

Vivien Philizot

Usages sociaux du caractère typographique

Social Use of Typographic Character

« Plus de distinction générique/spécifique/numérique entre les mots (tables n'est pas le pluriel de table, mangea n'a rien de commun avec manger). Plus d'adaptation physique des mots concrets; plus de valeur conceptuelle des mots abstraits. Le mot perd aussi sa valeur musicale. Il est seulement lisible (en tant que formé de consonnes et de voyelles), il est lisible des yeux et peu à peu prend une forme à signification plastique. [...] On peut donc énoncer [les mots] ou les écrire dans un ordre [quelconque]. »¹

Marcel Duchamp

“No more generic/specific/numerical distinctions between words (tables is not the plural table, eat has nothing to do with eating). No more physical adaptation of concrete words; no more conceptual value of abstract words. Words also lose their musical value. They are only readable (because made of vowels and consonants), readable by the eyes and little by little take a shape with plastic meaning. [...] Hence we can enunciate [words], or write them, in [any] order.”¹

Marcel Duchamp

La démocratisation des outils conjuguée à la dé-légitimation de la compétence esthétique a contribué à brouiller les frontières qui interdisaient au profane, jusqu'au milieu du XX^e siècle, l'accès à un espace restreint dont les imprimeurs avaient le monopole : la typographie. Ces deux facteurs sont à l'origine de profondes modifications du rapport à la forme typographique, qui, dans le domaine de la production, comme dans celui de la « consommation » si l'on prend le point de vue du lecteur, invitent à reconsidérer la lettre en dehors de ses usages légitimes et des critères esthétiques dominants. Repenser la valeur du signe dans la perspective de ses usages, c'est aussi réfléchir, en dehors des classifications proposant des catégories transcendantes, aux conventions qui nous lient à son existence. Cette valeur n'est alors plus à chercher dans la forme, mais dans le spectateur qui en est le témoin, et au-delà, dans tout ce qui accompagne l'écrit et qui ne relève plus de la lecture.

Si la lecture savante d'une œuvre requiert la maîtrise d'un code, c'est-à-dire, la capacité à percevoir et à comprendre tout ce que ne fournit pas le signe linguistique (connotation, références à l'histoire et au contexte de création, citation), il ne faut pas oublier que la consommation d'une œuvre peut tout aussi bien se passer de cette compétence. Une remarque à étendre à toute production graphique. L'affiche – exemple que j'aborderai dans une seconde partie – est construite de cette manière par le spectateur. On peut considérer la forme typographique dans cette perspective, incomplète sans son lecteur, inexistante en dehors de l'acte de lecture. Cependant, dès lors que le sens est intentionnel, comme le fait remarquer Barthes au sujet de la publicité, on ne peut plus s'arrêter à l'enregistrement des réactions du public. Le code devient un outil de discrimination sociale qui invite à repenser la production dans la perspective d'un public hétérogène, composé de groupes d'individus formés autour de dispositions esthétiques et culturelles communes par le jeu desquelles va se construire le message. On peut dès lors s'interroger sur le rapport à l'auteur. Comment envisager la relation entre le graphiste, sa position dans l'espace de production et son travail? Ou de manière plus synthétique : qu'est-ce qui lie les déterminismes externes et les propriétés internes et stylistiques?

The democratization of tools, combined with the delegitimizing of esthetic competence, contributed to blur the border that, until the middle of the 20th century, kept laymen away from a restricted area reserved for printers: typography. These two factors are at the origin of the deep modifications in the relationships to typographic form that have, in the field of production as in that of “consumption” – seen from the position of the reader –, now prompted us to reconsider letters besides their legitimate use and dominant esthetic criteria. Rethinking the value of signs in the perspective of their use also means thinking, outside of the classifications that offer transcending categories, of the conventions binding us to their existence. This value is no longer to be sought in shape, but in the viewer that sees it and, beyond that, in everything that comes along with writing, and no longer belongs to reading.

If the learned reading of a work requires the mastering for a code, that is, the ability to perceive and understand everything that is not provided by linguistic signs (connotations, historical and contextual references, quotes), it should not be forgotten that the consumption of a work may well do without that ability. This remark is to be extended to any graphic production. That is the way posters – I will come back to this example in the second part – are built by viewers. Typographic form should be considered in that perspective, incomplete without its reader, in-existent without the act of reading. However, as soon as meaning is deliberate, as Barthes remarks about advertisement, we cannot limit ourselves to the record of public reaction. The code becomes a tool for social discrimination that forces us to rethink production in the prospect of an heterogeneous public made of groups of individuals formed around common esthetic and cultural backgrounds by which the message will be constructed. The author – graphic designer – is then to be reintroduced into the equation, and the nature of this relationship is to be questioned. How can we consider a link between the author, his position in the space of production, and his work? Or, to put it in a more global way: what is it that binds external determinism and internal style?

Quelques propriétés du signe typographique

La typographie a ceci de spécifique qu'elle induit chez son lecteur deux processus simultanés mais radicalement différents : un jugement de goût et un acte de lecture. Le jugement de goût a à voir avec l'esthétique, l'acte de lecture avec le traitement de l'information. Mais si cette opposition très simple semble recouvrir celle qui s'établit traditionnellement entre le « voir » et le « lire », il faut préciser, d'une part, que le plastique véhicule lui aussi une information et d'autre part, que le message à lire peut de la même manière faire l'objet d'un jugement de goût. La forme typographique est irréductible à la proposition linguistique qu'elle objective. Dans ce sens, le mot écrit ne peut échapper à la matière qui le fait exister, engageant un rapport à la typographie particulier que l'histoire a vu prendre plusieurs apparences.

Des calligrammes d'Apollinaire à David Carson, (qui, dans le documentaire de Gary Hustwit² se demande, alors qu'on lui montre une série de mots écrits en Helvetica, pourquoi le mot « explosion » n'évoque pas une explosion) l'histoire récente de la typographie offre de nombreux exemples de tautologies, ou autres procédés rhétoriques fondés sur l'écart – ou la proximité – entre le mot et sa mise en forme.

Mettre en page, en typographie, c'est créer un écart, c'est concurrencer le signe linguistique sur le terrain plastique. Un terrain vaste et accidenté qui n'a cependant pas toujours été envisagé dans ce sens : « Une des frontières qu'il faut franchir, est le mur que fait surgir la convention sociale, voir la pratique signifiante, entre le phonétique et le visuel du texte. Le franchissement de cette frontière est la voie magistrale qui permet d'arriver à une conception du texte prenant en compte ses qualités visuelles et par là, sa parenté avec les arts picturaux. Il s'agit ici d'une infraction des codes de l'écriture [...] »³. Une infraction commise par Mallarmé avec l'acte inaugural du *Coup de dés*⁴ dans lequel la distribution spatiale et visuelle du texte est soudain envisagée dans sa relation à l'écriture, ainsi re-pensée dans l'expérience que l'on fait de son déroulement. Si la typographie, au sens de signe et de lettre, en sort indemne (l'intervention sur la lettre se limite aux variantes de casse – italiques, capitales, etc.), l'organisation visuelle est en rupture complète avec une tradition typographique qui privilégiait l'écoulement naturel d'un texte dont la linéarité n'était pas questionnée. Avec Mallarmé, l'espace entre en concurrence avec le temps de l'écriture. C'est cette idée qui sert par ailleurs de levier à l'ironie didactique de Marcel Broodthaers, lorsqu'il reprend le poème plus de soixante-dix ans plus tard en remplaçant les lignes de texte par des blocs noirs, répartis selon la même disposition spatiale. Un processus de « plastification » ainsi qualifié par Jacques Rancière⁵, qui engage alors la lecture sur un terrain nouveau. Ces deux repères historiques, Mallarmé et son commentaire par Broodthaers, balisent un processus d'émancipation du signe typographique accompagné d'une prise de conscience de son rapport concurrentiel à la langue dont il ne peut se passer. Les compositions de Marinetti, de Soffici, de Zdanevitch, et bien plus tard, de Lubalin, seront autant de notes au bas des pages de Mallarmé.

Le décalage entre le processus de lecture et la perception du signe plastique, serait par ailleurs à questionner sur le terrain scientifique. John Ridley Stroop, psychologue américain né

A few properties of typographic sign

One of the specificities of typographic sign is that it entails in the reader two simultaneous but radically different processes: a judgment of taste, and an act of reading. The judgment of taste has to do with aesthetics, and the act of reading with treating information. But if this very basic opposition seems to overlie the one that is traditionally established between “seeing” and “reading”, it should not be forgotten that plasticity also carries information, and that the message to be read can also be subjected to a judgment of taste. Typographic shape cannot be reduced to the linguistic proposition it objectivizes. In this sense, written words cannot escape from the matter that makes it exist, and engages in a specific relationship to typography that has taken several aspects throughout history.

From the calligrams of Apollinaire to David Carson – who, when presented with a series of words set in Helvetica in a documentary film by Gary Hustwit², wonders why the word “explosion” does not suggest an explosion –, the recent history of typography offers many examples of tautologies and other rhetorical procedures based on intervals or proximities between words and their set shape.

In typography, designing a layout means creating an interval, and competing against linguistic signs on a visual field – a large and uneven field that has not always been considered that way: “One of the borders that have to be crossed is the wall raised by social convention, or even signifying practice, between the phonetic and visual aspects of text. Crossing this border is the brilliant way to reach a conception of the text that considers its visual qualities, and hence its kinship with pictorial arts. This is a violation of the codes of writing [...]”³. A violation that Mallarmé commits with the seminal act of the *Coup de dés*⁴ in which the spatial and visual distribution of the text is suddenly considered in its relationship to writing, rethought in the experience we have of its sequence. If typography, meaning signs and letters, gets out of it unscathed – interventions on letters are limited to case variations such as italics and capitals –, the visual organization breaks completely with the tradition of typography privileging the natural flow of the text without questioning its linearity. With Mallarmé, space competes against the time of writing. This very idea is used as a lever for the didactic irony of Marcel Broodthaers, when he takes up the poem more than seventy years later and replaces the lines of text by black blocks, spread according to the same spatial distribution. Jacques Rancière⁵ called this a “plasticization” process, as it brings reading into a new field. These two historical landmarks, Mallarmé and his comment by Broodthaers, outline a process of emancipation of typographic signs, along with the rising consciousness of its competing relationship with language that can no longer be spared. Compositions by Marinetti, Soffici, Zdanevitch, and much later Lubalin, are as many footnotes to Mallarmé's pages.

The gap between the reading process and the perception of the plastic sign is to be questioned by science. John Ridley Stroop, an American psychologist born in 1897, brought to light in 1935 the relationship between a main task and an interfering cognitive process. The example of colors is well known: having to read the name of a color written in a different color than the one it designates creates an interference translated by a longer

en 1897, a mis en évidence dès 1935 les relations entre une tâche principale et un processus cognitif interférant. L'exemple des couleurs est bien connu : le fait de devoir lire le nom d'une couleur, écrit dans une couleur différente de celle qu'il désigne, crée une interférence se manifestant par un temps de réaction plus long. Un procédé dont Jasper Johns livre une démonstration littérale dans *False Start* (1959), en superposant des noms de couleurs peints au pochoir dans des teintes qui ne correspondent pas à celles qu'ils désignent.

Si le traitement automatique et non intentionnel du mot, pour sa « valeur idéographique »⁶ orchestre dans ce cas la confrontation de deux informations contradictoires, on trouve dans les tautologies de Joseph Kosuth une inversion radicale du processus. Avec *Neon Electrical Light English Glass Letters Pink Eight* (1966), pour ne prendre qu'un exemple parmi d'autres, la proposition linguistique se superpose au traitement typographique dont elle fait l'objet en même temps qu'elle la valide. L'énoncé tautologique formé par l'articulation linguistique / plastique reste vrai indépendamment des éléments qui le composent. À l'inverse de l'exemple de Jasper Johns, la proposition de Kosuth n'apporte aucune information. Le caractère typographique (entendu comme couleur, forme et matière) n'ajoute rien au contenu linguistique. La tautologie ne dit rien en dehors de la définition qui la fonde, à savoir qu'elle est vraie indépendamment de ce qui est le « cas » dans le monde ; comme toute proposition logique, elle ne fait que décrire, selon Wittgenstein, l'« échafaudage du monde », elle « figure » le monde⁷. En exhibant leur forme logique, les propositions de Kosuth semblent pouvoir se passer du caractère typographique. On entrevoit ici un extrême de l'interprétation : la superposition totale de la lettre à ce qu'elle objective, relation hypothétique qui forme l'impossible horizon de l'ascèse fonctionnaliste.

La typographie, qu'elle soit envisagée en tant que « forme des lettres » ou bien disposition de celles-ci dans l'espace, ancre ainsi l'écart dans la rhétorique. Comme le rappelle Anne-Marie Christin au sujet des graphistes et typographes : « Les interprètes [...] fondent leur travail sur un écart entre la production du texte et sa lecture [...] c'est dans les réalisations qu'ils proposent que nous pourrions mettre de nouveau à l'épreuve une conception de la typographie comme système d'effets rhétoriques. »⁸

Le signe est à considérer dans ses différentes formes : linguistique bien sûr, mais aussi plastique et iconique. Trois modalités, qui, s'il fallait donner un dernier exemple, sont littéralement condensées dans une composition d'Herb Lubalin datant de 1960 : *"Let's talk type, let type talk"* (parlons de typographie, laissons la typographie parler), injonction sous forme de chiasme qui résume la compréhension que l'on peut avoir de ce qui n'appartient plus entièrement à l'ordre du discours mais qui, par le jeu des propriétés méta-discursives du caractère, atteste de sa capacité à commenter et à interpréter, à dire ou contredire l'énoncé duquel il dépend, à jouer de ce qui relève d'une « intellection visuelle de l'alphabet »⁹. À travers la question de l'interprétation se pose celle de la manière dont sont liés les déterminismes externes (la place de l'auteur, les publics, etc.) et les propriétés internes et stylistiques des productions. L'histoire et le sens d'une « proposition typographique » n'advient que dans sa relation au lecteur.

time of reaction. Jasper Johns offers a literal demonstration of this process in *False Start* (1959), as he paints layers of color names stenciled in colors that do not match the ones they name.

If the automated and unintentional treatment of words for their "ideographic value"⁶ organizes in this case the confrontation of two contradictory pieces of information, a radical reversal of the process can be found in the tautologies of Joseph Kosuth. For instance among others, in *Neon Electrical Light English Glass Letters Pink Eight* (1966) the linguistic proposal overlaps the typographic treatment and simultaneously validates it. The tautological statement formed by the linguistic/plastic articulation remains true, independently from the elements that make it. As opposed to Jasper Johns, Kosuth's proposal does not offer any information. The typeface (color, shape, material) does not add anything to the linguistic content. The tautology does not say anything besides the definition that grounds it, namely that it is true independently of what is the "case" in the world. Like any other logical proposition, it only describes, according to Wittgenstein, the "scaffolding of the world"; it "represents" the world⁷. In the exhibition of their logical shape, Kosuth's proposals seem to be able to do without any typeface. Here we can catch a glimpse of one extreme interpretation: the complete superimposition of letters over what they objectivize, a hypothetic relationship drawing the impossible horizon of functionalist asceticism.

Typography, whether considered as "the shape of letters" or "the place of letters in space", grounds interval in rhetoric. As Anne-Marie Christin reminds us about graphic designers and typographers: "Interpreters [...] ground their work on an interval between the production of text and its reading [...]. It is in the productions they offer that we will once again have the opportunity to challenge a concept of typography as a system of rhetorical effects."⁸

These few remarks about the properties of typographic material understood in its plastic dimension lead us to consider signs under their different forms: linguistic of course, but also plastic and iconic. To give one last example, these three modes are literally condensed in a composition by Herb Lubalin in 1960: *"Let's talk type, let type talk"*, an injunction in the form of a chiasmus that sums up what we may understand of what does no longer completely belong to the realm of discourse, but demonstrates in the play of meta-discursive properties of type its ability to comment and interpret, to say or to contradict the statement it depends on, to play with what belongs to the realm of a "visual intellection of the alphabet"⁹. By reintroducing the authors and the audience in the analysis, the issue of interpretation becomes essential to understand what binds external determinisms (the place of the author, the audience, etc.) and the internal stylistic properties of productions. The story and the meaning of a "typographic proposal" can only appear in its relationship to the reader.

Hamlet : une étude de cas

Pratique hétéronome, attachée au commanditaire qui la rend possible, une bonne partie de la création graphique contemporaine s'inscrit dans un système naturel d'interdépendances économiques et de connivences culturelles qui sont au principe des ajustements entre les goûts des producteurs et des publics. En tant qu'outil de communication censé promouvoir un spectacle autant que l'institution qui l'accueille, l'affiche de théâtre est prédisposée à échapper à son auteur. Liée à l'œuvre, elle en est le prolongement autant que le commentaire, se présente en d'autres termes comme un élément du *paratexte* – plus précisément de l'épitéxte, si l'on s'accorde à la définition étendue de Genette : « [...] si l'on veut bien admettre cette extension du terme à des domaines où l'œuvre ne consiste pas en un texte, il est évident que d'autres arts, sinon tous, ont un équivalent de notre paratexte : ainsi du titre en musique et dans les arts plastiques, de la signature en peinture, du générique ou de la bande-annonce au cinéma [...] : ce serait l'objet d'autant d'enquêtes parallèles à celle-ci ».¹⁰

S'il est impossible d'adopter un point de vue panoptique, l'étude des formes typographiques d'une affiche ne peut pas se passer du spectacle que celle-ci est censée promouvoir. La lecture formaliste – inscrite dans la perspective d'un champ du graphisme autonome ignorant la commande – tend généralement à faire l'économie du « texte principal », ou du moins à inverser la polarisation texte / paratexte, en plaçant le graphisme au centre d'un cercle dont l'œuvre à promouvoir serait rejetée à la périphérie. À l'inverse, il est possible de réinscrire la production dans un réseau complexe : œuvre (pièce), auteur, metteur en scène, institution, graphiste, public, sans perdre de vue la relativité de cette grille de lecture, ni le fait que les représentations ne remplissent pas toutes ces différentes catégories ; certaines n'ont pas de metteur en scène, d'autres ne font pas l'objet d'une communication spécifique, d'autres encore ont un statut hybride, à la croisée de la danse et des arts visuels. La typographie se situe à l'intersection de ces lignes de force : le choix de la lettre, de ce qui va matérialiser une parole artistique, institutionnelle, donne bien plus d'informations que ce que veut bien nous faire lire l'auteur.

La spécificité et l'intérêt du théâtre de Shakespeare viennent de sa polyvalence. Alors qu'à l'époque de Shakespeare, les textes se confondent avec leurs interprétations, ils font aujourd'hui l'objet d'appropriations extrêmement diverses. Investi par des compagnies amateurs aussi bien que par des théâtres nationaux, par des metteurs en scène prudents comme par des artistes d'avant-garde, un même texte trouve, à travers la figure du metteur en scène ou le style de la compagnie, des publics qui n'ont plus l'hétérogénéité de celui du Globe pendant la période élisabéthaine. Le dramaturge allemand Heiner Müller rappelle ainsi qu'« [...] il n'y avait pas en ce temps-là de cinéma, de télévision et pas non plus de séparation entre le grand art et l'art vulgaire. Le théâtre était le divertissement aussi bien des gens cultivés que des masses. Il avait aussi entre autres la fonction que les films d'horreur ou pornos ont aujourd'hui. Les seules distractions qu'il y avait en plus étaient les exécutions et les visites des asiles de fous. Pour ce monopole qu'avait le théâtre, j'envie Shakespeare. »¹¹

Hamlet: a case study

As an heteronomous practice closely tied to the commissioner that makes it possible, most of contemporary graphic creation belongs to a natural system of economic interdependence and cultural collusion that is at the core of the principle adjusting the tastes of producers and readerships. As communication tools meant to promote both a performance and the institution that hosts it, theater posters are likely to drift away from their authors. Linked to the work, they are its extension and its comment. In other words, they appear as an element of its *paratext* – and more precisely its epitext, if we are to refer to the extended definition by Genette: “[...] if we will admit this extension of the term to fields in which the work is not a text, it becomes obvious that other arts, if not all, have an equivalent of paratext: for instance titles in music and visual arts, signature in painting, credits or trailers in cinema [...]: this could be the subject of many parallel studies”.¹⁰

It is impossible to adopt a panoptic view, but a survey of the typographic form of poster cannot ignore the performance it is supposed to promote. Formalist reading – in a perspective presuming an autonomous field of graphic design that ignores commission – generally tends to overlook the “main text”, or at least to invert the text/paratext sequence by placing graphic design at the center of a circle from which the work to be promoted would be rejected on the periphery. Instead, production is considered here as embedded in a complex network: work (play), author, director, institution, graphic designer, and audience – without forgetting that this frame of reference is relative, and that many performances do not fill up all the categories: some do not have a director, others are not specifically promoted, and even others may have a hybrid status, for instance somewhere between dance and visual arts. Typography is at the intersection of these guiding principles: the choice of a letter, of what will objectivize an artistic or institutional speech brings in much more information than what authors are willing to let us read.

The specificity and the interest of Shakespeare's plays come from their adaptability. Whereas in Shakespeare's times texts were merged with their interpretations, they are now appropriated with a wide variety of approaches. Taken up by amateur troupes as well as by national theatres, by cautious directors as well as by avant-garde artists, the same text meets – through the figure of the director or the style of the troupe – audiences that do not have the heterogeneity of that of the Globe in the Elizabethan era. The German playwright Heiner Müller reminds us that “[...] in those times there were neither cinema nor television, and neither was there any difference between high and low art. Theatre was the entertainment of both the well-educated and the masses. It also played the same role as today's horror and porn movies. The only other entertainments available were executions and visiting mental homes. For the monopoly that theatre had, I envy Shakespeare.”¹¹

If Heiner Müller envies Shakespeare, it is because genres are nowadays far more graded. The field of theatre has a vertical distribution that spreads over every possible position in a space of production dominated by avant-garde theatre.



Labomatic
Hamlet, Théâtre Nanterre - Amandiers,
 France, 2004.



Piotr Młodzieniec
Hamlet, Pologne/Poland, 2005.



David Kaimann
Hamlet, The Parkview High School Theatre,
 États-Unis/USA, 2009.

Si Heiner Müller envie Shakespeare, c'est qu'actuellement, les genres sont beaucoup plus fortement hiérarchisés. Le champ théâtral fait lui-même l'objet d'une distribution verticale qui voit se déployer toutes les positions possibles dans un espace de production dominé par le théâtre d'avant-garde.

En France, cette avant-garde est à chercher dans le théâtre public, plus précisément chez ceux que Gérard Noiriel qualifie de « créateurs de plateau ». Dans sa récente étude sur le théâtre contemporain¹², il oppose deux figures idéales-typiques du théâtre public. Le créateur de plateau d'une part, est un innovateur, « metteur en scène diplômé qui s'est ensuite fait auteur, qui dirige une compagnie et, bien souvent, un établissement ou une institution dédiée au spectacle vivant », dont les arguments, « reflètent le retour en force des thèses défendues au XIX^e siècle par les tenants de l'art pour l'art. » À ce profil s'oppose celui du « bricoleur d'avenir », refusant de séparer création artistique et action culturelle et s'attachant à dénoncer la domination de l'élite et les rapports de dépendance qu'elle entretient à l'égard des pouvoirs publics. Le créateur de plateau s'invente une écriture « non textuelle », entendue comme écriture de plateau, à laquelle est subordonné le texte, repassé au filtre de l'expérimentation scénique : « J'invente mes propres règles du jeu ». ¹³ Le théâtre contemporain, et *a fortiori*, le théâtre d'avant-garde est ainsi un théâtre de mise en scène dont l'écart ou la proximité entre le texte original – lorsqu'il y a un texte original – et l'interprétation qui en est donnée devient un indicateur des prises de positions esthétiques mais aussi politiques, avec toutes les précautions très justement relevées par Gérard Noiriel. Cet écart se traduit par le respect ou non des didascalies, par la nature du rapport au texte original et bien évidemment, par l'usage ou non de costumes et de décors d'« époque ».

Ces registres d'interprétation différenciés – allant de la plus contemporaine à la plus orthodoxe – induisent, par le biais de la commande, des réponses également différenciées en terme de communication et conduisent à prolonger la question de l'interprétation sur le terrain typographique. En convoquant le *Paradoxe sur le comédien* de Diderot dans son texte introductif au catalogue de l'exposition « Vive les graphistes »¹⁴, Lyotard file ainsi la métaphore du théâtre pour faire du graphiste un comédien conscient des moyens qu'il se prescrit et distant de l'interprétation qu'il livre. Le mécanisme n'est cependant pas aussi simple, et si le design graphique et typographique s'apparente bien à un acte d'interprétation qui légitime à ce titre cette analogie, les choix plastiques, les partis pris et les prises de positions sont cependant très fortement déterminés par les enjeux et les contraintes liés à la commande et aux positions des producteurs dans le champ.

La première affiche a été réalisée par le studio Labomatic pour le Théâtre Nanterre-Amandiers en 2003. Le caractère utilisé pour l'ensemble du texte, le Type 1451 n'est décliné en aucune graisse. Il est le même pour chaque spectacle de la saison – ce qui d'ailleurs, avec la composition décentrée, l'aplatissement et le texte en noir disposés sur une photo en pleine page, en constitue l'« identité » visuelle. Le choix typographique et la disposition des textes dans l'affiche n'ont de cette manière strictement aucun rapport avec la pièce. Cette affiche place le sujet « Hamlet » au second plan, subordonné à l'institution

In France, the avant-garde is to be found in publicly subsidized theatre, especially by what Gérard Noiriel calls “stage creators”. In his recent study on contemporary theatre¹², he compares two ideal and typical figures of public theatre. On the one hand, the stage creator is an innovator, “a qualified director that became an author, manages a troupe and quite often an institution or an organization devoted to live performance”, and whose arguments “reflect a strong resurgence of the positions held by 19th century supporters of art for art's sake”. On the other hand, this profile contrasts with that of the “handyman of future” that refuses to separate art from cultural action and keeps on challenging the domination of the elite and the relationships of dependency that it has with public authorities. The stage creator invents a “non-textual” stage writing – to which the text is subjected and filtered by stage experimentation: “I make up my own rules”¹³. Contemporary theatre, and avant-garde theatre all the more, is a theatre of stage direction in which the distance or the nearness between the original text – when there is an original text – and its interpretation become the sign of an esthetic position, but also of a political one, with all the precautions rightly noticed by Gérard Noiriel. This distance is translated by respecting or disregarding stage directions, by the nature of the relationship to the original text, and of course by using period costumes and settings or not.

These different ranges of interpretation – from the most contemporary to the most orthodox – induce, by way of commission, different answers in terms of communication, extending the issue of interpretation in the field of typography. By calling in Diderot's *Paradox of Acting* in his introduction to the catalog of the exhibition “Vive les graphistes”¹⁴, Lyotard extends the metaphor of theatre, turning graphic designers into actors aware of the means they use while keeping distant from the interpretation they deliver. But the process is not that simple, and if graphic and typographic design certainly is an act of interpretation endorsing this analogy, formal choices, preconceptions and positions are nevertheless strongly determined by the stakes and constraints of commission and the positions of producers in the field.

The first poster was made by the studio Labomatic for the Théâtre Nanterre-Amandiers in 2003. The typeface used for the whole text – Type 1451 – is always used in the same weight. It is the same for every play of the season – and this is precisely, with the off-center composition and the solid yellow under black text over a full-page photo, what makes its “visual identity”. The choice of type and the position of text on the poster have absolutely nothing to do with the play. This poster places the “Hamlet” subject matter in the background, subject to the institution and, in a lesser way, to the authors of the visual – if their reputation and “graphic signature” are to be taken into account. The Théâtre des Amandiers, by its visual identity, is predominant. The institution wins. What matters is not so much to talk about the play, as to reactivate by way of a proposal avoiding its subject the complicity of a targeted audience used to the consumption of avant-garde productions. The topic is not *Hamlet*, nor even the staging, but rather the schedule of the theatre, of which it is but an instance.

The poster by Mlodozienec is characterized by its apparent simplicity: black and white, a dedicated hand drawn type,

et, dans une moindre mesure, aux auteurs du visuel, si l'on prend en compte leur notoriété et leur « signature graphique ». Le Théâtre des Amandiers, à travers son identité visuelle, est prépondérant. L'institution gagne. Il s'agit moins de parler du spectacle que de réactiver, à l'aide d'une proposition prenant toutes ses distances avec son sujet, la complicité d'un public ciblé et habitué à consommer des productions d'avant-garde. Il n'est pas ici question d'*Hamlet*, ni même de la mise en scène, mais bien plutôt de la programmation du théâtre, dont elle n'est qu'une occurrence.

L'affiche de Mlodozieniec est caractérisée par sa simplicité apparente : noir et blanc, un caractère dédié dessiné à la main, une composition saturée insensible aux canons en vigueur. Inscrit dans la tradition de l'affiche polonaise et caractéristique du travail de Mlodozieniec, le traitement graphique l'emporte sur une iconographie classique (couronne – crâne). Si cette pièce ne fait vraisemblablement pas partie d'un programme s'étendant sur une saison entière à la manière du Théâtre des Amandiers, on peut cependant constater la prépondérance de l'auteur, qui l'emporte sur le sujet. L'affiche en effet trouve sa place de manière cohérente dans la production de Mlodozieniec.

L'affiche du Parkview est quant à elle composée en Zapfino (famille de caractères développée par Hermann Zapf pour Linotype et distribuée à partir de 1998) et en Garamond (dont le dessin original date des alentours de 1530). Le mouvement du Zapfino est utilisé pour les titres, dates et horaires alors que le Garamond conclut la composition centrée sur un axe vertical. Le rapport entre les formes issues de la tradition typographique pour le Garamond, et calligraphique pour le Zapfino et la pièce – qui se déroule au tout début du XIII^e siècle – procède d'un « mode d'adéquation sensible » – pour reprendre une des quatre catégories établies par Stéphane Darricau¹⁵. Le vocabulaire (le choix des éléments typographiques) et la syntaxe (l'organisation de ces mêmes éléments) réactivent la représentation mythique collective de l'histoire pour annoncer un mode de représentation orthodoxe, une interprétation classique d'*Hamlet* inscrite dans une tradition réaliste et non distancée. À l'inverse de l'affiche précédente, ces propriétés ne sont pas le produit d'une charte graphique, mais plutôt d'une proposition spécifique, adaptée à la pièce et motivée par le texte autant que par la mise en scène, ne laissant apparaître la structure – The Parkview Performing Arts Department – qu'à travers le logo placé en tête de l'affiche.

Typographeur *Hamlet* au XXI^e siècle en Zapfino, c'est jouer Shakespeare en costume. En se calquant sur la mise en scène, l'interprétation typographique procède dans ce cas d'un souci de réalisme quasi historique. Poussée à l'extrême, cette obsession de l'adéquation chronologique s'accompagne comme au théâtre, du risque de ce que Barthes appelle – dans le cas du costume – le « vérisme archéologique », « hypertrophie de sa fonction historique ».¹⁶ En s'inscrivant dans la perspective de l'école des Annales d'une part, et en s'appuyant sur le théâtre de Brecht, Barthes oppose en effet une « histoire intelligente qui retrouve les tensions profondes, les conflits spécifiques du passé [...] » à une « histoire superficielle qui reconstitue mécaniquement certains détails anecdotiques [...] », dont « [...] le costume de théâtre a longtemps été un champ de prédilection ». Ancrée dans l'approche romantique

and a saturated composition unaffected by current canons. In the tradition of Polish posters, and typical of Mlodozieniec's work, the graphic treatment prevails over classical iconography (crown – skull). If this play is unlikely to be part of a whole season schedule in the way of the Théâtre des Amandiers, it is nevertheless obvious that the author is paramount, and overcomes the subject. And indeed the poster finds a consistent place in the production of Mlodozieniec.

The Parkview poster is set in Zapfino – a type family developed by Hermann Zapf for Linotype, and distributed since 1998 – and Garamond – the original drawing dates from somewhere around 1530. The movement of Zapfino is used for titles, dates and times, whereas Garamond ends the composition centered on a vertical axis. The relationship between shapes that come from the traditions of typography (Garamond) and calligraphy (Zapfino), and the play – that takes place in the early 13th century – draws on a “sensitive mode of adequacy” – one of the four categories established by Stéphane Darricau¹⁵. The vocabulary – the choice of typographic elements – and the syntax – the organization of those elements – reactivate the mythic collective image of the story in order to announce an orthodox mode of representation, a classical interpretation of *Hamlet* in the line of realist and non-distanced tradition. As opposed to the former poster, these properties are not the consequence of house-style guidelines, but rather a specific proposal designed for the play, motivated by both the text and the staging, letting the institution – The Parkview Performing Arts Department – appear only by the logo at the top of the poster.

In the 21st century, typing *Hamlet* in Zapfino is playing Shakespeare in period costumes. By sticking to the staging, typographic interpretation proceeds in this case from a care about quasi-historical realism. Pushed to its limits, the obsession of chronological adequacy comes, like in theatre, with the risk of what Barthes calls – in the case of costume – “archaeological verism” and “hypertrophy of historical function”¹⁶. By adopting the perspective of the Annales School, on the one hand, and relying on the theatre of Brecht on the other, Barthes opposes an “intelligent history that meets the deep tensions and the specific conflicts of the past [...]” to a “superficial history mechanically reconstituting some anecdotic details [...]” in which “[...] theatre costume has for long been a favorite subject”. Grounded in the 19th century Romantic approach, this seems to be the factual history “our Garamond ancestor” refers to. Typographic verism is totally opposed to distanced interpretation, one that is no longer built on the historical background of signs but rather on relative relationships between them and, with that, on what these relationships let us understand about history and the social, economical, and political movements that they witness.

According to different terms, these three instances lead us to establish first an opposition between what is structural (the theatre) and what is circumstantial (the performance), an opposition subjected to the action of three factors: the institution, the director, and the text. The structural part – the seasonal identity of the theatre – prevails for the Théâtre des Amandiers, but is entrenched in the Parkview logo in order to give way to the circumstantial part, the text and its staging. Reintroducing the author, Mlodozieniec's work seems to cut

du XIX^e siècle, c'est bien de cette histoire événementielle dont semble relever « notre ancêtre Garamond ». Ce vérisme typographique s'oppose en tout point à une interprétation distanciée, non plus construite sur l'ancrage historique des signes mais plutôt sur les relations qu'ils entretiennent entre eux et à travers cela, sur ce que ces relations font comprendre au sujet de l'histoire et des mouvements sociaux, économiques et politiques dont elle est le témoin.

Selon des modalités différentes, ces trois exemples conduisent par ailleurs à établir une première opposition entre structurel (le théâtre) et conjonctuel (le spectacle), opposition commandée par le jeu des trois « déterminants » que sont l'institution, le metteur en scène et le texte, tour à tour prépondérants. La part structurelle – identité saisonnière du théâtre – prévaut pour le Théâtre des Amandiers, là où elle se retranche dans le logo du Parkview pour laisser la place au conjonctuel, au texte et à sa mise en scène. En réintroduisant l'auteur, le travail de Mlodozieniec semble quant à lui s'affranchir, si l'on s'attache au traitement typographique plutôt qu'iconographique, de cette double contrainte. Il semble dès lors moins évident de mettre sur le même plan l'affiche « institutionnelle », qui semble subir des déterminismes extérieurs au spectacle et l'affiche « conjonctuelle », apparemment plus lisible. Peut-on tirer les mêmes conclusions de ces deux cas de figure ? En prenant le dessus, l'institution affirme un parti pris sous forme de paradigme, dont chaque spectacle serait une déclinaison. Le registre d'interprétation théâtrale du spectacle doit alors se lire à l'échelle d'une « programmation » qui subsume l'ensemble de la saison pour lui donner sa cohérence. En passant du choix du metteur en scène au choix de l'institution qui elle-même choisit son metteur en scène, la question reste la même. L'affiche de Labomatic reformule à l'échelle d'un spectacle l'hétérodoxie relative du Théâtre des Amandiers, à travers un choix typographique délibérément distancié, un caractère sans empattement, géométrique, associé à un traitement iconographie contemporain. Cette affiche n'est fonctionnelle qu'en tant qu'elle fait correspondre l'écart structurel entre texte et typographie à celui qui s'opère entre texte et mise en scène, ou plutôt dans ce cas, entre le texte et le parti pris de l'institution. Cet écart se resserre avec l'affiche non moins fonctionnelle du Parkview, qui atteste par sa part d'un registre moins distancié.

Ainsi s'établit une correspondance, entre les modalités d'interprétation théâtrale d'une part, et les modes d'adéquation typographique d'autre part. Reflet des partis pris de mise en scène, la structure objective selon laquelle est organisée la représentation dans son rapport au texte original (degré de distanciation, proximité avec le texte, respect de la forme et des conventions théâtrales) se retrouve à l'identique dans la formulation visuelle de l'affiche.

Si l'on considère de cette manière la typographie dans son rapport à l'auteur et au public, et non pour ses formes seules, il devient possible de repenser les taxinomies dans une perspective sociale. De cette manière, le Garamond de l'affiche de Parkview est moins une Galarde, qu'un « caractère entretenant *telle* relation avec son sujet ». Cette relation, par un effet d'homologie structurale, semble lier de la même

loose – as far as type is concerned, not iconography – from this double constraint. It then seems less obvious to put on the same level “institutional” posters – that seem to be subjected to determinisms besides the actual performance – and apparently more legible “circumstantial” posters. Can similar conclusions be drawn out of these two cases? As it prevails, the institution states a position in the form of a paradigm of which every performance is but an instance. The theatrical interpretation range has then to be read at the scale of a “program” subsuming the entire season to give it consistency. By shifting from the director's choice to the choice of the institution that chooses the director, the issue remains the same. The poster by Labomatic recasts at the scale of one performance the relative heterodoxy of the Théâtre des Amandiers, by a deliberately distant typographic choice, a sans serif geometrical type associated to contemporary iconographic treatment. This poster is operational only because the structural interval between text and typography matches the interval between text and staging, or rather, in this case, between the text and the position of the institution. This gap is reduced in the case of the Parkview poster, just as operational but in a far less distanced way.

This is how a correspondence is established between the modalities of theatrical interpretation and the modes of typographic adequacy. Reflected in the commitment of staging, the objective structure according to which the representation is organized in relation with the original text – degree of distance, closeness to the text, respect of theatrical forms and conventions – is found identically in the visual design of the poster.

If we consider typography as related to authorship and audience, and not only for its own shapes, it becomes possible to rethink taxonomies in a social perspective. In this way, the Garamond on the Parkview poster is not so much a galard as a typeface maintaining a *specific* relationship with its subject matter. This relationship, by way of structural homology, seems to link the text and its staging in the same manner. In this sense, there is no “true” adequacy between a typeface and a subject, but rather types of relationships established by use. Invariants are to be sought for in functionally absolute structures instead of in underlying contingent forms. Then on, it seems absurd to classify typefaces regardless of their use. Believing that classification is objective because it is built on objective criteria means forgetting that classifications are not based on criteria, but on the choice of criteria. If normative separations appear to have all the features of objectivity, we should nevertheless remember that they are produced by conventions satisfying interests that range from simple practical reasons to fundamentally ideological issues.

When Lyotard compares graphic designers to interpreters, he is also reminding us that typesetting has to be thought as relational. In this perspective, the choice of type carries less information on the play than on the way in which it is interpreted, and then reinterpreted by the designer. A “functional” poster, one that meets its terms and conditions, would be neither one that indulges in dominant esthetic criteria, nor one especially readable, but rather a poster that shares with the staging it is supposed to promote, *the same relationship to text*.

manière le texte et sa mise en scène. Il n'y a dans ce sens pas d'adéquation « vraie » entre un caractère et un sujet, mais plutôt des types de relation que l'usage consacre. Les invariants sont à chercher dans les structures, fonctionnellement absolues plutôt que dans les formes contingentes qu'elles sous-tendent. Il semble alors absurde de vouloir classer les caractères en faisant l'économie de leurs usages. Croire qu'une classification est objective parce qu'elle se construit sur des critères objectifs, c'est oublier que ce ne sont pas les critères qui fondent une classification, mais bien le choix des critères. Si les découpages normatifs ainsi opérés ont toutes les apparences de l'objectivité, il faut rappeler qu'ils sont le produit de conventions répondant à des questions pratiques, fonctionnelles aussi bien qu'à des intérêts idéologiques ou commerciaux.

Lorsque Lyotard compare le graphiste à un interprète, c'est aussi pour rappeler que la « mise en typographie » ne peut se concevoir que de manière relationnelle. Dans cette perspective, le choix d'un caractère donne moins d'informations sur la pièce que sur la manière dont elle est interprétée, et ce, à travers l'interprétation qu'en fait le graphiste. Une affiche « fonctionnelle », c'est-à-dire qui remplirait son cahier des charges, ne serait, non pas une affiche sacrifiant aux critères esthétiques dominants, ni même une affiche lisible, mais bien plutôt une affiche qui partagerait avec la pièce qu'elle est censée promouvoir, *un même rapport au texte*.

La proximité entre l'interprétation graphique et l'interprétation théâtrale conduit dès lors à s'interroger sur la communauté de goûts et d'expériences qui lie commanditaires et « commandités » et dont l'affiche « réussie », acceptée par les premiers et assumée par les seconds semble attester. Les dissensions apparentes qui accompagnent toutes les étapes de la conception d'un projet font oublier que l'on ne discute pas de ce qui permet de discuter, c'est-à-dire, de l'accord tacite sur la nature même de l'interprétation graphique. La posture à adopter et les prises de position font ainsi l'objet d'un consensus rendu possible par un langage commun dont l'activité communicationnelle requiert la validité. Ce socle d'expériences et de connaissances partagées forme ce que Habermas définit comme un « monde vécu », « [...] ensemble des interprétations que les participants présupposent comme savoir d'arrière-fond »¹⁷. La discussion, la négociation, les compromis s'adosent à cette réserve de savoir vécue comme allant de soi, sans pour autant la mettre au jour. L'activité communicationnelle dissimule le langage qui la traverse.

Cette économie semble par ailleurs moins relever d'une stratégie consciente d'adaptation – rendue possible par le libre-arbitre du graphiste-comédien de Lyotard, et entretenue par le mythe du publicitaire cynique – que d'un nécessaire et naturel ajustement entre les deux parties, chacune se reconnaissant dans les prises de position de l'autre. Les dispositions esthétiques partagées semblent traduire – en même temps qu'elles entretiennent et renforcent – une proximité structurale : aux structures objectives des relations établies entre les différentes positions des agents dans le champ du théâtre semblent correspondre celles que l'on peut observer dans le champ du graphisme. L'hypothèse de cette homologie structurale – dans la perspective des travaux de Bourdieu –

The nearness of graphic interpretation and theatrical interpretation leads to question the community of tastes and experiences that binds the commissioners and the “commissioned” whose “successful” poster, accepted by the former and assumed by the latter, seems to give evidence of. Apparent disagreements that come along all the stages of conception of the project make us forget that what makes discussion possible is never discussed, i.e. the tacit agreement about the very nature of the graphic interpretation. The attitude to have and the positions to be held are covered by a consensus made possible by the common language required to validate communicational activity. This base of shared knowledge and experience forms what Habermas defines as a “real-life world”, the “[...] whole set of interpretations that participants presume as background knowledge”¹⁷. Discussion, negotiation and compromise rely on a stock of knowledge felt as self-evident without ever being revealed. Communicational activity hides the language that goes through it.

This economy seems to be less the result of a conscious strategy of adaptation – made possible by the free-will of Lyotard's actor/designer, and maintained by the myth of the cynical advertiser – than that of a necessary and natural adjustment between the two partners, each one recognizing himself in the other's positions. Shared esthetic bends translate – and simultaneously maintain and reinforce – structural proximity: objective structures established between the various positions of agents in the field of theatre seem to correspond to those that can be observed in the field of graphic design. The hypothesis of this structural homology – in the line of the works of Bourdieu – remains to be confirmed by sociological study, unfortunately scarcely considered in this field. The recent commission by the Ministry of Culture of a survey of the state of graphic design in France allows however to foresee a few elements of answer to this issue¹⁸. As noticed by Jean-Pierre Durand – in charge of the survey – the field is deeply affected by a cultural vs. commercial opposition. As their level of qualification rises, producers tend to flee commercial commissions to find themselves in a practice that seeks its legitimacy in freedom of action and indifference to economical profit, substituted by symbolic profit (reputation and fame). Commissioners are then shared between institutions and not-for-profit organizations, the latter offering almost exclusively symbolic earnings. The struggle to impose a legitimate definition of the notion of creativity – standing for scarceness and innovation on the one hand, and for speed and performance on the other – gives evidence of the grounds and the nature of these categories.

Graphic design holds its specificity from the play of these correspondences, indirectly written in the codes and conventions of typography. The interpretation, the comment, and the rhetoric interval observed in graphic production translate uses and practices reaching beyond letters and the genesis of their shapes.

In the same way as meaning is not deposited in language, there is nothing in a typeface that could link it to a transcendental category, nothing meaningful besides the way it is used. Any kind of taxonomy says less about the products it classifies and the separations it makes than about the classifying authors

resterait à confirmer par l'enquête sociologique, malheureusement rarement envisagée dans ce domaine. La récente commande faite par le Ministère de la culture d'une étude sur l'état du design graphique en France permet cependant d'entrevoir des éléments de réponse⁸. Comme le constate ainsi Jean-Pierre Durand, responsable de cette mission, le champ est très fortement marqué par la polarisation culturel / commercial. À mesure que le niveau d'étude augmente, les producteurs tendent à fuir les commandes commerciales pour se retrouver dans une pratique cherchant sa légitimation dans la liberté d'action et l'indifférence au profit économique auquel le symbolique (notoriété, reconnaissance) vient se substituer ; les commanditaires se répartissent alors entre institutionnel et milieu associatif, ce dernier offrant une rémunération presque exclusivement symbolique. La lutte pour l'imposition de la définition légitime de la notion de créativité, synonyme de rareté et d'innovation d'un côté, de vitesse et de performance de l'autre côté, témoigne de l'ancrage et de la nature de ces catégories.

Le design graphique tire sa singularité du jeu de ces correspondances, inscrites en creux dans les codes et les conventions typographiques. L'interprétation, le commentaire et l'écart rhétorique observés dans une production graphique traduisent des usages, et des pratiques qui débordent la lettre et la genèse de sa forme.

De la même manière que le sens n'est pas déposé dans le langage, il n'y a dans un caractère typographique rien qui puisse le rattacher à une catégorie transcendante, rien qui ne soit signifiant en dehors de l'usage qui en est fait. On peut imaginer dans ce sens une classification contextuelle et sociale, qui prendrait en compte les usages, l'écart par rapport aux formes véhiculaires (Comme l'Helvetica, ou le Times dans la seconde moitié du XX^e siècle par exemple), aussi bien que les fluctuations historiques des pratiques.

L'expérience de la typographie est conditionnée par un rapport au texte et par un rapport au monde. Phénomène social, la lecture suspend la lisibilité à des dispositions, durables, mais constamment modelées par la pratique et par les conventions qui fondent l'arbitraire de la grammaire visuelle collective.



1 – Marcel Duchamp, *Notes*, Paris, Flammarion, 1980.

2 – *Helvetica*, 2007. documentaire réalisé par Gary Hustwit et produit par Swiss Dots à l'occasion des 50 ans du caractère.

3 – Reinhard Krüger, « L'écriture et la conquête de l'espace plastique : comment le texte est devenu image. », in Alain Montandon (dir.), *Signe / Texte / Image*, Lyon, Césura Lyon Edition, 1990.

4 – Paru en 1897 dans la revue *Cosmopolis*.

5 – Jacques Rancière, *L'espace Des Mots - De Mallarmé À Broodthaers*, Musée des Beaux-Arts de Nantes, 2005.

6 – Ferdinand de Saussure, *Cours de Linguistique générale*, (1916), Paris, Payot, 1967.

7 – Ludwig Wittgenstein, *Tractatus Logico-Philosophicus*, 6.124, traduction de Gilles-Gaston Granger, Paris, Gallimard, 1993.

8 – Anne-Marie Christin, « Rhétorique et typographie, la lettre et le sens », in *Revue d'esthétique* n°1-2, 1979, p. 301.

9 – Anne-Marie Christin, « La lettre au défi », in *L'image des mots*, coédition Agence pour la Promotion de la Création Industrielle, Éditions du Centre Georges Pompidou, Éditions Alternatives, 1985.

10 – Gérard Genette, *Seuils*, Paris, Seuil, 1987.

11 – Heiner Müller, *Erreurs choisies*, Lausanne, L'Arche, 1988, p.165.

of its categories. Hence an operational classification would have to be contextual and social, a classification that would take into account uses and shifts from vernacular forms (like for instance Helvetica or Times in the second half of the 20th century), as well historical variations.

The experience of typography is conditioned by a relationship to the text, and by a *relationship to the world*, taking the form of a system of interiorized tendencies gradually acquired in various esthetic experiments. As a social phenomenon, reading suspends readability to those tendencies, sustainable but constantly modeled by the practice and the conventions grounding the arbitrariness of collective visual grammar.



1 – Marcel Duchamp, *Notes*, Paris, Flammarion, 1980.

2 – *Helvetica*, 2007. Documentary film by Gary Hustwit, produced by Swiss Dots on the occasion of the 50 years of the typeface.

3 – Reinhard Krüger, « L'écriture et la conquête de l'espace plastique: comment le texte est devenu image. », in Alain Montandon (ed.), *Signe / Texte / Image*, Lyon, Césura Lyon Edition, 1990.

4 – Published in 1897 in the magazine *Cosmopolis*.

5 – Jacques Rancière, *L'espace Des Mots - De Mallarmé À Broodthaers*, Musée des Beaux-Arts de Nantes, 2005.

6 – Ferdinand de Saussure, *Cours de Linguistique générale*, (1916), Paris, Payot, 1967.

7 – Ludwig Wittgenstein, *Tractatus Logico-Philosophicus*, 6.124, Paris, Gallimard, 1993.

8 – Anne-Marie Christin, « Rhétorique et typographie, la lettre et le sens », in *Revue d'esthétique* n°1-2, 1979, p. 301.

9 – Anne-Marie Christin, « La lettre au défi », in *L'image des mots*, Agence pour la Promotion de la Création Industrielle, Éditions du Centre Georges Pompidou, Éditions Alternatives, 1985.

10 – Gérard Genette, *Seuils*, Paris, Seuil, 1987.

11 – Heiner Müller, *Erreurs choisies*, Lausanne, L'Arche, 1988, p.165.

12 – Gérard Noiriel, *Histoire, théâtre, politique*, Angone, 2009.

13 – In the words of Joël Pommerat, quoted by Gérard Noiriel, *op. cit.* p.92.

If this approach seems to meet the positions of Brecht, the purely formal and far from subversive process remains, according to Gérard Noiriel, disconnected from the social issues put forth by the directors of the second category.

14 – Jean-François Lyotard, « Intriguer, ou le paradoxe du graphiste. », catalogue of the exhibition « Vive les graphistes ! », Paris, Centre Georges-Pompidou. Syndicat national des graphistes, 1990, p. 11-13.

15 – Stéphane Darricau, *Le livre en lettres*, Paris, Pyramyd, 2005.

16 – Roland Barthes, « Les Maladies du costume de théâtre » (1964), in *Essais critiques*, Seuil, 1991.

17 – Jürgen Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel*, Paris, Fayard, 1987.

18 – *Les métiers du graphisme*, Ministère de la Culture et de la Communication, to be released in 2010.

- 12 – Gérard Noiriel, *Histoire, théâtre, politique*, Angone, 2009.
- 13 – Propos de Joël Pommerat, cités par Gérard Noiriel, *op. cit.* p.92.
Si cette approche semble répondre aux positions défendues par Brecht, le procédé, purement formel et loin d'être subversif reste selon Gérard Noiriel déconnecté des questions sociales avancées par les metteurs en scène de la seconde catégorie.
- 14 – Jean-François Lyotard, « Intriguer, ou le paradoxe du graphiste. », catalogue de l'exposition « Vive les graphistes! », Paris, Centre Georges-Pompidou. Syndicat national des graphistes, 1990, p. 11-13.
- 15 – Stéphane Darricau, *Le livre en lettres*, Paris, Pyramyd, 2005.
- 16 – Roland Barthes, « Les Maladies du costume de théâtre » (1964), in *Essais critiques*, Seuil, 1991.
- 17 – Jürgen Habermas, *Théorie de l'agir communicationnel*, traduction de Jean-Marc Ferry et Jean-Louis Schlegel, Paris, Fayard, 1987.
- 18 – *Les métiers du graphisme*, Ministère de la Culture et de la Communication, à paraître en 2010.