

# LA PROFONDEUR DANS LE GRAPHISME

## NOTE D'INTENTION

LAURINE GRESSIER

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 graphique où elle est plus connue sous le nom de profondeur.

L'homme a toujours essayé de simuler ce dernier axe comme nous pouvons le constater avec le mythe de Zeuxis et Parrhasios<sup>1</sup> 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 picorer. 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 ».<sup>2</sup>

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 ».<sup>3</sup> 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 restent plats.

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.

<sup>1</sup>COMAR Philippe. *La Perspective en jeu: Les dessous de l'image*. Paris : Découvertes Gallimard, 1992, 128 p.

<sup>2</sup>MANOVICH Lev. *Le langage des nouveaux médias*, Traduit de l'anglais par Richard Crevier. Dijon : Les Presses du Réel, 2010, 605 p.

<sup>3</sup>TUFTE Edward R. *Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative*, Traduit de l'anglais. Cheshire : Graphics Press USA, 2004, 151 p.

# BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

## LIVRES IMPRIMÉS

COMAR Philippe. *La Perspective en jeu : Les dessous de l'image*. Paris : Découvertes Gallimard, 1992, 128 p.

PEDDIE Jon. *The History of Visual Magic in Computers*. Springer, 2013, 823p.

MANOVICH Lev. *Le langage des nouveaux médias*, Traduit de l'anglais par Richard Crevier. Dijon : Les Presses du Réel, 2010, 605 p.

---

## REVUES

BRAY Kévin, DEBIEN Emmanuel, DONNOT Kévin, GAY Élise, GÉRIDAN Jean-Michel, MASURE Anthony, MAUDET Nolwenn, RULLER Tereza, WOLETZ Julie. *Back office n°5 : Design Graphique et Pratiques Numériques – Changer de dimension*. Montreuil : Éditions B42, 2023, 144 p.

THOUMAZEAU David. George J. Sowden, la 3D comme outil de design. *Azimuts n°25 : Mathématiques et design*. Saint-Étienne : Cité du design/Esadse, 2005, p 82-87.

---

## SITES INTERNET

LANIER Wren, *The Z-Axis : Designing for the Future*. A list Apart <https://alistapart.com/article/the-z-axis-designing-for-the-future> (consulté le 8 octobre).

Eye Magazine | Blog | Dimensional typography. *Eye Magazine*. <https://www.eyemagazine.com/blog/post/dimensional-typography> (consulté le 30 septembre).

INBAR Shira. *Homa Delvaray Gives Poster Design a New Dimension*. Eye on Design <https://eyeondesign.aiga.org/homa-delvaray-gives-poster-design-a-new-dimension/> (consulté le 2 octobre).

---

## RÉFÉRENCES GRAPHIQUES

Site CLOU architects <https://www.clouarchitects.com/> (consulté le 20 septembre)

Site EDF <https://vivatech2022.cher-ami.tv/room/low-carbon-park-by-edf> (consulté le 20 novembre)