Lissitzky sur la typographie de l'avenir (telles qu'exposées dans l'article « *Topographie der Typographie* » paru dans la revue d'avant-garde *Merz* la même année). Édité à Berlin en 1923, le livre se présente comme un petit volume, imprimé en rouge et noir, dont les 13 poèmes, disposés sur



13 doubles-pages, sont accessibles par un système d'onglets. Chaque double-page présente en page de gauche une « illustration » composée de signes typographiques (lettres, éléments de ponctuation et décorations géométriques) et en page de droite un poème dont la mise en page donne des indications pour une lecture à voix haute.

Au moment où Scotford et ses étudiant-es entament leur travail, le texte de Maïakovski avait déjà connu quelques traductions du russe vers l'anglais, mais aucune ne conservait la mise en forme du cyrillique. « C'est le nœud du problème pour le traducteur, le lecteur non russophone [...] : comment la littérature et l'art, qui sont ici inextricablement liés, peuvent-ils être traduits dans une autre langue, qui plus est un autre alphabet? » (Scotford, 1988, p.200) Travaillant avec l'aide d'une professeure en littérature slave, et après une recherche documentaire poussée sur le contexte constructiviste du livre original, les techniques d'impression et la poésie

visuelle, les étudiant-es ont développé des équivalents graphiques les plus convaincants possibles, afin de produire une édition facsimilé traduite.^[Fig. 2]

Résumant pour la revue *Visible Language* les réalisations et les apports pédagogiques de ce projet, Martha Scotford écrit qu'il a permis « d'approfondir la connaissance de l'histoire du design et de la typographie » et « d'apprécier l'inventivité de Lissitzky, sous la forme d'une variante contemporaine de l'imitation des Maîtres » (*ibid.*, p.220).

[Fig.2] Vladimir Maïakovski, *El Lissitzky, For the Voice [1923]*, traduction anglaise : Peter France, traduction typographique : Martha Scotford, MIT Press, British Library, 2000

Que faire des héroïnes ?

Pourtant, l'une des premières batailles de l'histoire critique du design graphique — dans laquelle Martha Scotford s'engagea très tôt (Scotford, 1991) — fut de déconstruire le récit linéaire façon «galerie de portraits», par lequel les premiers historiens du graphisme (Josef Müller-Brockmann, Philip B. Meggs, Richard Hollis) avaient cherché à faire exister la discipline et distinguer ses chefs de file (souvent masculins). Scotford en pointe non seulement les biais sexistes et occidentalocentrés, mais aussi le caractère pédagogiquement réducteur: «Pour les étudiant·es qui débute l'étude du graphisme, le canon donne l'impression qu'ils n'ont pas besoin d'aller plus loin, qu'ils ont vu le meilleur, et que le reste n'a pas d'intérêt. C'est injuste, dangereux et témoigne d'une courte vue.» (Scotford, 1991)

Sur le terrain pédagogique pourtant, difficile de raconter une histoire sans personnages. L'approche biographique est évidemment pro-

pice à l'identification, qui est une des manières de connecter le présent et le passé. Louis Danziger observait que ses étudiant·es étaient « plus impliqué·es dans leur travail, qu'ils percevaient désormais comme la partie d'un continuum. Iels se sentaient appartenir à quelque chose et peut-être les prochain·es contributeur·ices de cette histoire. » Et d'ajouter: « Même si je crois à l'importance des contextes et des déterminismes historiques, je pense que, particulièrement dans l'histoire du design, la personnalité individuelle est de la première importance! » (Heller et Balance, 2001, p.330) Son objectif était de faire connaître les pionniers du graphisme, dans une perspective qui valorise les personnalités individuelles et les anecdotes.

Pour autant, présenter les graphistes comme des individualités créatrices autonomes c'est courir le risque de manquer certains aspects qui distinguent fondamentalement le graphisme d'autres formes de création, et notamment des arts visuels. Ainsi, s'immerger dans la carrière d'une grande figure du graphisme devrait avant tout permettre de mettre en évidence moins la cohérence stylistique d'une hypothétique « œuvre » que la polyvalence qui caractérise ce champ professionnel et ses acteur·ices, qu'on voit exercer à la fois comme affichiste, maquettiste de revue, photographe, scénographe d'exposition, enseignant·e, auteur·ice de textes, ou artiste. Il est également possible de suivre, selon une trajectoire individuelle, les évolutions des contraintes techniques auxquelles les graphistes ne cessaient d'être confronté·es, les amenant à des repositionnements idéologiques ou stylistiques.

Le graphiste et enseignant David Reinfurt dispense ainsi depuis une dizaine d'années à l'université de Princeton un cours consacré au design graphique dans le cursus *Visual Arts*. Réunissant des étudiant·es d'horizons variés, pour qui il s'agit parfois du premier contact avec la discipline, le cours combine des apports théoriques et des exercices pratiques. En 2018, Reinfurt a condensé les moments magistraux de ce cours pour en faire six conférences de 45 minutes, données sur trois jours et destinées à être publiées (Reinfurt, 2020). Structuré autour de trois axes thématiques (*Typography*, *Gestalt* et *Interface*), abordés successivement, un par semestre, le cours de David Reinfurt présente quelques figures incontournables, comme László Moholy-Nagy, György Kepes, Max Bill, Muriel Cooper, Bruno Munari ou Susan Kare. D'elles et eux, Reinfurt présente en détail le parcours personnel et de formation, montre des croquis, des étapes de travail, des photographies prises dans leurs lieux de travail, diffuse des extraits d'interviews : en un mot, il fait voir ces graphistes comme des personnes en recherche et non comme des détenteur·ices de solutions. Le programme pédagogique de Reinfurt intègre de plus des travaux pratiques qui visent à faire comprendre les grands enjeux techniques de l'histoire du design graphique. Le premier « devoir » qu'il fixe aux étudiant·es de son cours est de composer une page sur une presse typographique traditionnelle ; puis, quelques semaines plus tard, de se mettre dans la peau d'un·e maquettiste à l'époque de la photocomposition afin de mettre en page un texte sommairement composé en colonnes, en

utilisant un photocopieur, de la colle et des ciseaux. Le caractère inventif des travaux des grandes figures présentés dans le cours sont ainsi mieux compris, à l'aune des contraintes techniques dans lesquelles ils évoluaient.^[Fig. 3]

L'approche biographique permet en outre d'amener les étudiant·es à une réflexion sur les modalités d'accès à la postérité. Comment écrit-on l'histoire? Quels projets, quelles personnes méritent de traverser le temps? Il est toujours utile de faire comprendre aux étudiant·es que le mérite intrinsèque d'une œuvre joue un petit rôle au regard de la construction sociale de la notoriété, du rôle des associations professionnelles, des réseaux et des institutions. Dans cet esprit, il importe à beaucoup d'enseignant·es de mettre en lumière des pans de l'histoire laissés dans l'ombre, notamment la contribution des femmes à l'histoire du graphisme, le graphisme des groupes sociaux minoritaires ou celui des pays non-occidentaux.

Briar Levit, professeure à l'université d'État de Portland, a ainsi fondé une base de données collaborative, *The People's Graphic Design Archive*, que ses étudiant·es sont encouragé·es à utiliser et enrichir⁹. L'archive s'érige sur l'idée que « tout le monde doit pouvoir décider ce qui fait partie de l'histoire du design graphique ». Tout internaute peut apporter sa contribution (projets achevés, photographies, correspondance, histoire orale, textes, pour peu qu'ils aient été produits il y a dix ans ou plus). On y trouve des fanzines, des tracts

9 [www.peoplesgdarchive.org]

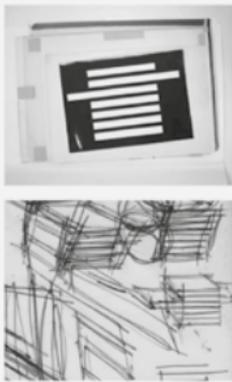
These titles inevitably betray Muriel Cooper's deep investment in synthesizing design with an intimate knowledge of production. *File Under Architecture* was produced entirely with the IBM Selectric, where quick and immediate typeface changes were as simple as replacing the typographic ball. Margins were set in multiple typefaces as a running commentary. The book was printed on butcher's paper and bound in corrugated cardboard. The result [v] looks like the process that made it and reveals a deep engagement with and symbiotic relation between the design and production of the book.



For *A Primer of Visual Literacy* [x] all typesetting again was produced on an IBM at the MIT Press. However, this time the result is not immediately recognizable as typewriting. The book was set in a crude proportionally spaced version of Univers, the sans serif typeface designed by Adrian Frutiger (who also designed the standard Courier letters).

Perhaps the most visible mark that Cooper left at the MIT Press was the design of the publisher's mark in 1964. In an early sketch for the logo, a shelf of books is clearly legible, viewed from an idealized axonometric projection. A row of seven books sit neatly next to each other with (conveniently) the fourth pulled up and the fifth pulled down. The result is an abstracted form of the abbreviation "MITP" or MIT Press. Flattening the mark to form a series of positive bars of equal width results in a clear barcode—as the products of mass production sit together in an orderly row, dematerialized into the pure information of a machine-readable graphic. This important piece of graphic design already contained

many of the concerns that Cooper would follow in the next 30 years probing the limits of mass production and exploring the impact of digital information [v].



As a publisher's mark, the MIT Press logo is called a colophon. More generally, a colophon refers to the page of a book that details its production process—who typeset it, who printed it, when it was printed, what edition it is, library catalog references, etc. It is a convenient coincidence that Cooper's legacy at the Press is most clearly lodged in both of these colophons—on the spine in a highly formalized graphic and on the last page, where production details are tallied.

At MIT Press, there were yet some books with which Cooper would be personally and comprehensively involved as the designer. One prime example is *Bauhaus: Weimar, Dessau, Berlin, Chicago* by Hans Wingler published in 1968. Supported in part by an NEA grant and additional MIT Press funding, she would spend most of two years designing and producing the book. The "Bauhaus Bible," as it's widely known, contains the definitive collection of documents from the German art school through its multiple locations and bureaucratic arrangements. The book includes correspondence, descriptions of each workshop, budgets, and photographs documenting the spaces of the school. She described the subject matter of this book as a perfect fit, a coincidence of subject, designer, and situation. The book design was given enough time to happen in a comprehensive manner and the stunning result reflects it. Cooper described the fortunate synchrony of subject matter and design brief:

militants, des magazines gays, des étiquettes de bagages, des pochettes de vinyle ou des animations et génériques pour la télévision... Les étudiant·es utilisent cette base de données comme point de départ pour des recherches qui sont ensuite diffusées sous la forme de posts Instagram. Dans une brève légende de 2200 signes, iels doivent fournir quelques éléments de contexte mais surtout mettre en évidence comment l'objet résonne avec l'actualité (politique, esthétique, technologique) contemporaine; et l'enseignante de relever: « C'est là le morceau le plus juteux! C'est l'analyse de l'objet et sa pertinence qui en font la lecture critique et pas une simple présentation. »^{[Fig. 4]¹⁰}

L'histoire du design graphique est ainsi la chambre d'écho de questions sociales et politiques fondamentales, toujours très actuelles, en particulier celles qui touchent aux logiques de domination et d'émancipation. L'histoire de la publicité par exemple est intimement liée à celle du capitalisme, du sexisme, ou de la violence coloniale — dont elle n'est pas seulement le témoin, mais l'instrument. Mais l'histoire du graphisme enregistre aussi la mémoire de mouvements contestataires et militants, qui irriguent encore certains positionnements contemporains. Son enseignement est le lieu privilégié de discussion de ces phénomènes sociaux et idéologiques. C'est ce qu'écrit Gui Bonsiepe, enseignant la Hochschule für Gestaltung d'Ulm:

[Fig. 3] David Reinfurt, A *New * Program for Graphic Design, 2020

10 « People's Graphic Design Archives x Instagram Histories », [www.teachingresource.aiga.org/project/pgda-x-instagram-histories/]



paugd_designhistory · Suivre

paugd_designhistory @PSUGD history students respond to works in The @peoplesgarchive

Valmor Products Co. was founded in 1926 by Morton Newmann, a Jewish-Hungarian man living in Chicago's South-Side. Together with his wife, Rose, they created the Valmor beauty empire that sold beauty, hair, and personal care products to a largely African-American population. The company was quite successful and hired many African-Americans to be salesmen, copywriters, and, most notably, designers. The packaging designs and advertisements made Valmor a focal point in the beauty product industry because of their romantic pulp-style illustrations. These eye-catching designs were done by Black artists and designers Charles Dawson and Jay Jackson and although the designs are still highly regarded, they were not allowed to sign their work and were not recognized as the artists until after their deaths. Even though Valmor's clientele and many of its employees were African-American, the company did little to support Black identity and beauty.

While Valmor catered to Black beauty needs, they did so in a way that promoted white beauty standards both in their illustrations and marketing. Packaging for Valmor products featured illustrations of socialized, white-washed individuals with straight, shiny black hair that promised a more beautiful and attractive complexion. This portrayal that light skin and straight hair will lead to a happy and love-filled life is harmful to society's perception of Black people and further engrains the idea that they must assimilate into white culture to achieve this.

Valmor created a space that fostered Black design and brought it into white mainstream culture but ultimately, Newmann took a culture that was not his own and made it more appealing so that he could make a profit. Valmor is a great example of how design changes throughout time. While

12 June
29 mars 2021

Ajouter un commentaire...

« Même si l'on rejette le projet moderniste, sa position programmatique pour le futur demeure valide aujourd'hui, et l'intention de réfléchir aux moyens de changer la configuration sociale actuelle reste, non seulement désirable, mais nécessaire. Dans un tel contexte, l'histoire démontre sa pertinence quand elle se conçoit, non pas chronologiquement comme une séquence de faits, mais comme une explication du passé — et du présent à travers le passé. »
(Bonsiepe, 2022, p.270)

Les étudiant·es sont par exemple toujours curieux·ses de comprendre comment s'est opérée la structuration de leur champ, désormais scindé (en Europe du moins) entre le secteur de la commande culturelle et la communication publicitaire. Remettre en perspective historique le rejet de la publicité (de la célébration de la réclame moderne au début du xx^e siècle à la critique des intellectuel·les de gauche des années 1960) permet ainsi de soulever quelques questions éthiques fondamentales, et questionner le rôle du graphisme dans l'ordre social — une interrogation plus que jamais nécessaire à l'heure où grondent des crises de toutes sortes. Traverser l'histoire de la publicité est également l'occasion d'explorer une matière visuelle finalement peu étudiée par l'histoire « canonique » : un graphisme très photographique, aux mises en forme répétitives, où la créativité est souvent plus celle du·de la

[Fig.4] Post Instagram de Kelsey Zuberbuehler, étudiante à l'université d'État de Portland, dans le cadre du projet *People's Graphic Design Archive* x *Instagram Histories*, 2021

rédacteur·ice auteur·ice du texte et du slogan que des metteur·euses en forme graphique. Se confronter, aujourd'hui, aux images publicitaires des années 1950 et 1960, à leurs stéréotypes (en particulier de genre) offre ainsi la possibilité d'exercer des compétences critiques qui sont non seulement utiles mais nécessaires à la pratique.

2

Au sein de la formation en école d'art, le cours d'histoire du design graphique est intégré à un faisceau d'enseignements théoriques dont le format et les modes de validation sont souvent proches des attendus universitaires. On y pratique la lecture, la recherche documentaire, la discussion critique, et différentes formes d'écriture (description, synthèse, analyse). Ces compétences académiques semblent parfois intimidantes ou rébarbatives aux étudiant·es, à qui il faut souvent rappeler qu'elles ne sont pas si scolaires, ni détachées des compétences travaillées dans les cours d'atelier. La recherche documentaire est en effet souvent un préalable à beaucoup de projets. Par ailleurs, la formation pratique en école d'art comporte une énorme part d'activité critique, si l'on entend par là la capacité à comprendre et discuter son travail et celui des autres. Les étudiant·es qui s'inscrivent dans ces formations viennent y chercher le retour critique des enseignant·es et de leurs pairs, lors de séances de discussion portant sur les choix effectués,

le parcours de la réflexion, comment le travail «se tient» et par où il pourrait gagner en épaisseur. Ces séances de discussions critiques mobilisent des compétences communes avec le champ académique comme la capacité à formuler des questions pertinentes (problématiser), à argumenter, à rendre compte de la complexité, à s'exprimer avec nuance, à sortir de la simple opinion. Ce sont aussi des compétences qui peuvent être exercées sans crainte sur le travail des prédécesseur·euses, avec des effets assurément bénéfiques sur toutes sortes de compétences fondamentalement liées au design.

En rejoignant le domaine du design et ses méthodologies, les arts graphiques devenus le design graphique ont hérité d'un système de pensée qui envisage la création selon une méthodologie particulière. Le *design thinking* est souvent de manière simpliste présenté comme un processus qui mène de l'identification d'un problème à sa résolution dans la production de formes ou d'objets, à travers des étapes plus ou moins prédéterminées et dont fait partie l'identification de projets similaires par leur thématique, méthode ou médium. Si l'on peut imaginer que le travail de quelques contemporains puisse avoir une pertinence dans ce système, qu'en est-il des soi-disant « références » historiques ? En quoi savoir que le *scroll* en web design fait référence à la première forme du livre (les rouleaux de papyrus nommés *volumen*), ou que les logotypes publicitaires ont pour ancêtre l'héraldique, serait-il d'une quelconque utilité ? Revoir les pictogrammes de Gerd Arntz pour l'Isotype aide-t-il au moment de dessiner l'interface d'une application pour smartphone aujourd'hui ?

[Fig. 5] Workshop *Latin Dishu*, conduit par François Chastanet à la HEAD – Genève, 2017



En réalité, il faut faire l'hypothèse que l'étude de l'histoire affecte les étudiant-es de manière beaucoup plus inconsciente que sous la forme de la «référence» nommément citée; et notamment par l'observation et la compréhension des formes ou des manières d'affronter des problèmes techniques et de communication, qui peuvent être actualisées pour et dans le présent. C'est l'argument du graphiste et historien anglais Richard Hollis :

«Si vous apprenez à partir de ce que d'autres ont très bien fait avant vous et que vous essayez de reconstituer ce qui se passait dans leur tête, et à leur époque, et quelles technologies étaient disponibles, cela vous aide à comprendre la démarche de design. Même si cela ne semble pas immédiatement pertinent pour vous qui êtes assis devant votre écran d'ordinateur, cela construit chez vous une compréhension de la manière dont les choses sont produites et consommées visuellement.»
(Hollis, 2020, p.191)

Plus qu'une connaissance livresque, c'est ainsi une histoire appropriée intimement qui est utile au designer. Elle peut même se manifester sous la forme de l'expérience kinésique. Ainsi, lors d'ateliers pratiques, le typographe François Chastanet fait travailler les étudiant-es sur le geste manuel du tracé scripteur, le *ductus*, notamment via la pratique du *Dishu*, une technique de calligraphie chinoise tracée à l'eau sur le sol dans l'espace public.^[Fig. 5] Conscient de son anachronisme (qui écrit

encore à la main?), Chastanet explique que l'exercice est cependant fondamental pour comprendre le squelette de l'alphabet romain :

«Le principal enjeu est la connaissance de l'origine des lettres, aujourd'hui utilisées majoritairement à l'écran puis parfois reproduites et imprimées. Revivre l'expérience calligraphique des canons historiques constitue [...] un point d'entrée privilégié pour l'aspirant dessinateur de caractères afin de développer sa capacité de voir et d'appréhender les formes. [...] Cette phase de redécouverte de l'écriture permet de poser la différence claire entre calligraphie [...], lettrage [...] et dessin et caractères [...] qui est essentielle pour la compréhension des différents enjeux du dessin.» (Chastanet, 2018, p.118)

Pour Chastanet, des pratiques scripturales plus récentes, en particulier le graffiti et certaines productions de grand format dans l'espace public, sont les héritières directes de ce geste ancien de l'écriture manuscrite. Plutôt que de chercher à puiser dans l'histoire des «idées», il importe ainsi surtout de prendre conscience des voies par lesquelles elle irrigue notre présent.

Au demeurant, il apparaît aujourd'hui de plus en plus clairement que la rhétorique de la «résolution de problème» appartient à un paradigme moderniste dépassé, qui enferme le design (et le design graphique avec lui) dans la représentation trom-

peuse d'un processus mécanique, linéaire, aux résultats garantis; mais aussi dans l'idée fausse que les problèmes existeraient indépendamment des personnes qui cherchent à les résoudre (Dubberly, 2022). Le graphiste Geoff Kaplan, professeur de graphisme à Yale, résume très bien ce soupçon :

« Depuis le premier cycle de ma formation en graphisme dans la première moitié des années 1980, quand le design graphique était seulement et toujours décrit comme une activité de “résolution de problème”, j’ai toujours été mal à l’aise avec cette caractérisation. Quels problèmes? Et si le design consiste à résoudre des problèmes, pourquoi tant de ces problèmes persistent (la guerre, la faim, les inégalités salariales, le sans-abrisme, le racisme et l’antisémitisme...)? Les problèmes que nous, graphistes, tentons de résoudre ne doivent pas être trop difficiles ou trop “tordus”. »
(Kaplan, 2022, p.24)

À moins, comme le lui avait suggéré une collègue, Anne Burdick, que ces problèmes « soient pensés et traités comme des problèmes philosophiques, et non pas mathématiques; sociologiques et non pas scientifiques; historiques et non pas seulement techniques » (*ibid.*). Cette hypothèse invite à renforcer, dans la pédagogie du graphisme, les compétences d’observation et de réflexion sur la société, ses médias, ses signes.

La fréquentation de l'histoire du graphisme donne l'occasion d'aiguiser son regard et travailler sa capacité non seulement à lire les images (Dondis, 1973) mais à comprendre comment le sens vient aux images, comment celles-ci parviennent, par des moyens visuels, à véhiculer des significations — lesquelles pourront ensuite être explicitées par des mots. Forcée par la linguistique (époque structuraliste), l'idée que l'image serait dotée d'un langage propre s'implante fortement dans la culture des graphistes dans les années 1960. En témoigne le succès de la formule « communication visuelle » utilisée de manière pionnière pour désigner l'un des cursus de la Hochschule für Gestaltung d'Ulm (1953-1968). Elle gagne en quelques années une popularité que l'appellation « design graphique » n'aura pas avant longtemps en Europe continentale. Josef Müller-Brockmann, éminent graphiste zurichois, chef de file du « style suisse », l'emploie pour le titre de son *Histoire de la Communication visuelle* (1971), pendant qu'à Paris la revue *Communication & Langages* publie des

textes théoriques fondateurs sur l’affiche, la typographie, la publicité. Dans leur sillage, la formule « communication visuelle » s’impose dans nombre d’écoles d’art et de design pour désigner des cursus de formation polyvalents en création graphique¹¹.

Les étudiant·es en « communication visuelle » de l’École d’Ulm suivaient des enseignements en mathématiques, sociologie, histoire culturelle, mais aussi en sciences cognitives, ces derniers orientés par la psychologie de la Gestalt, et les théories de Gyorgy Kepes (Buckley, 2022). Ces théories modernistes de la vision reposent sur l’idée que certaines formes graphiques ont des caractéristiques sémantiques immuables et que, bien identifiées et utilisées, elles peuvent déterminer l’impression d’équilibre, de mouvement, d’intensité, etc. d’une composition. Il en découle des applications pratiques pour la conception des messages visuels — mais finalement assez peu d’outils pour lire les productions graphiques comme des « machines sémantiques ». Et pour cause, les principes de la Gestalt, observés comme des faits scientifiques de la perception humaine, ne font aucun cas de la variété des contextes historiques. Ils se limitent, de plus, à des images fort simples — essentiellement les formes géométriques de base et leurs combinaisons.

Il est clair qu’un véritable entraînement à la lecture d’images dans le champ du graphisme appelle d’autres outils de lecture, en particulier ceux que la sémiologie a mis en œuvre depuis les premiers textes de Roland Barthes sur la publicité

11 Au moment de l’écriture de ce texte, elle est encore en vigueur à la HES-SO.

et la presse magazine. Même si la sémiologie de Barthes fait peu de cas du contexte des images¹², elle prend place dans un système épistémologique qui compare les images entre elles et tente de mettre en mots de grands concepts culturels transversaux (le « mythe »). Il apparaît en effet fondamental de placer l'image dans le contexte d'habitudes visuelles, d'horizons d'attente déterminés par le type de produit, de service ou d'événement annoncé, et son positionnement dans l'offre commerciale et culturelle de son époque. Comme l'écrit le sémiologue Pierre Fresnault-Deruelle, fin lecteur des affiches illustrées: « Une image est toujours une image d'une image. Autrement dit, "derrière" (ou "sous") l'image qu'on a sous les yeux, des configurations adventices viennent s'éclairer comme en transparence. » (Fresnault-Deruelle, 2011, p.10). On peut alors voir apparaître d'affiche en affiche des « motifs » (dans le sens de *leitmotiv*), des effets de récurrences qui permettent d'aller plus loin que la lecture de l'anecdote, ou des effets de sens propres à telle ou telle production. Il est par conséquent clair que l'exercice du regard s'articule à des compétences de recherche documentaire et en particulier de recherche d'images.

12 La fameuse étude de la publicité pour les « pâtes à l'italienne de luxe » Panzani étudiée par Barthes dans « Rhétorique de l'image » (1964) est ainsi désignée comme une affiche (alors qu'il s'agit d'une annonce publicitaire, diffusée dans la presse) et ne dit pas un mot du commanditaire et de son public, notamment par exemple que Panzani est une marque française dont l'« italianité » est par conséquent tout à fait artificielle.

Méthodes de recherche en terrain non cartographié par Wikipédia

Un travail fréquemment demandé aux étudiant·es des cours d'histoire du design graphique est d'effectuer une petite recherche documentaire sur un objet graphique historique. Paradoxalement, l'exercice sera d'autant plus bénéfique que l'objet à commenter est inconnu ou presque, et qu'il n'est pas l'un des chefs-d'œuvre de l'histoire de l'affiche, dûment catalogués et décrits par les collections publiques qui les conservent. L'aventure n'est cependant pas sans péril...

Il faut avant tout admettre que l'écrasante majorité des recherches documentaires s'effectue aujourd'hui en ligne, et qu'il devient chaque jour de plus en plus vain d'opposer les sources imprimées « fiables » et les sources numériques « non fiables », en raison de la grande porosité de ces médias (des livres imprimés existent en version numérique ou en numérisation sur internet, et bon nombre des livres publiés aujourd'hui s'appuient sur des sources d'information en ligne), mais, surtout, de l'intelligence collective à laquelle internet donne

accès, et dont Wikipédia est la meilleure incarnation — et ce même si Wikipédia est très pauvre ou imprécise sur l’histoire du design graphique¹³. Il n’en demeure pas moins que la recherche documentaire en histoire du design en ligne a ses spécificités, dont la première est d’être dominée par le régime de l’image :

«Le rôle des images dans la recherche s’est transformé radicalement depuis l’arrivée d’internet. Historiquement, une image était une annexe, une illustration. Nous travaillions à partir d’informations et ajoutons l’image pour expliquer ou clarifier. Aujourd’hui il est commun que le premier point de contact avec un objet soit son image. L’information, si elle a la chance d’y être restée attachée, arrive plus tard dans le processus de découverte.»
(Bird, 2019)

Ainsi, la recherche documentaire en histoire du graphisme consiste souvent, dans un premier temps, à naviguer parmi d’immenses corpus d’images, de reproductions d’affiches, de pages de journaux, d’annonces publicitaires, de couvertures

13 À titre d’exemple, à l’automne 2023, on ne trouve (sur Wikipédia francophone) rien sur les frères Stenberg, prolifiques affichistes de cinéma de l’époque soviétique, ni sur Nelly Rudin, importante graphiste suisse, et seulement d’indigentes notices biographiques sur Herbert Bayer, le typographe du Bauhaus, sur Béatrice Warde, typographe et autrice de textes sur la typographie, sur Piet Zwart, grand moderniste néerlandais, ou sur le typographe français Roger Excoffon.

de livres, de pochettes de disque... Les images abondent, mais leur référencement est parfois erroné, souvent manquant. Les productions du design graphique n'étant que rarement signées, les attributions fautives sont légion, et largement reprises et amplifiées par les réseaux sociaux comme Pinterest, Redbubble, et jusqu'au moteur de recherche Google Images. Une affiche d'Ikko Tanaka circule comme étant une pochette de cassette audio de musique pour les magasins MUJI.^{[Fig. 6]¹⁴} Des projets d'étudiant·es pastichant certain·es graphistes sont référencés comme des œuvres de ces créateur·ices. Des rééditions au format poche sont datées ou attribuées aux éditeur·ices de l'édition originale. Même si cela est souvent déstabilisant, il est d'un grand intérêt pédagogique d'en faire l'expérience. L'exercice permet de prendre conscience de la nécessité de croiser ses sources — un des fondamentaux de la recherche —, mais aussi d'utiliser internet pour ce qu'il est, c'est-à-dire comme un réseau de producteur·ices de contenus, individuels et institutionnels. Comme le fait remarquer Matthew Bird, enseignant en design à l'École de design de Rhode Island :

« Chaque source numérique a des avantages et des désavantages qui la rendent utile, mais insuffisamment fiable pour être utilisée de manière isolée pour une recherche. Utiliser les sources web comme un réseau de contenus

14 Le designer Robert Beatty consacra un fil Twitter à cette méprise en 2021. [www.arenablock.com/block/11200287]

[Fig. 6] Post Twitter de l'artiste et designer Robert Beatty relevant une erreur d'attribution sur une affiche d'Ikko Tanaka, 2021



entrelacés augmente leur force et permet de dépasser leur faiblesse individuelle. De la simple trouvaille, elles deviennent un gisement documentaire inédit. » (Bird, 2019)

Les étudiant·es utilisent souvent internet comme une vaste bibliothèque, dont le contenu est appelé par la frappe de quelques mots clés sur les moteurs de recherche. Or, documenter un objet graphique sur internet ne peut se faire que par l'exploration de différents sites dont il est impossible de connaître l'adresse à l'avance : blogs de passionné·es, outils de recherche d'images inversée, librairies d'occasion spécialisées dans les livres anciens, disquaires, archives de la presse, sites de vente en ligne, qui permettent de retrouver la trace de marques disparues, de débats contemporains à certaines campagnes d'affichage, voire de certain·es graphistes retraité·es heureux·ses d'apporter leur témoignage. C'est la promesse d'une expérience démythifiante de la recherche que les étudiant·es découvrent finalement fort peu cérémonieuse. Et dont il est très gratifiant, à la fin, de partager le résultat, souvent inédit.

3

Réfléchissant à la manière dont le milieu du graphisme appréhende l'histoire, ce qu'il en fait, comment il la fait, l'historienne Catherine de Smet se réfère au concept de « régimes d'historicité » proposé par François Hartog pour désigner la manière dont les groupes sociaux usent d'une expérience commune du temps. Il est clair que le design graphique s'inscrit dans le temps d'une manière particulière, qu'il a son propre « régime d'historicité ». Comme l'écrit Catherine de Smet: « Il y a sans nul doute des expériences du temps propres au design graphique, entre la longue durée de l'écriture, la relative stabilité de la forme des caractères, et la courte vie de bien des productions imprimées, en dehors du livre. » (De Smet, 2017).

Il importe ainsi de refléter, en école d'art, ces « expériences du temps » comme des composantes fondamentales de la création. Comme toutes les disciplines du design, le design graphique est une activité constituée et travaillée par l'anticipation. Il s'agit de prévoir, depuis le studio, la matérialité

de la fabrication à l'imprimerie, d'annoncer des événements qui ne se sont pas encore produits, d'anticiper la réaction du public, de concevoir des objets qui vivront des siècles (les livres), ou évolueront au bout de quelques années (les identités visuelles). Projeté·es dans l'avenir, qui est aussi pour elleux la toile de fond de leur avenir professionnel, il est assez profitable aux étudiant·es en design graphique de réfléchir à ce qui tient ensemble le passé, le présent et le futur.

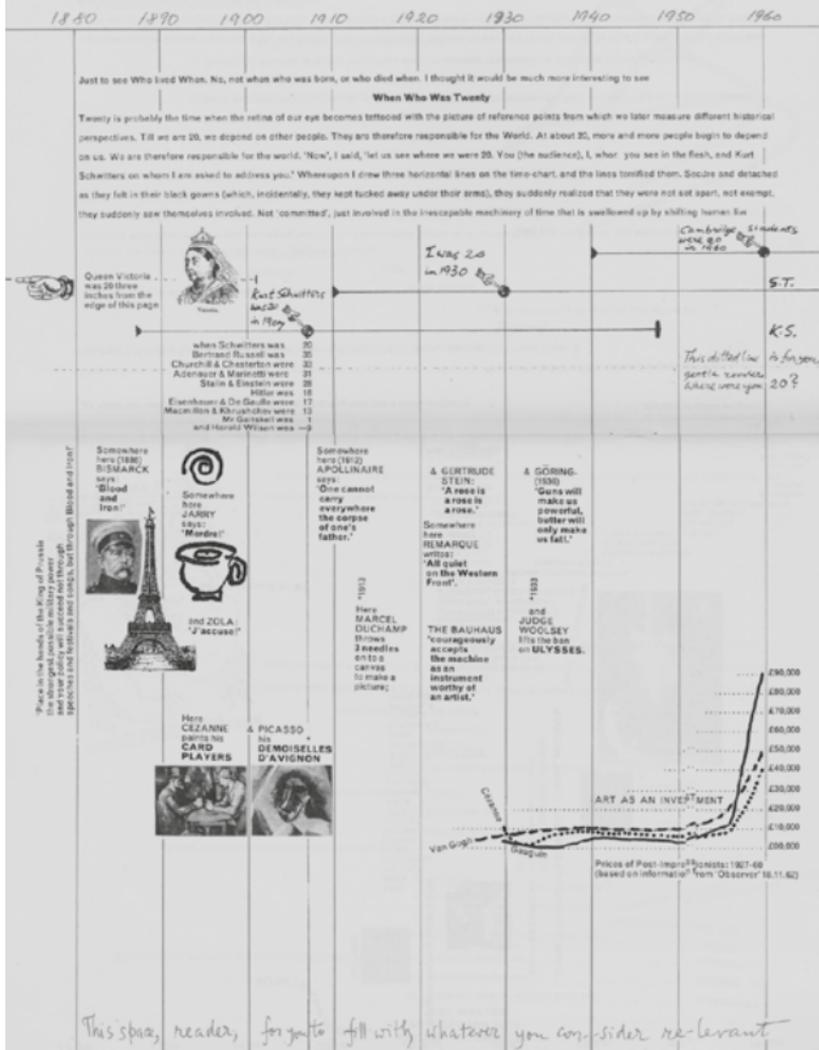
Le bénéfice didactique d'une forme graphique bien connue vient évidemment à l'esprit: il s'agit de la frise chronologique. Cette forme, parmi les plus anciennes, de visualisation de données a le défaut de représenter un temps mathématique, linéaire et homogène, finalement assez différent de la perception individuelle et humaine de l'écoulement du temps, lequel est fait de discontinuités, de subdivisions, d'impressions du temps très variables (Drucker, 2014, p.75). Accorder ces représentations est une tâche délicate mais un vrai travail de designer, qui permet en outre de se situer personnellement et intimement dans le cours de l'histoire.

En témoigne un exemple déjà ancien, mais qui n'a pas perdu de sa vitalité. En 1961, l'artiste polonais Stefan Themerson est invité à présenter une conférence à Cambridge sur Kurt Schwitters. L'auditoire est composé d'étudiant-es d'une vingtaine d'années, que Themerson perçoit assez détaché-es des problématiques de l'avant-garde qui animait Schwitters. C'est par une frise chrono-

[Fig. 7] Stefan Themerson, « Kurt Schwitters on a Time-Chart », *Typographica*, n° 16, 1967

I have just come back from Cambridge, where I was asked to address a Society of Arts on Kurt Schwitters in England. The average age of the audience was about 20. Consequently, I learnt more from them than they did from me. What I learnt I will tell you later. One of my tasks was to make these 20-year-old men and women see that the objects they liked or disliked (such objects as Schwitters' collages) were produced in a world quite larger than theirs, in a world in which clocks turn much more quickly than do those embedded in the old walls of the colleges. Their minds lived in the socially cultivated quiescent isolation of the university green lawns. The objects they wanted to know whether to like or dislike came to them from a different context. They were produced in a world which changes with each turn of its clocks.

I draw a time-chart on the blackboard:



logique dessinée sur le tableau noir (plus tard reproduite dans la revue britannique *Typographica*) qu'il parvient à leur faire comprendre ce qu'était le monde dans lequel Schwitters avait eu vingt ans, cinquante ans plus tôt, et la perception qu'il pouvait avoir des événements de son temps. Y figurent quelques grands repères de l'histoire britannique et de l'histoire de l'art moderne au xx^e siècle, mais surtout des événements biographiques propres à chacun: les vingt ans des étudiant·es, ceux de l'orateur, la durée de vie approximative de chacun·e. « Iels réalisèrent soudain qu'iels n'étaient pas à l'abri, en retrait [mais bel et bien] pris dans cette inextricable machinerie du temps qui avale perpétuellement l'existence humaine. » (Themerson, 1964). La frise de Themerson se couvre peu à peu, au fil de la conférence, de notes personnelles, de réactions subjectives, de mises en relations diverses, qui illustrent l'esprit DADA et le travail sur l'annotation caractéristique du travail de Schwitters durant ses années britanniques (1940-1948).^[Fig. 7]

Ce genre de représentation buissonnante échappe à la linéarité et à la téléologie traditionnellement associées à la frise chronologique. Ainsi l'histoire critique a-t-elle encouragé des pratiques historiographiques qui ne cherchent pas à décrire de grands mouvements ou tendances évolutives, mais à procéder par sauts de puce et contretemps. Certain·es enseignant·es revendiquent de ne plus enseigner l'histoire du design graphique de manière chronologique, mais d'organiser le cours autour de « problématiques » (par exemple: la typographie, le design d'information, l'appropriation

tion culturelle, les stéréotypes, le design universel, l'éthique), permettant de présenter plus directement aux étudiant·es leur cyclicité, plutôt que les grands récits (Griffin, 2019).

Les étudiant·es graphistes sont par exemple particulièrement sensibles à l'exposé de configurations historiques dans lesquelles leurs prédécesseur·euses ont imaginé ou énoncé l'avenir de leur métier. Quelles craintes et enthousiasmes étaient les leurs? Que pouvaient-iels deviner de là où nous sommes aujourd'hui? Quelles « crises » ont-iels surmontées? Les exemples ne manquent pas, aussi bien dans des registres enthousiastes que pessimistes. On n'a pas cessé, par exemple, de prophétiser depuis la fin du XIX^e siècle la disparition du livre imprimé, appelé à être immanquablement remplacé, à terme, par d'autres médias, électriques ou sonores (Ludovico, 2012). Loin de le déplorer, les artistes et typographes de l'avant-garde se sont réjoui·es, dès les années 1920-1930, de l'accélération de la communication, de la montée en puissance des images et des signaux électriques, et y ont vu et saisi l'occasion de réinventer les formes éditoriales traditionnelles: livres « cinématographiques » ou appelant des lectures sonores (comme celui de Lissitzky évoqué plus haut).

Mais c'est surtout autour des évolutions des techniques graphiques et de leurs effets sur le métier que la possibilité d'identification est la plus saisissante dans le contexte actuel. Depuis leur industrialisation au XIX^e siècle, les métiers de la création graphique se sont constamment sentis « en crise ». C'est particulièrement le cas dans

l'édition et la presse qui enregistrent le plus nettement les nouveautés techniques, augmentant la productivité, parfois au détriment de la qualité et du maintien des emplois. Le même sentiment de menace est exprimé par les artistes graveurs concurrencés par les techniques de photogravure, par les compositeurs sur Linotype remplacés par les dactylographes des bureaux de photocomposition — eux-mêmes remplacés une dizaine d'années plus tard par la Publication Assistée par Ordinateur. Cette dernière transition, en rendant les outils de création accessibles à n'importe qui, a été vécue comme la plus grande menace sur l'existence de la profession. Quarante ans plus tard, les graphistes professionnel·les n'ont jamais été aussi nombreux·ses. Dans le contexte actuel de développement de l'intelligence artificielle et l'horizon plus si lointain de l'automatisation de nombreuses tâches de mise en page et de production de contenus, voir et entendre ces prédécesseur·euses du ^{xx}e siècle confronté·es à la même crainte d'être remplacé·es par des machines aveugles fournit des raisons de rester optimiste sur la capacité de réinvention du métier, mais aussi lucide sur les changements esthétiques, idéologiques et sociaux que les évolutions techniques amènent et accompagnent.

Comme pour l'histoire de l'art, de l'architecture, du design d'objets, l'enseignement de l'histoire du design graphique s'appuie souvent sur des reproductions : des images projetées sur le grand écran du cours magistral, reproduites sur les pages de livres, ou défilant sur les sites de ressources et bases de données numériques. On a alors sous les yeux des vignettes sans volume, dont les formats sont difficiles à percevoir. La conséquence en est une tendance à se concentrer sur la forme des productions graphiques — au détriment des contextes, des usages et des idées (Wilkins, 1992; Sfligiotti, 2022). De plus, nous pouvons facilement concevoir qu'à une époque où les regards des étudiant·es comme des enseignant·es parcourent chaque jour des centaines d'images, le recours aux reproductions affadit l'expérience de dépaysement esthétique à laquelle l'histoire nous invite.

Comment sortir de cette anesthésie du regard? En se confrontant à des objets graphiques «de chair et d'os», notamment en se rendant dans des

collections publiques locales, conservant des fonds de graphisme. En la matière, les ressources des musées (qui sont rares à collectionner les affiches, sans parler du graphisme plus général) sont habituellement moins riches que celles des bibliothèques et leurs fonds imprimés, qui couvrent souvent, outre les fonds d'affiches, plusieurs siècles d'édition, et comportent parfois de beaux ensembles thématiques ou monographiques. Des expositions et/ou des petites publications ont pu résulter de ces partenariats pédagogiques entre écoles d'art et collections, lesquelles questionnent parfois tout particulièrement la question du devenir muséal du graphisme, et ses conditions de conservation¹⁵. Nous donnerons deux exemples, qui témoignent bien de l'émotion provoquée par cette rencontre avec les objets graphiques.

En 2018-2019, des étudiant·es en grade Master de l'atelier de Communication graphique de la Haute École des Arts du Rhin (HEAR) de Strasbourg, ont travaillé à la Bibliothèque des Musées de Strasbourg sur une collection de livres et documents DADA. Accompagné·es par deux enseignant·es, Yohanna My Nguyen et Jérôme Saint-Loubert Bié, iels en ont tiré une petite édition, distribuée pendant une exposition qui s'est tenue du 30 avril au 29 juin 2019. C'est un petit

15 *Collectionner, conserver, exposer le graphisme. Entretiens autour du travail de Dieter Roth conservé au Frac Bretagne*, EEASAB-Frac Bretagne, 2015. Projet mené par des étudiant·es de l'École Européenne supérieure d'Art de Bretagne, à Rennes, sous la direction de Catherine de Smet, Kévin Donnot et Isabelle Jégo.

cahier agrafé sous jaquette, réunissant des reproductions en quadrichromie de vues de détails des publications DADA étudiées par les étudiant-es, et de courts textes thématiques de leur main décrivant certains aspects du graphisme dadaïste. Présentant le cadre de ce projet éditorial, Nguyen et Saint-Loubert Bié pointent cet effet d'anesthésie visuelle provoqué par la reproduction *ad nauseam* des revues et tracts de DADA, « objets déjà balisés, souvent cités, analysés, reproduits jusque sur des cartes postales ou des couvertures de carnets d'adresse ». Quand iels les ont « véritablement découverts » lors de leur première visite à la Bibliothèque des Musées de Strasbourg, avec son responsable, Franck Knoery, iels ont été frappé-es par ce que les images ne pouvaient montrer : leur aspect tangible.

« La matérialité des artefacts et les questionnements que celle-ci suscitait ont peu à peu enrichi les échanges. Au fil des observations, des manipulations, de l'appréciation des détails, l'intérêt s'est alors porté sur les différentes caractéristiques matérielles des documents que pour la plupart nous ne connaissions qu'à travers des reproductions aperçues dans des livres, ou plus probablement en ligne. Comment ceux-ci avaient-ils été produits en fonction des contraintes de l'époque (fabrication du papier, techniques d'impression, de reliure, disponibilité "physiquement" limitée de fonds de caractères, en bois ou au plomb) ?¹⁶ »

Cette expérience a déterminé la forme de la publication, qui met en évidence « l'action du temps », en les montrant « différemment qu'au banc de reproduction, frontalement, avec un éclairage uniforme » pour restituer plutôt « la matérialité graphique à travers un travail photographique plus "subjectif" composé de vues de détails, de biais, de surfaces de pages, de coins jaunis ou déchirés, de taches de rouille, d'agrafes, de tampons d'archives, etc. ». ^[Fig. 8] Ce genre de représentation de la matérialité des livres et des formes éditoriales n'est pas inédit dans le graphisme éditorial contemporain, mais dans ce contexte pédagogique précis, il témoigne d'un rapport très incarné de ces futures graphistes, c'est-à-dire praticien·nes de l'imprimé, à l'histoire du livre et de l'édition.

S'il peut être parfois difficile de sortir des murs de la salle de classe, les objets graphiques sont tout à fait habiles à y pénétrer — un avantage que n'ont pas toujours les œuvres discutées dans les cours d'autres disciplines enseignées en école d'art. C'est particulièrement le cas des livres et revues du siècle dernier qui forment une ressource inépuisable et facilement accessible à peu de frais chez les bouquinistes et sur les marchés aux puces, pour peu qu'on accepte de s'intéresser aux livres de poche, ou aux magazines grand public et leurs publicités. Cette matière permet de s'écarter des

16 Yohanna My Nguyen et Jérôme Saint-Loubert Bié, « Dada: vu et revu », DADA COLLECTION, Bibliothèque des Musées de Strasbourg-HEAR, 2019, p.43-46. Les étudiant·es étaient Valentin Meynadier, Laurine Pasco et Lucile Weber.

[Fig. 8] **DADA COLLECTION**, publication réalisée par les étudiant·es en Communication graphique de la HEAR, 2019



sentiers battus du récit canonique pour mettre en lumière des objets moins nobles, comme ce fut le cas dans un projet pédagogique mené en 2018 à la Haute école des arts de Berne, par Sarah Zeller, Sandra Bischler et Robert Lzicar, avec les étudiant·es du Bachelor Communication visuelle, dans le séminaire d'histoire du design graphique. Sur toile de fond d'un grand projet de recherche financé par le Fonds National Suisse (*Swiss Graphic Design History Revisited* porté par Davide Fornari et Robert Lzicar), les enseignant·es et étudiant·es ont exploré un matériau graphique laissé dans l'ombre par les chefs-d'œuvre du « style suisse », si souvent exposés et reproduits : « Le graphisme ordinaire anonyme des décennies passées raconte des histoires pertinentes, et, en même temps permet de compléter les grands récits par des approches alternatives et personnelles¹⁷. »

À partir d'objets graphiques prélevés « chez soi, dans la cave de leurs grands-parents ou dans les brocantes » et rapportés en classe, les étudiant·es eurent à mener des recherches documentaires et rédigèrent de petits textes, au ton personnel, témoignant de leur intérêt pour leur forme ou leur signification historique. Leur fascination pour le graphisme quotidien et amateur souleva des discussions sur les processus de sélection historiographiques, la construction de l'identité nationale, la signification sociale du graphisme et la possibilité

17 Sarah Zeller, Sandra Bischler et Robert Lzicar, présentation du cours, [[www.sgdr.ch/fr/journal/.](http://www.sgdr.ch/fr/journal/)] Le projet a donné lieu à une exposition, présentée à Berne puis à Londres à l'été 2018.

[Fig. 9] *My Own Private Swiss Graphic Design History*, exposition des étudiant-es de la HKB à Ambit Exhibition Space, Londres, 5-27 juillet 2018



de s'approprier, au présent, cette histoire comme l'indique le titre du séminaire et de l'exposition qui en découla: *My Own Private Swiss Graphic Design History*.^[Fig. 9] Mais comme dans l'exemple strasbourgeois, cette expérience pédagogique se nourrit surtout de la matérialité des objets, cette fois sans la religiosité qu'impose la consultation d'une collection publique. Tirés de la vraie vie, ces cartes postales, sous-bocks, emballages de carton ou de fer blanc, magazines et billets de banque s'offrent à la manipulation, et leur étude constitue le prolongement pas si inattendu de leur «vie sociale de chose» (Appadurai, 2020 [1986]).

Ce qui s'éprouve dans ces ateliers c'est la «valeur d'ancienneté», théorisée au tout début du xx^e siècle par Alois Riegl dans *Le Culte moderne des monuments*. Selon Riegl, le goût pour les formes neuves de la modernité a pour corollaire une attirance pour les marques matérielles du passage du temps; la satisfaction devant «l'intégralité» des nouvelles productions humaines va de pair avec l'attente de la dissolution de cette intégralité. Devant l'architecture ancienne, nous sommes ainsi touchés esthétiquement par les signes de la nature (érosion, végétation), et n'apprécions pas les rénovations trop visibles. Le «principe esthétique fondamental de notre époque» réside ainsi, selon le philosophe viennois, dans «la perception du cycle nécessaire de la genèse et de la disparition» (Riegl, 2013 [1903], p.77). «Le savoir historique devient donc également une source du plaisir esthétique provoqué par l'ancienneté.» (*Ibid.*, p.83) Le paradigme philosophique de cette thèse est évidemment

occidental — on sait que d'autres aires culturelles n'ont pas ce souci de l'ancienneté — et teinté du poids moral de la vanité (*memento mori*), mais la thèse de Riegl permet de nommer et théoriser l'émotion ressentie, non seulement face à l'architecture, mais en présence de toute « chose » venue du passé. Elle est notamment indéniable devant les objets graphiques, qui enregistrent le passage des modes. L'éprouver développe chez les étudiant-es graphistes une capacité de décentrement esthétique essentielle à leur future activité.

« Une formation (*training*) consiste à préparer les étudiant·es à des tâches précises: le connu. Mais une école (*education*) les prépare pour l'avenir: l'inconnu. »

(Thomas Ockerse, 2022, p.136)

À bien des égards, les étudiant·es et enseignant·es des écoles d'art ont l'impression depuis quelques années d'avancer vers l'inconnu. Que sera le métier de graphiste demain? Dans quelles conditions sociales, économiques, climatiques, technologiques produirons-nous des images, des messages, et pour qui? Une chose est sûre: les étudiant·es graphistes devront être encore plus adaptables que leurs aîné·es. Comment les y préparer si ce n'est par l'expérience de la curiosité devant l'altérité, l'épreuve de l'incompréhension, de la perplexité auxquels nous confrontent, entre autres rencontres, les formes graphiques du passé? À leur contact s'inventent des manières nouvelles de transmettre, c'est-à-dire d'être graphiste, si l'on entend par là que les

graphistes sont chargé·es d'établir des liens entre les êtres et entre les choses. On perçoit qu'en luttant contre l'amnésie et le présentisme, le parti de l'histoire est bien plus subversif qu'il n'en a l'air.

Au-delà de l'intérêt de former les graphistes à des compétences techniques, à la méthodologie de projet, à des savoir-faire académiques (lecture, écriture, recherche), il faut en effet reconnaître et défendre la dimension sensible et émotionnelle de l'exploration historique du design graphique. La découverte de vrais objets de papier jauni, portant les traces touchantes du travail et des efforts de leurs prédécesseur·euses est une expérience dont il n'est possible de rendre compte qu'avec un certain esprit poétique. L'histoire du design graphique ne peut être pratiquée avec le cœur et le regard secs. S'y attachent toujours une curiosité attendrie pour les modes et modes de vie d'autrefois, ainsi que le travail de l'imagination pour penser des époques non vécues : un plaisir esthétique loin d'être superficiel ou qui peut, en tout cas, être interrogé frontalement comme l'une des modalités d'appropriation que nous pouvons encourager chez les étudiant·es.

Bibliographie

Appadurai, Arjun (dir.), *La Vie sociale des choses*, trad. Nadège Dulot, Dijon, Les Presses du réel, 2020 (éd. orig. *The Social Life of Things*, Cambridge University Press, 1986)

Bird, Matthew, « Using Digital Tools to Work Around the Canon », dans Jennifer Kauffman-Buhler, Victoria Rose Pass et Christopher S. Wilson (dir.), *Design History Beyond the Canon*, Londres, New York, Bloomsbury Visual Arts, 2019, p.111-125

Bonsiepe, Gui, « On the Heteronomy of Design in a Post-Utopian Age », dans Geoff Kaplan (dir.), *After the Bauhaus, Before the Internet: A History of Graphic Design Pedagogy*, New York, San Francisco, no place press, 2022, p.264-270

Buckley, Craig, « The Crux of Coordination: Visual Communication at the Hochschule für Gestaltung, Ulm », dans Geoff Kaplan (dir.), *After the Bauhaus, Before the Internet: A History of Graphic Design Pedagogy*, New York, San Francisco, no place press, 2022, p.96-120

Chastanet, François, « Pour un ductus urbain », dans *Lettres de Toulouse. Expérimentations pédagogiques dans le dessin de*

lettres, Montreuil, B42, 2018, p.117-123

De Smet, Catherine et De Bondt, Sarah, *Graphic Design. History in the Writing (1983-2011)*, Londres, Occasional Papers, 2012

De Smet, Catherine, « Régimes d'historicité » dans *Les Formes de l'histoire*, Paris, B42-CNAP, 2017, p.147-161

Dondis, Donis A., *La Syntaxe de l'image. Introduction à l'alphabétisation visuelle*, trad. Marie-Mathilde Bortolotti, Paris, B42, 2023 (éd. orig. *A Primer of Visual Literacy*, Cambridge [Mass.], MIT Press, 1973)

Drucker, Johanna et McVarish, Emily, *Graphic Design History: A Critical Guide*, Boston, Pearson, 2009

Drucker, Johanna, *Graphesis, Visual Forms of Knowledge Production*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, 2024

Dubberly, Hugh, « Why We Should Stop Describing Design as "Problem-Solving" », dans Geoff Kaplan (dir.), *After the Bauhaus, Before the Internet: A History of Graphic Design Pedagogy*, New York, San Francisco, no place press, 2022, p.274-287

EnsadLab Type : Baldinger, André et Millot, Philippe,

«Création de caractères typographiques: entre histoire et novation », dans *Design graphique. Les Formes de l'histoire*, Paris, Montreuil, CNAP-B42, 2017

Fornari, Davide et Lzicar, Robert (dir.), *Mapping Graphic Design History in Switzerland is not Just Another Book that Retells the Success Story of Swiss Graphic Design*, Zurich, Triest, 2016

Fornari, Davide et Lzicar, Robert (dir.). *Swiss Graphic Design Histories*, Zurich, Scheidegger & Spiess, 2021

Foster, Hal, « An Archival Impulse », *October*, n° 110, octobre 2004, p. 3-22

Fresnault-Deruelle, Pierre, *L'intelligence des affiches*, Paris, Pyramid, 2011

Friend, Leon, *Graphic Design: A Library of Old and New Masters in the Graphic Arts*, New York, Londres, Whittlesey House, McGraw-Hill, 1936

Godard, Keith, « Pioneering Graphic Design History », dans Steven Heller (dir.), *Teaching Graphic Design History*, New York, Allworth Press, 2019, p. 23-30

Griffin, Dori, « Teaching Graphic Design History », 22 février 2019, <https://arthistoryteachingresources.org/2019/02/teaching-graphic-design-history/>

[org/2019/02/teaching-graphic-design-history/](https://arthistoryteachingresources.org/2019/02/teaching-graphic-design-history/)

Heller, Steven et Chwast, Seymour, *Graphic Style: from Victorian to Post-Modern*, Londres, Thames and Hudson, 1988

Heller, Steven (dir.), *The Education of a Graphic Designer*, New York, Allworth Press, 1998

Heller, Steven et Ballance, Georgette (dir.), *Graphic Design History*, New York, Allworth Press, 2001

Heller, Steven, *Teaching Graphic Design History*, New York, Allworth Press, 2019

Hodik Barbara, et Remington, Roger (dir.), *The First Symposium on the History of Graphic Design: Coming of Age, April 20-21, 1983*, New York, Rochester Institute of Technology, 1984

Hollis, Richard, « It's Rather an Attitude. Richard Hollis, Interviewed by Brad Haylock », dans Luke Wood et Brad Haylock (dir.), *One and Many Mirrors: Perspectives on Graphic Design Education*, Londres, Occasional Papers, 2020, p. 180-193

Jobling, Peter et Crowley, David, *Graphic Design. Reproduction and Representation Since 1800*, Manchester, New York, Manchester University Press, 1996

Kaplan, Geoff (dir.), *After the Bauhaus, Before the Internet: A History of Graphic Design Pedagogy*, New York, San Francisco, no place press, 2022

Kneller, G. F., *The Art and Science of Creativity*, Londres, Holt, Rinehart and Winston, 1965

Ludovico, Alessandro, *Post-Digital Print. La mutation de l'édition depuis 1894*, Paris, B42, 2012

Meggs, Philip B., *A History of Graphic Design*, Londres, Allen Lane, 1983

Müller-Brockmann, Josef, *A History of Visual Communication*, Teufen, Niggli, 1971

Nova, Nicolas, *Enquête/ Création en design*, Genève, HEAD – Publishing, 2021

Ockerse, Thomas, « Toward Design as a Reflective Practice » dans Geoff Kaplan (dir.), *After the Bauhaus, Before the Internet: A History of Graphic Design Pedagogy*, New York, San Francisco, no place press, 2022, p.127-148

Poynor, Rick, *Transgression. Graphisme et postmodernisme*, Paris, Pyramid, 2003

Poynor, Rick, « Out of the Studio. Graphic Design History and Visual Studies », *Design*

Observer, 1^{er} janvier 2011, designobserver.com/feature/out-of-the-studio-graphic-design-history-and-visual-studies/24048

Rand, Paul, « Confusion and Chaos. The Seduction of Contemporary Graphic Design », *AIGA Journal of Graphic Design*, vol. 10, n°1, 1992, www.paulrand.design/writing/articles/1992-confusion-and-chaos-the-seduction-of-contemporary-graphic-design.html

Reinfurt, David, *A *New* Program for Graphic Design*, Los Angeles, Inventory Press, New York, D.A.P, 2020

Riegl, Alois, *Le Culte Moderne des monuments*, trad. Jacques Boulet, Paris, L'Harmattan, 2013 (éd. orig. *Der Moderne Denkmalkultus*, Vienne, Braumüller, 1903)

Scotford, Martha, « Verbal and Visual Translation of Mayakovsky's and Lissitsky's 'For Reading Out Loud' », *Visible Language*, vol. 22, n°2-3, printemps 1988, p.195-222

Scotford, Martha, « Is There A Canon of Graphic Design History? », *AIGA Journal of Design*, vol. 9, n°2, 1991, p.37-44

Sfliotti, Silvia « Out of Scale, Out of Context. The Use of Images in the Teaching of

Graphic Design History », *Medium*, 5 janvier 2022, silviasfliotti.medium.com/out-of-scale-out-of-context-the-use-of-images-in-the-teaching-of-graphic-design-history-33f958c9c0b7

Shehab, Bahia et Nawar, Haytham, *A History of Arab Graphic Design*, Le Caire, American University of Cairo Press, 2020

Sunier, Coline et Mazé, Charles, *Dossier Fernand Baudin*, Dijon, Les Presses du réel, 2013

Themerson, Stefan, « Kurt Schwitters on a Time-Chart », *Typographica*, n° 16, 1967, n.p.

Vandenbunder, Jérémie, « Savoirs théoriques et production de discours dans les écoles supérieures d'art », *Marges*, n° 22, 2016, p. 87-98

Wilkins, Bridget, « No More Heroes: Why is Design so Obsessed with Appearance? », *Eye magazine*, vol. 6, n° 2, 1992, p. 4-7

Wood, Luke et Haylock, Brad (dir.), *One and Many Mirrors: Perspectives on Graphic Design Education*, Londres, Occasional Papers, 2020

[Fig. 1] © H. N. Abrams
[Fig. 2] © Martha Scotford
[Fig. 3] Courtesy Inventory
Press, D.A.P Publisher ;
Muriel R. Cooper Collection,
Courtesy of Morton R.
Godine Library, Archive,
Massachusetts College
of Art and Design
[Fig. 4] © Kelsey Zuberbuehler
[Fig. 5] © François Chastanet
[Fig. 6] © Robert Beatty ;
Ikko Tanaka
[Fig. 7] © Stefan Thermerson et
Herbert Spencer
[Fig. 8] © Jérôme Saint-Loubert
Bié
[Fig. 9] © Robert Lzicar

Tous les efforts ont été mis
en œuvre pour identifier et
mentionner les propriétaires
des droits des images et
des ouvrages reproduits
dans cette publication.
Si certains crédits avaient
été omis, l'éditeur s'engage
à les mentionner dans la
version numérique.

Clémence Imbert est enseignante et historienne du design graphique. Ses recherches ont porté sur l'histoire des expositions de design graphique pour sa thèse de doctorat soutenue à l'université Paris 8 en 2017, et sur l'histoire des couvertures de livres (*Les Couvertures de livres. Une histoire graphique*, Actes Sud — Imprimerie Nationale, 2022, Prix d'Académie 2023). Elle est chargée de cours dans le département Communication visuelle de la HEAD – Genève (HES-SO).

HEAD – Publishing, 2024

Textes sous licence libre
CC BY-SA

Titre : Ce que l'histoire fait
au graphisme

Autrice : Clémence Imbert

Collection Manifestes dirigée
par Julie Enckell Julliard et
Anthony Masure

Coordination éditoriale :
Faye Corthésy

Correctorat :
Martine Passelaigue

Charte graphique de la
collection : Dimitri Broquard

Design graphique :
Alicia Dubuis

Forme du M de couverture :
Sara Gamito Galhano
et Claudia Dussex

Polices de caractères :
ABC Whyte (Dinamo, 2019),
Lyon Text (Commercial Type,
2009)

Impression :
Imprimerie Prestige Graphique,
Plan-les-Ouates

ISBN : 978-2-940510-86-3

Dépôt légal : septembre 2024

Hes·so

**— HEAD
Genève**

Dans la même collection

Javier Fernández Contreras, *Manifeste d'intérieurs: penser dans les médias élargis*, 2021

Nicolas Nova, *Enquête/Création en design*, 2021

Christophe Kihm, Jill Gasparina, Anne-Lyse Renon, *Comment quitter la Terre ?*, 2021

Carla Demierre, *MRIOIR, MIOIRR*, 2022

Anthony Masure, *Design sous artifice: la création au risque du machine learning*, 2023

Philippe Rahm, *Le style anthropocène*, 2023

Coll. Manifestes

Un manifeste est une déclaration écrite publique par laquelle une personne ou un groupe expose un programme d'action ou une position.

La collection *Manifestes* de la Haute école d'art et de design de Genève met en valeur des partis pris, des réflexions et des actions développées par des acteur·rices de l'art et du design pour faire face aux enjeux contemporains.

HEAD – Publishing est la structure éditoriale de la HEAD – Genève.

Pourquoi enseigner l'histoire du design graphique aux étudiant·es graphistes? Comment les savoirs historiques s'articulent-ils à la pratique du design graphique? De quelle manière les étudiant·es s'en emparent-iels? Quelles compétences de créateur·ices développent-iels au contact de cette matière? Autant de questions explorées dans ce manifeste pour défendre l'idée que, loin d'être seulement un champ de connaissance et un support d'exercices académiques, l'histoire du design graphique est un domaine où se façonne et s'éprouve la sensibilité des étudiant·es graphistes.

Ce livre est disponible en différents formats numériques *open access* sur www.head-publishing.ch