

Le design image: La publicité graphique

Introduction

L'expression «design graphique » contient l'adjectif «graphique», facile à comprendre : il s'agit ici de graphisme, d'industrie graphique et de tout ce qui s'y rapporte. Le domaine du graphisme englobe toutes les techniques de visualisation ayant pour fonction de transcrire un message en signes ou en images à travers un média ou un moyen de communication. Par contre, le mot «design», hérité du vocabulaire anglo-saxon, est quant à lui généralement perçu de manière confuse par les néophytes, et ne bénéficie d'aucune traduction littérale. «Design» pourrait néanmoins être traduit par «conception». Le design est souvent associé à un domaine : design numérique, webdesign, design industriel, design sonore. Cependant, le design dans sa globalité est plus important que n'importe quel domaine isolé auquel il se rapporte. Le design est une façon de penser. C'est aussi une façon de se situer, d'explorer un problème objectif, et de déterminer des approches pour concevoir et évaluer des solutions ingénieuses et adaptées à ce problème. Le designer établit aussi des méthodes et des processus pour communiquer les solutions et les mettre en application. Ainsi, parler de «design graphique» au lieu de «graphisme» induit cette notion de méthodologie de conceptualisation qui, pour fonctionner, doit s'alimenter à d'autres sources : les langages artistiques, scientifiques ou liés à certaines technologies, notamment numériques. Sans oublier tout ce qui a trait plus directement aux systèmes de communication et de visualisation de l'information. Dans le champ de la communication visuelle, le designer graphique serait donc une sorte d' «ingénieur de l'image», se posant des questions de sens et de structure de l'image (métaphore, symbole, concept, code, signe, hiérarchie de l'information, traitement de données complexes...) et manipulant notamment la typographie, la couleur, l'image, le rapport entre le texte et l'image, la mise en page ou en écran, les supports, les matériaux, les réseaux, les données... Le design graphique se nourrit des avant-gardes : artistiques et technologiques, mais aussi sociologiques et politiques. Il évolue selon les lieux, les réseaux de communication et

leurs supports respectifs (livre, affiche, presse, télévision, espace public, internet/intranet, applications interactives, logiciels, etc...). Il témoigne de l'esprit d'une époque. Ce parcours en image tente d'en rendre compte à travers des exemples représentatifs

Qu'est-ce que le design graphique ? Le design graphique est un travail de conception, mais aussi d'adéquation et d'intégration de la création graphique aux besoins d'une organisation. On entend par « organisation » toute entreprise privée ou publique – institution, association ou structure – et, plus généralement, tout client ou commanditaire susceptible de faire appel à des designers graphiques. L'Alliance française des designers (AFD) définit le design comme « un processus intellectuel créatif, pluridisciplinaire et humaniste, dont le but est de traiter et d'apporter des solutions aux problématiques de tous les jours, petites et grandes, liées aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux ». Il s'agit pour le design graphique de traduire les besoins du commanditaire en une solution visuelle associant formes, couleurs, images, typographie et espace.

Qu'est-ce qu'un designer graphique ? Un designer graphique est un créateur – ou un groupe de créateurs – qui conçoit des formes et des combinaisons originales en adéquation avec les demandes issues de commandes spécifiques. Un designer graphique se caractérise par les opérations qu'il met en œuvre et par les outils qu'il emploie, au premier rang desquels l'image, la typographie, la couleur et la transmission d'un message. Il est également identifiable par le cursus dont il est issu (formation spécifique et/ou expérience acquise par la pratique) ou par les organisations professionnelles auxquelles il appartient. L'activité du designer graphique est une prestation intellectuelle qui s'inscrit dans le cadre de la prestation de services.

1. La communication visuelle

Les métiers de la communication visuelle, issus de disciplines variées, ont connu depuis le début du siècle dernier d'importantes évolutions avec le rôle du machinisme dans l'imprimerie, du cinéma, de la photo, de la télévision, de la vidéo... Depuis les années 80, avec l'émergence des nouvelles technologies informatiques, la communication

visuelle est devenue un domaine en transformation constante. L'éventail des métiers s'est élargi en même temps que leur pratique évoluait irréversiblement vers la pluridisciplinarité. Les métiers de directeur artistique, graphiste, illustrateur, acheteur d'art, publicitaire, dans les domaines de la presse, de l'édition, de la signalétique, de l'audiovisuel, de la culture, du commerce, ont évolué vers le terme global de communication.

2. L'image

Une image est une représentation visuelle, voire mentale, de quelque chose (objet, être vivant et/ou concept). Elle peut être naturelle (ombre, reflet) ou artificielle (peinture, photographie), visuelle ou non, tangible ou conceptuelle (métaphore), elle peut entretenir un rapport de ressemblance directe avec son modèle ou au contraire y être liée par un rapport plus symbolique. Pour la sémiologie ou sémiotique, qui a développé tout un secteur de sémiotique visuelle, l'image est conçue comme produite par un langage spécifique. Une des plus anciennes définitions de l'image est celle de Platon. *« j'appelle image d'abord les ombres ensuite les reflets qu'on voit dans les eaux, ou à la surface des corps opaques, polis et brillants et toutes les représentations de ce genre »*

3. La composition

Composition : Organisation, manière de placer des éléments plastiques (lignes, couleurs, formes, matières) dans une image, sur une surface délimitée. Elle est importante pour la signification de l'ensemble de l'image. Il existe plusieurs types de compositions ; la composition verticale, la composition horizontale, la composition statique...

4. Les formes

Tout support graphique se compose de formes : formes simples et formes complexes.

5. La typographie

La typographie est un élément très important dans une composition. Elle illustre la composante textuelle, sa police et sa taille.

6. Supports de publicité graphique



Affiche publicitaire



Panneau publicitaire



Flyer



Image de marque

Le design image: L'audiovisuel

1. Définition de l'audiovisuel :

C'est l'ensemble des techniques de communication joignant l'image et le son

2. Historique et typologie des supports audiovisuels et numériques

2.1. Historique

L'histoire du support audiovisuel remonte à un peu plus d'un siècle, mais pourtant les supports sont très nombreux et très variés. L'évolution ne fait que s'accélérer dans une constante ébullition technique et industrielle qui nécessite des compétences variées et une veille technologique importante. Par conséquent, les archivistes doivent donc connaître ces techniques, en tous cas un minimum pour pouvoir les utiliser. Depuis le milieu des années 1990, l'utilisation d'une autre technique se développe au sein des archives : le numérique.

Toutefois, aujourd'hui, avec la fin de l'indissociabilité entre le support d'information et de son contenu induit par la révolution numérique. L'enjeu, au delà de toutes les difficultés intrinsèques à tout mode de diffusion de la connaissance est le suivant : pouvoir conserver à travers le temps ce contenu d'information, et le garder intelligible à ceux qui voudront y accéder, indépendamment de tout l'appareillage technologique (logiciel, matériel, périphérique, système d'exploitation) qui a servi à sa création, alors même que cet appareillage ne cesse d'évoluer à un rythme soutenu Il faut prendre en compte deux facteurs majeurs lorsque l'archivage numérique à long terme est envisagé pour les documents audiovisuels : le support et le format .

2.2. Typologie

Supports

Nous distinguons plusieurs supports audiovisuels, mais on trouve dans le domaine pratique :

- les microfilms,
- les bande nitrate et tri acétate

- les supports magnétiques (cassette, numérique)
- les supports filmiques, pellicules (super 8.8mm, 9.5mm, 16mm, 35mm, 70mm, 75mm)
- Cassettes vidéo (VHS, BETACAM, BETACAM digital, DVCAM, LTO)
- les photos (négatifs, diapositives, négatifs sur les verres, daguerréotype, numériques)
- les supports électroniques (disque : CD/DVD, disquettes, disque dur) etc.

Formats

Les formats audiovisuels sont de nature complexes, tant pour les vidéos, images, sonores. Ils sont règlementés par des normes ISO/IEC.

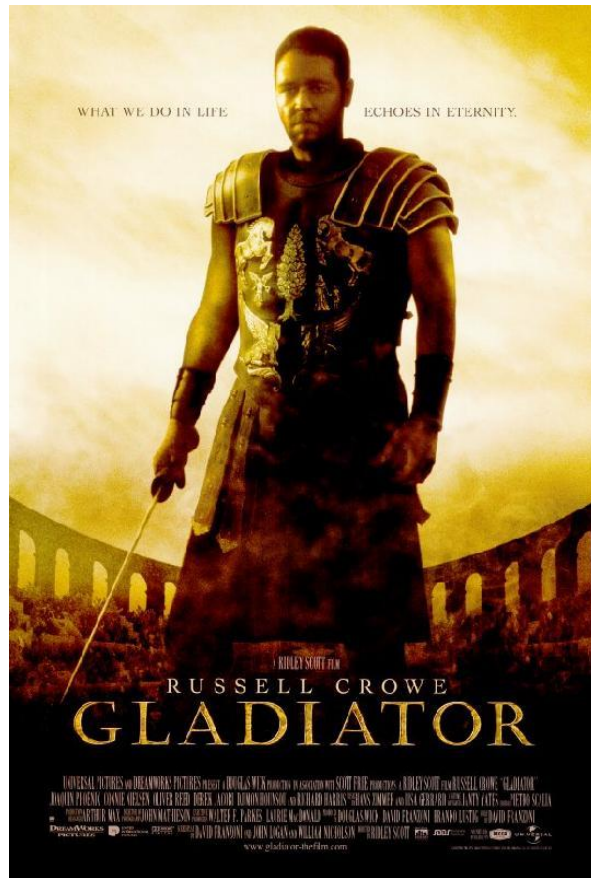
En voici quelques-uns :

- Images : TIFF (Tagged Image File Format); JPEG (Jpeg File Interchange Format); JBIG (Joint Bi-level Image experts Group); PNG (Portable Network Graphics).
- Vidéos : MPEG (Moving Pictures Expert Group); OGG.
- Sonores : MP3 (MPEG Audio Layer3); OGG (Codage Vorbis); Wave (format ouvert propriété des sociétés Microsoft et IBM); AIFF (propriété de Apple) ; AVI (Audio/Video Interleaved); WMV (Windows Media Video).

Produits



Les films d'animation



Les films cinématographiques



Emissions TV

3. Les métiers de l'audio-visuel

- ▶ **la créativité** : accessoiriste, assistant réalisateur, chef décorateur, costumier, ensemblier, infographiste, maquilleur, scénariste, professionnels du dessin animé, cascadeur, comédien.
- ▶ **la réalisation** : cadreur et assistant-opérateur, chargé de réalisation de radio, chef opérateur, réalisateur au cinéma, réalisateur de films d'entreprise, réalisateur de plateaux, réalisateur de radio, réalisateurs de téléfilms, chef de car, directeur de la photographie.
- ▶ **la technicité** : monteur, opérateur de prise de vue, bruiteur, technicien d'antenne, technicien du spectacle, technicien vidéo, opérateur synthétiseur, ingénieur du son, mixeur, perchman, responsable de pixels, étalonneur numérique, machiniste.
- ▶ **la logistique** : assistant de production, directeur de production, producteur, régisseur général, scripte, responsable d'antenne.
- ▶ **l'information** : animateur radio, documentaliste TV et cinéma, journaliste reporter d'images, conseiller de programme, rédacteur-reporter, journaliste radio.