

## 1.1 - Qu'est-ce que tu ne vois pas ?

- ("intro" de sous-partie) → Activité principale de notre société moderne → consommation et production d'images. Cela concerne d'autant plus la ville → création totale de l'homme, les paysages d'architectures, d'images te séparent des prairies vertes, les images dessinent l'espace urbain. Les images envahissent l'espace public, participent et influencent ta vie, elles composent ton monde sociable. C'est comme si elles germaient naturellement, et il est rare dans un champs que tu te concentres attentivement sur la dernière petites pousse de celui-ci.
- Pour voir il faut la volonté de voir, la volonté de différencier toutes ces formes dans cette amat de formes.
- Ex de la manifestation en Russie de 2022 → citoyen.ne.s dans la rue avec feuilles blanches → atteste d'une absence de signes, d'images se remarque  
Limites de notre capacité de concentration, de lecture concernant les représentations, les informations visuelles qui sont en accès libre, acquises → l'économie de notre attention avec toujours plus de nouveaux dispositifs, points stratégiques, tailles panneaux publicitaires.  
ou encore <https://www.fred-forest-archives.com/en/actions/24/le-blanc-envahit-la-ville-xiie-biennale-de-sao-paulo>
- La "Pub" (forme visuelle majoritairement dans espace urbain) → qui s'éloigne de la définition historique de la publicité = désigne une pratique de médiatisation dans le but porter un discours, un débat dans le domaine public (cf Qu'est-ce q'une image dans l'espace publique). L'espace est noyé de pub qui se renouvelles rapidement.
- Les images (iconographiques, textuelles..) deviennent des modalités dans leur espace.

## 1.2 - Quand tu vois le graphisme.

- (intro de cette sous-partie) → notre rapport aux images est contradictoire au caractère indispensable de celles-ci à la vie sociable.  
→ Pour autant tu ne sais pas d'où elles proviennent, qui les conçoit, son temps de créations ?
- Les domaines où on peut trouver du design (ex bibliothèque, gare..) → On ne trouve pas le nom du/de la graphiste. La personne qui réalise les mises en pages dans les livres, la signalétique d'un lieu → une présence effacée ou peu mise en avant → on oublie que cela à été produit.
- retour sur la pub → l'image de com → but commercial. Les usages culturels du mot design

Bruno Remaury : "La première caractéristique du mot design est qu'il arrive au moment où la dimension industrielle de l'objet se développe et où il est, de ce fait, conditionné par elle."

→ conditionnement du design à l'objet utilitaire → définition encrée culturellement. "Et dès qu'il désigne un autre champ que celui de l'objet utilitaire, design se trouve automatiquement complété d'un qualificatif qui précise la pratique en question : design graphique, design d'environnement, design de mode, design d'intérieur, web design, design paysager, design textile, etc."

"Le mot design, lorsqu'il est employé seul en français pour qualifier la création appliquée à des conditions industrielles (« Le design »), n'en recouvre en fait qu'une infime partie, celle de l'objet de série" → cela amène à penser que le design (appelé seul) n'est que pub, objet, commande signalétique utilitaires, définition que je partageais avant je commence mes études au sein de cette discipline (par manque de volonté de pousser mes réflexions concernant ce domaine).

○ on remarque par rapport aux actualités → ex : campagnes élections → car il y a le contexte du moment du présent, on sait pour quoi elles sont là, on s'attache aux affiches, imprimés qui sont destinés à être éphémères. Mais dans ce type de médiations, la forme n'est pas prioritaire, n'est pas regardée, elle est affichée pour l'information, le fond est ce que qu'on lit avant tout. L'identité visuelle va se focaliser plutôt sur un signe qui va permettre de reconnaître de quoi on parle rapidement (un symbole par ex). → le design graphique est reconnu quand il est archivé : ex le musée de l'Imprimerie de Lyon → quand il est lié à un contexte historique, du patrimoine, plus actuel → présenter dans les carcans que le public attend d'un musée → ajoute une autre dimension que le simple fait d'être un objet.

### **1.3 - Les images campagnardes, événements de bourgades.**

○ Enfin la campagne ! La route fut un peu longue.

à l'inverse de la ville → la campagne n'a pas besoin de paysages d'images de l'Homme pour exister. Bien que désormais le design d'utilité public est omniprésent peu importe si c'est dans le territoire du/de la paysan.ne.s ou dans l'environnement du/de la citoyen.ne (je pense notamment aux panneaux d'indication en adhésif qui ont rasé la majorité des pancartes gravées, peintes sur bois, ou bien le remplacement des blasons pour des logos) → souvent réalisé par des agences de comm, commandes des mairies, rare cas par des ateliers de graphismes.

→ un projet de Geoffrey Dorne → Générateur de logos de mairie → "L'objectif était de proposer une critique de l'identité visuelle contemporaine et institutionnelle pour les municipalités. Comme si chaque ville, chaque village, chaque hameau se devait d'avoir un logo sans même se demander pourquoi ? Ni comment ?"

○ On ressent une présence bien moins importante des images dans les espaces aérés de la campagne. Les batailles d'idéologies avec des symboles, flyers, affiches politiques imprégnées

dans les murs des villes sont désormais éparpillées sur les quelques constructions humaines.

○ on connaît les images de campagnes → une certaine pérennité ≠ en ville changements rapides, influences visuelles. Objets graphique de la cambrousse → conservent les mêmes esthétiques vernaculaires → cf les mémoires : Marine Rigal *Les panneaux anonymes centrés en Aveyron* + Sarah Salomé Delétain *Tenir Terre, la présence des images graphiques en milieu rural* = des recueils visuels/collectes d'images assez importants sur les images de campagnes → On va généralement les qualifier de travaux d'amateurices → cela un peu de la campagne mais → Yohann Bertrand → réalisation d'une collection → registre sur ces affiches, documents, prospectus avant durant les années 2000.

○ Cet objet vernaculaire est d'autant plus marqué → accessibilité du numérique → templates Comme si il n'y a avait pas l'utilité, la volonté de se renouveler → il faut juste que les info circulent entres les individus, les communes. Ou bien la campagne et les affiches fluos n'arrivent plus à se passer de l'une de l'autre. Ces affiches connues pour annoncer le loto, le prochain tournois de pétanque, la brocante du dimanche, la futur fête du village.