

NOTE D'INTENTION

Pour explorer la notion de profondeur en graphisme, il me semble important de rappeler quelques fondamentaux. Notion d’abord mathématique, l’axe Z se définit comme une troisième dimension perpendiculaire aux axes X et Y, souvent associé à l’idée de déplacement ou d’extension dans l’espace. Dans un système de coordonnées cartésiennes, cet axe permet de positionner un objet ou un point selon une orientation qui s’étend vers l’avant et l’arrière, introduisant ainsi la notion de volume ou de relief par rapport à l’observateur. Comme le souligne René Descartes dans La Géométrie, « l’emplacement d’un objet dans l’espace est déterminé par ces trois dimensions ». Cette notion se retrouve dans bien d’autres disciplines telles que l’architecture, les sciences et bien évidemment le design.

L’homme a toujours essayé de simuler ce dernier axe comme nous pouvons le constater avec le mythe de Zeuxis et Parrhasios dans la Grèce antique. Ce dernier narre que lors d’un concours opposant deux artistes, Zeuxis peint des raisins avec tant de réalisme que des oiseaux vinrent les piquer. Cependant, Parrhasios présenta une peinture de rideau d’un rendu si naturel que Zeuxis, tout fier d’avoir trompé les oiseaux, demanda qu’on tirât le rideau pour voir le tableau. Cet épisode illustre déjà la volonté de créer des illusions visuelles réalistes. Mais c’est avec les peintres de la Renaissance et la découverte des techniques de perspective dont parle Leon Alberti dans son traité De Pictura que l’axe Z va être clairement défini et utilisé.

Traditionnellement, le design graphique se concentre sur un plan, c’est-à-dire une surface avec seulement deux dimensions : hauteur (axe Y) et largeur (axe X). C’est l’avènement de l’infographie et des logiciels de modélisation dans les années 1960-1970 qui va donner une place à cette troisième dimension. L’usage progressif de cette dernière a changé notre manière de concevoir l’espace visuel, « la transition vers la 3D dans les médias visuels transforme profondément l’expérience des spectateurs, qui passent d’une observation distante à une immersion totale ».

Avec les progrès technologiques et la diminution des frais de production, il est logique de penser que celle-ci devrait être largement généralisée dans le milieu du graphisme. Cependant, son emploi reste marginal. Cela peut paraître étonnant, car cette méthode est fortement associée à l’avenir et présente des bénéfices, tels qu’une immersion plus prononcée et une représentation plus réaliste de l’espace, qui ne sont pas disponibles en 2D.

Cette marginalisation pourrait s’expliquer par plusieurs facteurs. D’une part, comme l’observe Edward R. Tufte , « l’ajout d’une troisième dimension introduit souvent une complexité visuelle qui ne sert pas toujours la clarté ». Cette complexité pourrait décourager les graphistes de l’utiliser systématiquement. D’autre part, il est important de souligner que la 3D reste une illusion, car les supports qu’elle utilise reste plat.

Ainsi, la question peut se poser : **en quoi l’ajout de la dimension Z dans le design graphique transforme-t-il réellement l’expérience visuelle ?** Cette addition semble offrir une opportunité d’immersion, tout en posant un défi en matière de lisibilité et de perception.

Voir le [plan](#)

ME CONTACTER

Mail
laurine.gressier10@gmail.com

À PROPOS DE CE SITE

Site réalisé par moi

RECHERCHER

Recherche...

