

DP 206087/2  
CNAC Georges POMPIDOU  
Service des Archives  
25

**DOSSIER DE PRESSE**  
**EXPOSITION**  
**L'IMAGE DES MOTS**

---

11 septembre - 4 novembre 1985  
GALERIE DU CCI  
Entrée libre

---

EXPOSITION PRESENTÉE AU CENTRE GEORGES POMPIDOU,  
produite par l'Agence pour la Promotion de la Création Industrielle  
(APCI) et le Centre de Création Industrielle (CCI), consacrée au  
graphisme et à la typographie des années 80.

Commissaire : François VERMEIL  
Architecte : Italo ROTA

Pour tous renseignements :

Centre Georges Pompidou  
Centre de Création Industrielle  
75191 Paris cedex 04  
Tél 277 12 33

Relations publiques du CCI  
Ariane Diané-Sartorius  
Poste 42 16

Service de presse du CCI  
Marie-Jo Poisson-Nguyen  
Poste 42 05

Centre de Création  
Industrielle CCI

Centre Georges Pompidou  
75191 Paris Cedex 04 Téléphone 277 12 33 Télex CNACGP 212 726

# DOSSIER DE PRESSE

## EXPOSITION L'IMAGE DES MOTS

Cette exposition s'inscrit dans l'action des pouvoirs publics en vue de relancer l'intérêt pour les professions qui se rattachent à ces pratiques. Deux manifestations se dérouleront parallèlement à cette exposition : le Congrès international de l'Icograda à Nice, du 2 au 5 septembre, et l'exposition Lisible/Illisible, organisée par la Bibliothèque Publique d'Information.

Comme autrefois, alors qu'on croyait que l'apparition de la photographie allait faire disparaître la peinture, on aurait pu croire, ces dernières années, qu'avec l'apparition des médias électriques, la typographie allait perdre son statut de régulateur social.

L'exposition porte sur la relation entre les éléments de langage et le design de la lettre dans la communication graphique et montre comment le langage se transforme en images.

Comme dans tous les domaines de la création, la production graphique n'échappe pas à un certain nombre de modifications dans cette période de mutation du développement économique des techniques de reproduction, de sur-médiatisation des messages, anesthésiant notre perception.

Il a semblé intéressant de vérifier si l'idée qui consiste à dire que nous vivons, dans les années 80, dans une société d'images plutôt que de textes, est effectivement justifiée.

L'occasion d'y réfléchir nous a été proposée par l'Agence pour la Promotion de la Création Industrielle, dans le cadre du plan " Graphisme et Typographie " du Ministère de la Culture, incitée par le rapport Mandel sur l'avenir de la typographie en France. Parmi les multiples possibilités d'aborder ce problème, nous avons préféré, plutôt que de faire un historique de l'écriture, chercher où et comment se manifeste le texte dans sa représentation visuelle publique.

Les créateurs de signes et d'images, les graphistes, les designers, et les directeurs artistiques se préoccupent de la forme des textes qu'ils ont à organiser visuellement, dans notre économie du signe, dite de communication, où les nouvelles technologies, les contextes de perception différents et la rivalité des médias, transforment, réduisent, enrichissent le langage, les contraignant à trouver de nouvelles solutions.

L'axe principal de l'exposition " L'Image des Mots " évoque la relation fondamentale entre le texte et l'image dans la production graphique contemporaine occidentale des années 80, au travers des images publiques de masse : affiches politiques, culturelles, publicitaires, génériques de télévision, magazines, livres, marques, etc...

Au travers du choix que nous avons effectué dans la quantité et la diversité des matériels reçus du monde entier, choix qui ne se veut en rien exhaustif, nous tentons de faire découvrir les nouvelles tendances de la typographie occidentale, c'est-à-dire le passage d'un modèle culturel moderniste où la hiérarchie de lecture et le sens priment sur la forme, à un modèle post-moderniste où les foisonnements mettent en cause les processus mentaux de perception et se réfèrent à des esthétiques graphiques passées.

Si le texte a longtemps régné sur le sens dans notre culture occidentale comme structure élémentaire de l'organisation sociale, cela ne signifie pas qu'il disparaisse de notre circulation mentale, bien que ses effets en soient modifiés aujourd'hui. Il est le garant de notre autonomie vis à vis des médias électroniques qui transmettent la presque totalité de nos expériences quotidiennes, il sert à ralentir l'information pour nous donner le temps de l'assimiler et demeure notre seul moyen d'accès, de contrôle et de création sur les formes du savoir individuel et de l'identité privée.

L'exposition le montre, le texte peut aussi devenir matière première dans la création artistique.

François Vermeil

# L'IMAGE DES MOTS

Préface du Ministre de la Culture, Jack LANG

" L'image des mots " : le titre de cette exposition est riche de sens.

Tout d'abord, il réhabilite l'essence même de l'écriture : succession de signes symboliques, intervention manuscrite, dessin avant tout, du hiéroglyphe à l'enluminure, l'écriture est, à ses origines, à la marge de l'image. Elle le reste aujourd'hui : une entreprise se dote d'un sigle, d'un logo, d'un " mot-image ", voire d'un caractère propre, pour créer sa propre image de marque. Le graffiti est une expression artistique qui connaît un retour en force.

Certes, la photo-composition impose à la lettre de devenir un code banalisé et universaliste mais la page, elle, plus que jamais, est image. La mise en page est un métier et un art. Elle bénéficie d'une richesse de moyens sans précédent et de supports démultipliés - presse, publicité, écran ... - qui font partie de notre univers quotidien. Car, et c'est le deuxième sens que je lui vois, l'expression " L'image des mots " confirme la force de l'expression écrite. L'écrit, dont la disparition avait été trop rapidement annoncée au profit du visuel, s'affirme comme un mode indispensable de communication et d'échange d'idées. Il n'y a ni hiérarchie, ni concurrence, mais complément, conjugaison et imbrication de l'écrit et du visuel.

L'image n'a pas suprématie sur la lettre, la présence de la lettre ne dévalorise pas l'image. La lettre peut être elle-même image. La typographie est visuelle, elle est créative. Aujourd'hui elle s'enrichit des nouvelles technologies de l'image.

Enfin, " l'image des mots " évoque le phénomène social qu'a, de tout temps, constitué l'écriture. Les mots, indépendamment de leur sens convenu, constituent au travers de leur tracé écrit, des représentations, des images dont la perception diffère selon la personnalité, l'opinion, la culture.

Je ferais volontiers mienne cette exclamation de Jérôme Peignot rapportée par le journal Le Monde, il y a trois ans : " on choisit bien le vêtement qu'on porte, la forme et la couleur de nos pensées auraient-elles moins d'importance ? " .

Je crois à la culture graphique d'un peuple.

C'est sur cette conviction que j'ai engagé le Ministère de la Culture dans l'établissement d'un " plan de relance du graphisme et de la typographie ", annoncé en novembre 1984.

Ce plan s'oriente autour de trois axes : formation et enseignement ; aide aux professionnels pour la recherche ; sensibilisation du public à la qualité de l'écriture et du graphisme, et leur place dans notre univers quotidien. C'est essentiellement dans cette dernière optique que j'ai souhaité que l'Agence pour la Promotion de la Création Industrielle, créée à mon initiative en 1983, organise l'exposition " L'Image des Mots " avec le Centre Georges Pompidou dans les locaux et avec l'équipe du Centre de Création Industrielle.

Les oeuvres récentes de 300 graphistes du monde entier ont été sélectionnées, elles recouvrent la production des années 80.

Cette sélection, articulée autour de quatre thèmes - le rôle des signes dans la vie quotidienne, les idéogrammes modernes, le jeu des mots et des idées, l'espace du texte - donne le panorama du graphisme et de la typographie dans le monde.

Je souhaite que cette exposition contribue à une meilleure perception de la forme des mots, de la relation constante entre le sens et la forme dans la production des images quotidiennes, et révèle au plaisir des yeux la créativité de ces images éphémères.

En présentant " L'image des Mots ", exposition co-produite avec l'A P C I , le Centre de Création Industrielle - département du centre Georges POMPIDOU - s'associe à l'action du ministre de la Culture, Jack LANG, en faveur d'une relance nationale du graphisme et la typographie.

Il appartient au C C I , de montrer, d'une part, au grand public l'évolution et les mutations de la création industrielle, de mettre, d'autre part, en relation les professionnels de cette dernière avec les spécialistes et les chercheurs. " L'image des Mots " lui donne donc l'occasion de mettre en valeur les profonds changements intervenus, ces dernières années, dans les domaines de la communication visuelle, et favorisés par l'application des technologies nouvelles.

L'exposition est consacrée à la relation entre typographie et graphisme, et à la mise en évidence du rôle déterminant du langage au travers de la lettre, du mot, de la phrase associés à la composition et à la présentation graphiques : véritable conjonction de l'art et de la création industrie, de l'esthétique et de la production.

Plus que tout autre expression, l'art graphique et la typographie sont à l'origine de courants nouveaux : ils canalisent signes et signaux, les diffusent largement et influencent ainsi de multiples domaines. Par vocation, ils sont à l'articulation des langages et iconographies originaux et ont, ainsi, toujours contribué aux manifestations de "l'esprit du temps" ; ils sont de plus, dès le début de ce siècle, présents dans l'histoire de toutes les avant-gardes.

Graphisme et typographie sont encore, en France, étroitement liés par tradition au développement artistique de la capitale. C'est l'analyse de cette situation professionnelle qui a conduit à l'urgence de cette relance et d'un passage obligé de l'art à la création industrielle et au marketing : les autres pays européens, les Etats-Unis et le Japon avaient, eux, compris plus tôt la nécessité de cette transformation qui permet - comme en témoignent les oeuvres présentées dans l'exposition - l'accès aux plus hauts standards internationaux.

Vis-à-vis du public, le C C I doit se poser en médiateur entre le développement social et les intérêts privés. Or, dans la mesure où elle forme et déforme les opinions, la communication visuelle, fruit du graphisme et de la typographie, influence les comportements et les interactions sociales. Il est donc important de dévoiler aux visiteurs

de la galerie du C C I les techniques de persuasion qui se cachent derrière une sophistication artistique, souvent de haute qualité, qui en fait tout l'attrait.

L'amélioration des techniques et des modes de traitement des signes, d'une part, la mise en rapport entre les besoins exprimés et les fonctions réelles, d'autre part, permettent au graphisme et à la typographie de jouer pleinement leur rôle. Il était donc capital autant qu'urgent que les pouvoirs publics décident de mesures efficaces de relance dans ces deux domaines conjoints ; d'autant plus que 85 % des commandes servent à la promotion de nouveaux produits de consommation.

Parce qu'ils sont à la fois annonceurs des mutations qui bouleversent, en sous-main d'abord, notre société, et témoins des profonds changements d'identité culturelle intervenus ces dernières décennies, typographie et graphisme donnent déjà à voir leurs premières orientations de l'an 2000. C'est donc le reflet de ces prémices que l'on retrouve dans "L'image des Mots" telle que cette exposition se déroule sous nos yeux.

Soulignons, enfin, que le catalogue qui accompagne cette manifestation ne doit pas être compris comme un simple document de présentation, mais au contraire, d'une part, comme un complément sur le fond des thématiques, d'autre part, comme un produit expérimental quant à sa présentation dans la ligne même de ce qui est montré dans l'exposition.

Comme dans tous les domaines de la création, la production graphique n'échappe pas à un certain nombre de modifications dans cette période de mutation de développement économique des techniques de reproduction, de sur-médiatisation des messages, anesthésiant notre perception.

Il m'a semblé intéressant de vérifier si l'idée qui consiste à dire que nous vivons, dans les années 80, dans une société d'images plutôt que de texte, est effectivement justifiée. L'occasion d'y réfléchir nous a été proposée par l'Agence pour la Promotion de la Création Industrielle, dans le cadre du plan " Graphisme et Typographie " du ministère de la Culture, suscité par le rapport Mandel sur l'avenir de la typographie en France.

Parmi les multiples possibilités d'aborder ce problème, nous avons préféré, plutôt que de faire un historique de l'écriture, chercher où et comment se manifeste le texte dans sa représentation visuelle publique.

Les créateurs de signes et d'images, les graphistes, les designers, et les directeurs artistiques se préoccupent de la forme des textes qu'ils ont à organiser visuellement, dans notre économie du signe, dite de communication, où les nouvelles technologies, les contextes de perception différents et la rivalité des médias transforment, réduisent, enrichissent le langage, les contraignant à trouver de nouvelles solutions.

L'axe principal de l'exposition, " L'image des Mots " évoque la relation fondamentale entre le texte et l'image dans la production graphique contemporaine occidentale des années 80, au travers des images publiques de masse : affiches politiques, culturelles, publicitaires, génériques de télévisions, magazines, livres, marques etc.

Le texte qui fixe le langage, dit les choses, les nomme, les articule, les signifie, au moyen de notre système alpha-phonétique ; l'image illustrative, elle, montre, re-présente les choses, imite ou invente la réalité, sans système automatique de décodage.

Ces deux modes de représentation du monde, aujourd'hui, s'imbriquent, se superposent, multiplient les lectures et les interprétations, provoquant ainsi des associations qui déplacent ou augmentent leurs registres respectifs. Dans ces tentatives de resituer la cohabitation du texte et de l'image, le mot-image devient un métalangage.

Après une représentation symbolique de la galaxie Gutenberg où sont mises en relation les trois composantes qui constituent la forme typographique : la technologie, la culture et la médiatisation, l'exposi-

tion se répartit en trois grands axes.

- La lettre publique et monumentale contemporaine, signe totémique ou de ralliement, fétiche, qu'on retrouve dans la marque, l'image de marque, les emballages de produits divers, les couvertures de livres, les disques, les papiers à lettre... se perçoit tant par le sens linguistique que par la forme, à la manière d'idéogrammes contemporains.

Les charges connotatives apportées par les outils, les traces, le passé historique dans le dessin de la lettre, sont autant de graphèmes, d'éléments visuels qui nourrissent le sens du mot. Ces signes permettent d'identifier une réalité à travers une figure codée et, de concentrer sur celle-ci les différents types de réponses, verbales ou socio-psychologiques qu'ils sollicitent.

- Le jeu des mots et des idées montre que la forme linguistique constitue la structure de la forme de l'image : rapport texte-image dans l'affiche publicitaire où le texte, l'accroche est incrustée fortement dans l'illustration ; rapport texte-image aussi dans les affiches culturelles, où les réseaux graphiques obtenus par les mots structurent la surface, le texte devient alors image

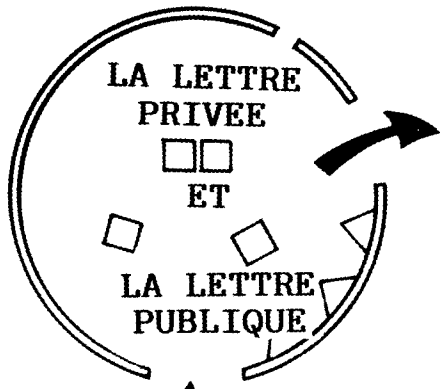
- La troisième partie concerne le texte à lire, le texte sacré, celui qui permet d'apprendre, de savoir, celui qu'on retrouve dans le livre et ses dérivés : booklets, brochures, encarts, annonces-magazines, etc. Il est donné à voir dans l'exposition, dans sa relation forme-diffusion, faisant apparaître de nouvelles topologies, de nouveaux réseaux dans l'espace de la page. Par le choix que nous avons effectué dans la quantité et la diversité des matériels reçus du monde entier, choix qui ne se prétend en rien exhaustif, nous tentons de faire découvrir les nouvelles tendances de la typographie, c'est à dire le passage d'un modèle culturel moderniste où la hiérarchie de lecture et le sens priment sur la forme, à un modèle post-moderniste où les foisonnements mettent en cause les processus mentaux de perception et se réfèrent à des esthétiques graphiques passées.

Cependant, si le texte a longtemps régné sur le sens dans notre culture occidentale comme structure élémentaire de l'organisation sociale, cela ne signifie pas qu'il disparaisse de notre circulation mentale, bien que ses effets en soient modifiés aujourd'hui. Il est le garant de notre autonomie vis à vis des médias électroniques qui transmettent la presque totalité de nos expériences quotidiennes, il sert à ralentir l'information pour nous donner le temps de l'assimiler et demeure notre seul moyen d'accès, de contrôle et de création sur les formes du savoir individuel et de l'identité privée.

L'exposition le montre, le texte peut aussi devenir matière première dans la création artistique

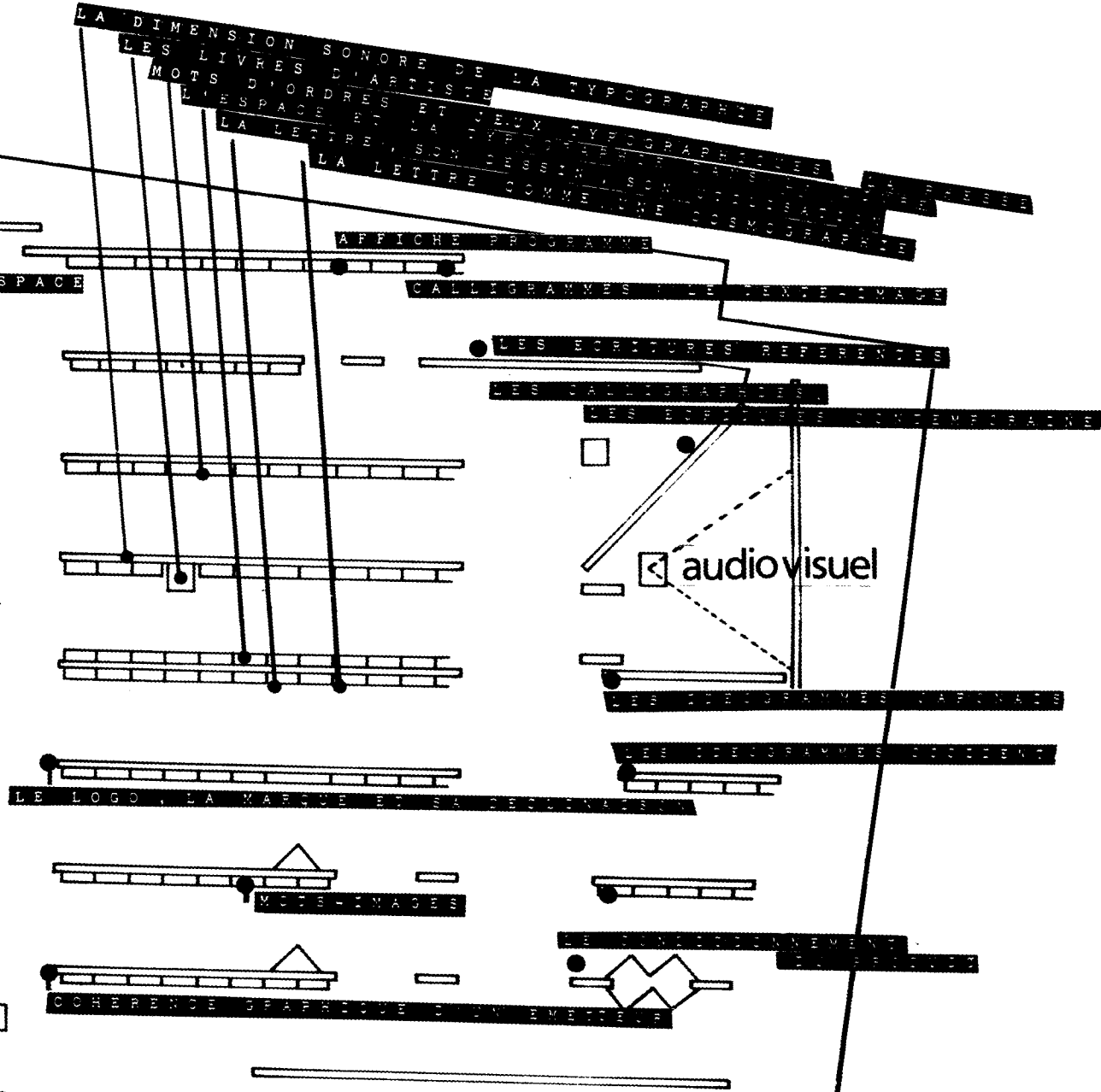
**PLAN DE L'EXPOSITION**

entrée



INTRODUCTION

LA LETTRE ET L'ESPACE



# CONTENUS DE L'EXPOSITION

Extraits | CONTENUS DE L'EXPOSITION

## Les clins d'oeil culturels

Les avant-gardes de l'entre-deux-guerres ont ouvert la voie aux innovations littéraires, picturales et architecturales des trente dernières années. Elles eurent, entre autres choses, des conceptions tout à fait modernistes de la typographie. Elles fournissent aujourd'hui à l'art graphique et publicitaire un stock important de matériaux. Les directeurs artistiques y puisent ; tout autant que de Bodoni ou de Gill ou de grands metteurs en page américains de l'après-guerre, ils sont, quelquefois sans le savoir, quelquefois en toute connaissance de cause, les enfants d'un peintre d'allégories autrichien (Gustav Klimt), ceux d'un juif russe (Lissitzky), ceux d'un futuriste italien (Marinetti) ou ceux des Dadaïstes. L'art du paraphe, qui est une partie de la calligraphie, a ses sous-catégories (anglaise, gothique) et ses sous-clins d'oeil. La pochette de disque est un lieu de choix pour cet art de l'allusion, capable de créer un monde, en tout cas un lieu bien spécifique, en une seule image. La monnaie qui s'échange ici a un nom : ce sont des "styles".

## Calligraphies : les écritures de nos contemporains.

"Ecrire tous les jours, génie ou pas" dit Stendhal. Tous les jours, avec une plume d'oie. Mais Simeon, célèbre de nos jours parce qu'il a beaucoup écrit, est connu pour ses crayons minutieusement taillés. Or le crayon est un outil de dessinateur. Pendant ce temps, à la même époque, les directeurs artistiques achètent des stylos. Ce ne sont pas des "écrivains" comme disait Roland Barthes, qui sont les plus fervents propriétaires de gros Mont-Blanc. C'est le signe que l'écriture personnelle à la plume n'est plus du côté du sens. Elle sert à faire des blasons. On attribue généralement ce regain d'intérêt pour l'écriture manuscrite à l'utilisation quasi-générale de la machine à écrire, pour le travail littéraire, journalistique, commercial et administratif. Et à la peur qu'engendrent les facilités du traitement de texte par ordinateur. Le crayon optique du micro T07 de Thomson est une contre-partie imaginaire à cette frustration. Le bombage sur les murs, les pochoirs sur les vieilles pierres (avec une silhouette esquissée) sont autant de conduites élégiaques, peut-être, du temps où il était possible de signer d'une manière irréductible à toute autre ; la calligraphie est aussi un sport, une technique du corps : pas étonnant qu'il y ait environ 100 000 calligraphes aux U.S.A. !

## Mots ou objets ?

Le mot image ou mot objet est une tentative pour rejoindre la "substance" de l'objet qui a donné lieu au mot, sa substance (ce mot polonais qui veut dire "pain" et qui est plein d'épis) et son essence. Il n'y a donc plus de typographie. Le problème n'est même plus de savoir si les pleins et les déliés d'un alphabet peuvent aider à rendre compte de la vertu d'un mot ou du caractère d'une assertion. C'est le matériau lui-même dont on parle qui sert à construire. Le mot film est un film. La dyslexie est elle-même un mot qui se lit à l'envers. On peut considérer ces objets comme le calligramme d'un mot, par opposition au calligramme d'un texte.



# SOMMAIRE DU CATALOGUE

Préface :

Jack Lang

Avant-propos :

François Burkhardt

Introduction :

François Vermeil

Le sens et les sens

Derrick de Kherkhove

Le dessin des mots

Massin

La lettre au défi

Anne-Marie Christin

La marque et l'image institutionnelle

Propos recueillis par Mathilde La Bardonnie

auprès de Jean-Pierre Grunfeld

La connotation typographique

Gérard Blanchard

Marchands de signes et monnaie de singe

Barthélémy

L'espace du texte

Extraits de "Le plaisir du texte" de Roland Barthes

et citations de professionnels

De la typographie au typographisme

Autour d'un article de J. Tschichold (1930)

Formes et technologie

Peter Bartl

Entretiens avec des professionnels par Mathilde La Bardonnie :

Jean Alessandrini

créateur de lettres et illustrateur

Bellavita

publicitaire

Dominique Chevalier

publicitaire

Michel Coudeyre

publicitaire

Editorial

concepteurs magazine

Grapus

collectif de graphistes

Midavaine

graphiste

Sauvages et anonymes "Les bombeurs"

Glossaire

Bibliographie



## - Editorial Concepteurs magazine

"A Editorial, la première des agences à s'être créée sur le marché de "la conception" en matière de presse, on retrouve - comme par hasard - deux personnes très liées également à l'aventure de Libération: Bayle et Maggiori. Leurs interventions peuvent aller du conseil ponctuel à la livraison "clé en main" du "produit tout ficelé". A cet égard les deux collègues se souviennent avec quasi-émotion, et certaine nostalgie, du temps où, pour le compte des éditions Albin Michel ils fabriquaient de A à Z Echo des Savanes allant jusqu'à commander eux-mêmes les articles et les dessins.

"Un ravalement de façade ne sert à rien, s'il s'agit de modifier le visuel pour le visuel" dit Bayle. La première démarche est d'établir une sorte de charte avec la rédaction d'un journal qui existe. On fait procéder dans un premier temps à des études de marché, à des sondages psycho-sociologiques du lectorat. On étudie avec la direction les solutions qu'elle a déjà envisagées. La plupart des journaux sont porteurs de richesses qu'ils exploitent mal. Ils ont des difficultés à se remettre en cause au fond alors que l'information n'est plus reçue de la même façon. On trouve ainsi une plateforme très en amont ; on détermine le meilleur moyen de communiquer avec le lectorat existant tout en renouvelant, en élargissant du côté des jeunes.

Définir un style, des modes de traitement, implique une façon d'écrire. Préconiser pour un quotidien des enquêtes, des reportages, des monographies genre hebdomadaire, c'est organiser autrement les rubriques, créer des circulations horizontales. On arrive par ce biais à intervenir sur les structures, à mieux définir le produit..."

## - Peter BARTL

"Avec l'apparition de la photocomposition et de la lettre-transfert, le contrôle de la forme passa du graphiste chevronné aux fabricants de matériel. La qualité dépend, en grande partie, du talent et de la créativité du technicien.

Le graphiste contemporain réagit de manière prévisible à ce développement en suggérant des restrictions formelles et en promouvant des principes de typographie reconnus aujourd'hui. Cependant, il fut aussi influencé par ces nouvelles technologies.

La plupart des gens pensent que les changements formels en typographie ces dernières années sont dûs à l'utilisation grandissante des ordinateurs dans la communication. Cependant, la composition par ordinateur n'en est encore qu'au premier stade de l'introduction d'une nouvelle technologie. Elle rend les processus existants plus rapides et plus aisés et la production suit encore la plupart des règles du design moderne. Les raisons en sont très simples : les computers pour la composition furent mis au point dans le but de remplacer linotype et monotype et les très lentes machines de photocomposition.

Parce qu'il est physiquement et psychologiquement impossible de lire page après page sur une même quantité et une même durée que dans un livre, le texte qui passe sur l'écran doit être condensé, restructuré et visuellement réinterprété par le graphiste.

Le développement de la 3 D est trop récent pour que l'on puisse évaluer correctement son impact sur la manière dont on envisagera la typographie dans les autres médias. Il est intéressant de noter que le désir de concevoir la typographie comme étant tri-dimensionnelle remonte au 19<sup>è</sup> siècle. Des caractères décoratifs avec ombres ou illusion de relief furent vraisemblablement inspirés, à l'origine, par l'inscription architecturale et furent utilisés avant tout pour donner une impression de masse et de stabilité. La notion de mouvement et de vitesse en typographie est pourtant bien un phénomène du 20<sup>è</sup> siècle.

Ces astuces permettent d'illustrer directement le message mais cependant, comme elles font partie du style moderne, ce graphiste les considère comme une image séparée du "texte à lire". On les considère comme une structure intégrale "gestalt" un peu comme une illustration. Le mot crée la forme et le sens du mot sert uniquement à renforcer l'image."

**- Derrick de KERKHOVE**

"De toutes les écritures phonétiques, seul l'alphabet occidental a su atteindre le degré de combinatoire qui a permis à une civilisation de pratiquer l'invention comme mode de vie quotidienne. C'est l'alphabet qui permet de fixer les combinaisons de significations pour construire un savoir et faire des projets de machines. On pourrait considérer l'alphabet phonétique comme le lieu de rencontre entre la nature et l'adaptation technologique. L'alphabet est donc une sorte de "code génétique" des technologies.

Comment se fait-il que l'écriture dont le rôle principal dans toutes les cultures est d'assurer la conservation du savoir, soit, dans la nôtre, devenu le principe de sa transformation ? Cela tient à la nature du système. En gros, voici de quoi il s'agit : pour lire l'arabe ou l'hébreu, il faut bien connaître la langue du texte. Cette connaissance approfondie n'est pas indispensable pour lire du grec ou du latin. Ce fait accorde une liberté nouvelle au lecteur à l'égard du texte : il peut déchiffrer n'importe quelle séquence alphabétique sans devoir constamment se référer à son contexte. Le fait qu'on ne soit pas obligé de connaître le sens de tous les mots d'un texte grec ou latin pour le déchiffrer permet de détacher le code visuel du code acoustique et du code sémantique de la langue.

Première conséquence, on dispose immédiatement de trois registres distincts pour manipuler les significations, la parole, l'écriture et la pensée. Dans les textes idéogrammatiques, l'écriture est inséparable de la pensée ; dans les textes consonnantiques ou dans les syllabaires, l'écriture est inséparable de la parole.

Penser par le langage plutôt que par images, c'est peut être la raison d'être de l'Occident. C'est en réduisant le langage même et pas seulement les idées à une série de signes visuels abstraits que l'alphabet a fait de la parole une séquence de significations abstraites et a permis d'intérioriser cette séquence sous forme de pensée. Ce que nous appelons "penser" c'est utiliser d'une manière contrôlée, grâce à la pratique de la lecture, un langage spécialisé qui est dégagé des implications de l'action directe. Le langage de la pensée occidentale, par comparaison avec celui qui sous-tend la pensée orientale, est beaucoup plus abstrait. Ce n'est pas une question de race, mais d'écriture. Ce haut niveau d'abstraction permet au penseur et à l'écrivain d'inventer librement l'ordre des significations. Ecrire, on le sait, c'est inventer, réinventer le sens à chaque mot.

N'importe qui, par le simple fait de penser, est en train d'inventer d'une manière continue.

Le silence de l'écriture

Il y a une quatrième conséquence, beaucoup plus profonde, qui concerne la question de "l'image des mots". L'art graphique rend manifeste aujourd'hui le rôle de l'écriture dans notre culture contemporaine en la faisant paraître sous toutes ses formes dans la vie publique. Mais l'écriture n'a

pas toujours été aussi visible à la surface des choses. Le retour de l'écriture publique est un des signes que nous sommes en train de récupérer des valeurs sensorielles longtemps réprimées.

Au début, comme toutes les autres écritures, l'alphabet a commencé par couvrir les murs en Grèce et à Rome. Dès l'origine, sans doute, il y avait deux écritures, privée et publique. La gravure publique a eu l'effet d'uniformiser les lettres de l'alphabet. En retour, cette uniformisation de l'écriture a entraîné celle des institutions qui en dépendaient, le droit, l'éducation, l'administration et les arts du spectacle. Mais la prédominance de l'écriture à l'air libre indique une participation collective à la communication sociale. Ce n'est qu'au Moyen-Âge, sous le signe d'une culture manuscrite, que l'alphabet a commencé à se ranger dans l'intérieur des monastères, des églises, et des basiliques. Après l'invention de l'imprimerie, il a disparu de l'espace public et s'est intériorisé au cœur des dictionnaires et des bibliothèques. Il faudra attendre la technique de la photogravure pour voir l'écriture reparaître sur les murs des villes dans la publicité.

La rupture de la page typographiée par le coup de dé de Mallarmé est contemporaine des expériences de la presse quotidienne avec la photogravure et les variétés de manchettes. Elle annonce DADA et l'envahissement des villes et des campagnes par des caractères d'imprimerie de toute sorte, calligraphie mécanisée dont les excès touchent à la synesthésie. Le texte des affiches publicitaires essaie autant que possible de retrouver les conditions du discours oral. L'écriture ne se contente plus de "parler", elle crie. Les lettres se chargent de stimulations tactiles, tracés dynamiques, couleurs vives, textures complexes.

Depuis l'apparition de la photographie, et puis surtout celle du cinéma, l'imaginaire que nous a légué la patiente élaboration de notre culture alphabétique, est menacé. C'est une chose de contrôler ses fantasmes à partir d'un code d'écriture et de reconstituer pour soi-même et par l'effort de sa propre imagination les figures suggérées par les textes. C'en est une autre d'être exposé à un imaginaire photographique déjà "achevé".

La descendance du télégraphe est impressionnante puisqu'elle compte le téléphone, la radio, la télévision et l'ordinateur. L'électricité est le dénominateur commun de ces média qui s'adressent au corps presque sans intermédiaire. Leur principe de fonctionnement est la modulation. Le système nerveux est directement affecté par le moyen technique même, au delà de la représentation des signifiés verbaux. Le "sens" des paroles et des signes des moyens de communication électroniques n'occupe plus la position centrale qu'il avait conservée durant le règne exclusif de l'imprimerie.

## - Anne-Marie CHRISTIN

"Il a été remarqué souvent, et les pédagogues le confirment, que l'écriture alphabétique est difficile à lire. Son économie graphique, avantage incontestable s'il s'agit d'identifier des signes ou d'apprendre à les reproduire, est, du point de vue de l'usage pour lequel elle a été conçue - à savoir l'appréhension visuelle d'un message linguistique - une insuffisance et un obstacle. Il serait même encore plus juste de dire qu'elle lui est foncièrement contradictoire.

Tel est le principe. Les civilisations où la parole possède un pouvoir régulateur moindre que dans les nôtres, où l'acte de la lecture est apprécié comme un accomplissement plus subtil, ultime, de la vision - c'est-à-dire où la vision elle-même est estimée à l'égal de la parole, voire davantage -, ces civilisations n'utilisent pas l'alphabet mais un système d'écriture fondé sur l'idéogramme - en Chine - ou des syllabaires qui, comme au Japon, gardent encore la trace matérielle de leur origine idéographique.

Ce qui caractérise la lettre publicitaire, en effet, est de l'ordre du déplacement plus que de la création proprement dite. Elle exploite, à l'autre extrême de l'histoire de l'écriture, des valeurs qui ont été exclues par le système même qu'elle incarne : son originalité consiste moins à réinventer ces valeurs qu'à pouvoir les restituer de biais dans ce système, en tenant compte des contraintes nécessaires à sa compréhension, et auxquelles elle ne peut se soustraire sans perdre son identité. Toute visuelle qu'elle soit devenue, la lettre publicitaire demeure signe sonore, tributaire, s'il veut acquérir une fonction expressive, de sa combinaison en mots, combinaison qui reste elle aussi tout autant artificielle et abstraite qu'elle l'était à l'origine.

A la différence du pictogramme, en effet, l'idéogramme ne se définit pas d'abord comme représentation ou comme signe mais par sa faculté d'articuler et de coordonner un sens à l'intérieur d'un espace. Ce qu'il propose est une syntaxe beaucoup plus qu'une désignation, cette syntaxe étant aussi bien conçue à travers le paradigme grammatico-lexical dont chaque idéogramme offre le choix que dans la répartition spatiale où s'organise explicitement son système.

## MASSIN

"La forme d'écriture la plus ancienne est la pictographie. Les pictogrammes (mot formé à l'aide des racines latine "peindre" et grecque "écrire") concentrent l'attention sur l'image mais ne parviennent pas, en général, à traduire les notions abstraites. On peut les assimiler à des dessins parlants ou à des signes-choses, et ce type d'écriture, qui semble surtout avoir été pratiqué par des populations où des activités comme la chasse et la pêche étaient prépondérantes, est encore en usage chez les Indiens de l'Amérique du Nord, où des dessins en couleur sur des peaux et des étoffes racontent des expéditions de chasse ou les épisodes glorieux de la vie d'un chef.

L'écriture idéogrammatique des Chinois associe le signe phonétique (notant le son) au sens (représenté par un signe idéographique). Ce caractère double ne fait d'ailleurs qu'accentuer le divorce entre l'écriture et la lecture ; au surplus, l'introduction de "clés", qui permettent d'attribuer à un même signe des sens différents, a compliqué cette écriture à l'extrême en même temps qu'elle mettait la mémoire à rude épreuve.

L'origine pictographique des idéogrammes chinois ne fait pas de doute, même s'il ne subsiste pratiquement rien des pictogrammes dans le dessin des signes. D'autres écritures, celle de Sumer et les hiéroglyphes égyptiens, ont emprunté également aux pictogrammes avant de devenir idéogrammatiques. Ces écritures, qui ont résisté si longtemps au déchiffrement, ont indirectement donné naissance à notre alphabet. On peut même dire que toutes les variétés d'écriture jusqu'à présent déchiffrées sont contenues en puissance dans les quelque trois cents signes que comptait l'écriture sumérienne vers le milieu du quatrième millénaire avant le Christ.

Pourtant, à toutes les époques, se révèle le souci constant - secret ou avoué - de retrouver dans le dessin des lettres de notre alphabet les traces d'une figuration perdue. Tout se passe comme si les utilisateurs de l'alphabet latin (qu'il s'agisse de poètes ou de calligraphes, de pédagogues, de peintres, d'enfants ou de philosophes) refusaient la sécheresse géométrique de son tracé, comme s'ils s'efforçaient de retourner instinctivement aux enfances de l'écriture et de redécouvrir, enfouis sous des millénaires de civilisations, les mots-images, les dessins parlants, les signes-choses des écritures premières.

# Générique

L'EXPOSITION "L'image des Mots" présentée à la Galerie du CCI au Centre Georges Pompidou du 11 septembre au 4 novembre 1985 est une coproduction du Centre de Création Industrielle (CCI) et de l'Agence pour la Promotion de la Création Industrielle (APCI).

CATALOGUE : coédition Centre Georges Pompidou/ Agence pour la la Promotion de la Création Industrielle/ Editions Alternatives

*Format 21 x 30*

*144 pages ; 300 illustrations environ dont 2/3 en couleurs*

*Prix de vente : 149 F.*

## AGENCE POUR LA PROMOTION DE LA CREATION INDUSTRIELLE

Directeur : Margo Rouard

Assistante : Myriam Provoost

Commissariat général et conception : François Vermeil

avec la collaboration de :

Isabelle Chabot, Gilles Déléris.

Gilles Huot, Mahmud Imani.

Luc Joste, Nadine Rossin.

Marisha Vermeil et Claude Gollot.

Architecte : Italo Rota

Conception des audio-visuels : Isabelle Chabot, Gilles Déléris

Recherche iconographique pour les matériaux vidéo : Jean-François Arnold

Rédacteur : Roger Kleman.

## CENTRE GEORGES POMPIDOU/CENTRE DE CREATION INDUSTRIELLE

Directeur : François Burkhardt

Administrateur : Betty Murawiec

Coordination : Françoise Jollant-Kneebone, Marsha Emanuel

Chargée de recherches documentaires : Monique Baillon

Réalisation des audio-visuels. Image :

Patrick Arnold, Bernard Clerc-Renaud, Georges Meguerditchian, Francisco

Baudet, Philippe André

Son : Gérard Chiron

Gestion administrative : Colette Oger

Architectes : Katia Lafitte assistée de Jacques Loupias

Moyens techniques : Ateliers du CCI, Stéphane Iscovesco

Relations publiques : Ariane Diané-Sartorius

Relations presse : Marie-Jo Poisson-Nguyen

## EDITIONS ALTERNATIVES

Directeur Littéraire : Gérard Aimé

Responsable de fabrication : Patrice Aoust

Relations publiques : Michel Giorgis