



DnMADE DG3

2024 - 2025

L'INCONGRU

son impact sur le design graphique

RODRIGUEZ Maxime

~~Sa mère~~ Sommaire

p – 1

- Abstract p – 2
- INCONGRU
 - 1/ *Introduction* p – 3
 - 2/ *Definir l’Incongru* p – 4/5
 - 3/ *Sa présence dans le design* p – 6/7
 - 4/ *Son impact sur la pratique* p – 8/9
 - 5/ *Conclusion* p – 10
- Bibliographie p – 12

ABSTRACT(eur)

When philosophers tried to define and explain humour, several theories emerged, one of which is the «Incongruity Theory.» It explains that appealing humour is crafted by placing something where it doesn't belong. What are the applications of this theory in graphic design? And how can it impact the future of the practice in a world of automation?

By investigating the past and present of incongruous visuals, and how they redefine the norms of design while analyzing their impact on our minds, the results demonstrate that incongruity has different ways of affecting human perception in order to induce appeal. It is also a strong lever helping graphic design evolve by pushing against established norms.

Moreover, the incongruous could be a useful tool to keep us humans ahead of the ever-improving AIs, as humour and ambiguity are areas where AI is notoriously mediocre.

INTROUDUCTION

Dans une ère de multiplication des productions visuelles, où l'accès facilité aux templates¹ et à l'IA, mais aussi aux réseaux sociaux spécialisés dans l'image tels que Pinterest, engendre une uniformisation des créations, comment le designer graphique peut-il tirer son épingle du jeu ? Parmi les solutions qui se présentent, l'utilisation de l'incongru permet peut-être de se démarquer. L'incongru pourrait être défini comme une méthode consistant simplement à « bouleverser les attentes du spectateur ». Cette notion, mêlant procédés stylistiques et réflexion sur les comportements de l'observateur, permet d'ouvrir une réflexion, aussi bien sur sa corrélation avec d'autres domaines tels que celui de l'humour, mais aussi sur sa pertinence dans le cadre de la création graphique contemporaine.

Pour un.e designer graphique, est-il intéressant d'utiliser et comprendre l'emploi de l'incongru comme technique de création et de communication en en saisissant ses fondements graphiques et sociologiques, mais aussi ses limites ? Cette technique de création est-elle un atout pour le graphiste et ses productions ? Remet-elle en cause les codes du design et de la communication ou les transforme-t-elle pour se renouveler dans une nouvelle ère de production par les machines ?

Afin de répondre à ces questionnements, il est important de définir d'abord plus en détail l'incongruité et d'en expliquer son fonctionnement, puis d'en démontrer la présence dans le milieu du design graphique et enfin d'en comprendre l'impact sur la pratique actuelle et ses potentialités dans le futur.

1 ↪ Une template est un modèle préétabli qui permet de générer du contenu de manière simple et réutilisable en fonction des paramètres fournis.

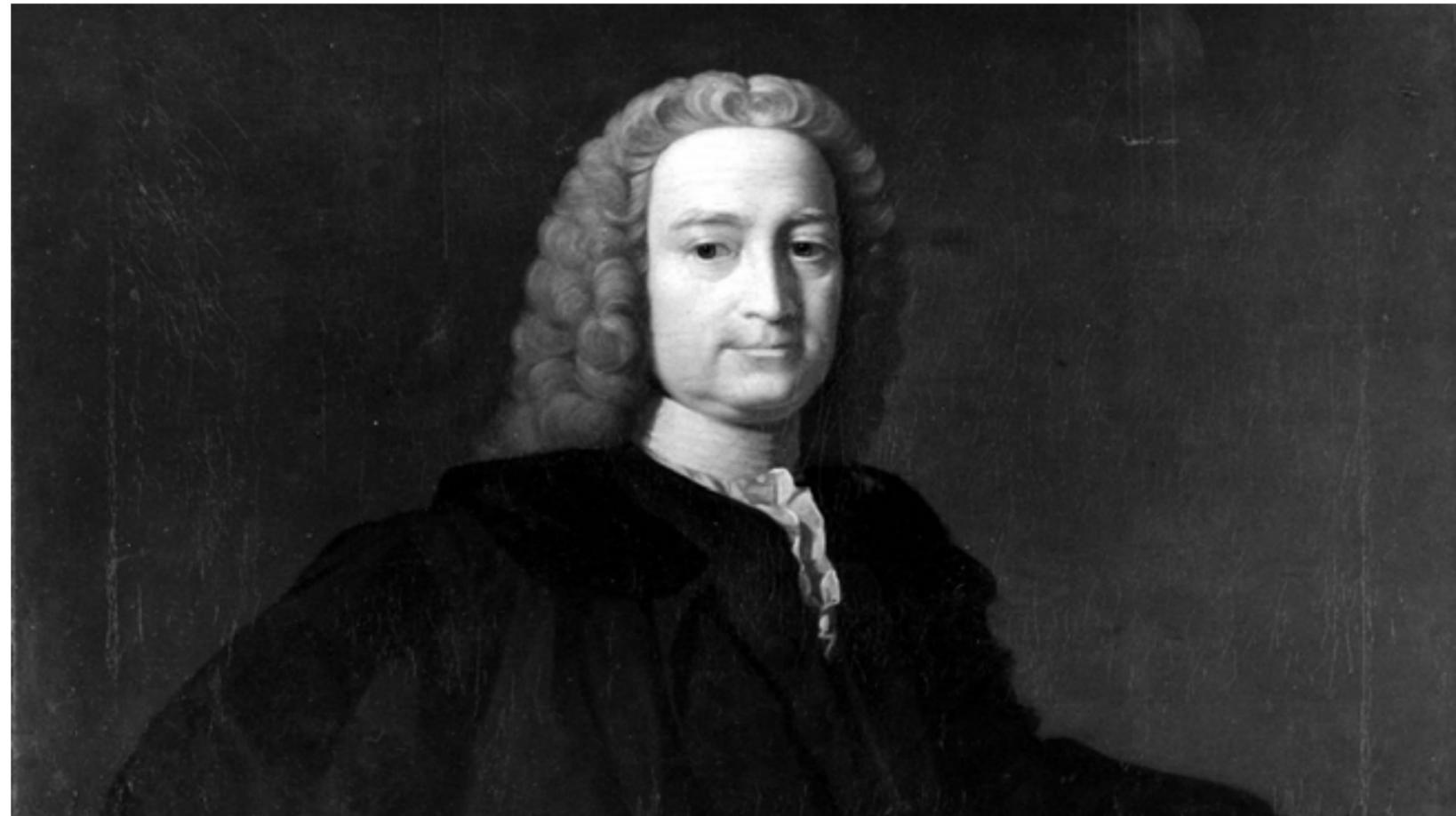
DÉFINIR L'INCONGRU

Du latin *incongruus*, incongru signifie « qui ne convient pas ; inattendu et surprenant ». ¹ On peut comprendre par là que l'incongru consiste à bouleverser les attentes (les normes et registres graphiques auxquels nous sommes habitués) de l'observateur afin de susciter chez lui une certaine réaction. Dans le contexte de l'humour, la théorie de l'incongru, décrite pour la première fois par Francis Hutcheson, explique que l'humour fonctionne en dénotant quelque chose de contraire aux attentes dans une situation normée. Dolf Zillmann ² explique plus tard que ce type d'humour linguistique « requiert le déchiffrement d'ambiguïtés, un procédé se rapprochant de la résolution de problèmes ». Cette réflexion ne se limite pourtant pas au domaine de la langue, mais va aussi dans le sens des idées qu'avance Miroslava Trnkova dans son étude sur l'impact des incongruités visuelles sur l'intérêt porté à une publicité. ³ En effet, cette étude explique qu'une connexion logique entre l'objet incongru et le message du visuel doit être créée par l'observateur, ce qui différencie le sujet de l'absurde.

1 ↪ *Le trésor de la langue française informatisé*, 2024

2 ↪ D. ZILLMANN, *Media Entertainment The Psychology of Its Appeal*, Routledge, 2000

3 ↪ M. TRNKOVA, *Visual incongruity: Investigating the effect of visual incongruity on the overall appeal of the advertisement*, Université de Tilburg, 2015



Alan Ramsay, Portrait de Francis Hutcheson, 1745

J. Schilperoord explique la construction d'un visuel incongru par l'application de modifications, dont il distingue quatre types: distordre, supprimer, ajouter ou remplacer, sur une situation, un objet ou un endroit habituellement normal pour l'observateur. ⁴ Cette méthode, pouvant convoquer différentes figures stylistiques, a un impact indéniable sur l'attrait que porte l'observateur. Effectivement, Trnkova prouve à travers son étude que les sondés, face à deux publicités semblables dont l'une bénéficie d'un caractère incongru, trouvent en général cette dernière plus attrayante, originale et généralement plus intelligemment conçue. Le risque étant que l'observateur ne comprenne pas le sens invoqué par le visuel, ce qui peut faire perdre de l'intérêt au procédé, voire avoir l'effet inverse.

4 ↪ J. SCHILPEROORD, *Ways with pictures: Visual incongruities and how sill picture mean*, Université de Tilburg, 2015

SA PRÉSENCE DANS LE DESIGN GRAPHIQUE

L'attrait par le questionnement qu'apporte l'incongru peut donc être vu comme une forme rudimentaire d'interactivité qui n'est pas récente, mais qui s'inscrit plutôt dans un contexte historique et socio-économique d'industrialisation où le besoin d'attirer l'attention est grandissant. Par exemple, un Parisien du XIX^e siècle aura plus de chances d'interagir avec l'affiche À l'Œil de l'affichiste Jean-Alexis Rouchon¹, car elle vient bouleverser ses habitudes visuelles par la couleur et l'originalité de son visuel. Pourtant, il serait plus difficile de la qualifier d'incongrue aujourd'hui, car elle n'amène pas d'éléments allant dans le sens contraire de nos attentes en matière de design graphique.

Il est en fait possible de distinguer deux utilisations de l'incongru : l'une se faisant dans la chose représentée, et l'autre se faisant dans la remise en question des codes.

Michal Batory, graphiste d'origine polonaise connu pour son travail d'affiche, applique toujours cette incongruité iconographique dans son travail. En mettant en parallèle des visuels semblant pourtant très différents, afin de créer une certaine poésie graphique, il explique cette méthode par le contexte politique de son pays d'origine : « La naissance de l'affiche est un jeu avec la censure. La métaphore vient du fait qu'on ne pouvait pas exprimer directement les idées, mais qu'il fallait penser en messages codés. Certains étaient capables de les décoder, d'autres pas. Quand certaines idées passaient outre la censure, toute la Pologne se marrait ! » Batory, sans même parler d'incongru, fait référence dans l'interview qu'il donne pour *Paris Art*² à cette forme d'interactivité qu'est le décodage du sens, mais évoque aussi son lien avec l'humour : « Il faut qu'une affiche puisse être lue aussi au second degré. Sinon, c'est un peu facile. Au premier degré, vous ne pouvez pas être riche en sens. »

1 ↪ J.A. ROUCHON, *On donne à l'Œil*, 1894

2 ↪ *Paris Art*, Interview de Michal Batory

3 ↪ *Designweek*, "A tribute to pure expression": a Polish design guide, 2020

L'incongruité dans le design est effectivement souvent une affaire de patrimoine culturel, qu'on retrouve en Pologne avec des graphistes comme Batory ou George Him³, mais aussi dans d'autres pays « carrefours » faisant office de points de rencontre pour les esthétiques, tels que la Belgique⁴, où les mélanges culturels et le sentiment national de suspicion envers les formes d'autorité ouvrent une fenêtre à l'expérimentation et à la créativité. Là-bas, des visages comme ceux de l'Atelier Brenda ou Roxanne Maillet font de l'incongru l'un de leurs outils principaux.



Michal Batory, Affiche pour la pièce *Śmierć i Dziewczyna*, 2000

Aujourd'hui, les représentations improbables se multiplient dans tous les domaines du design graphique : Laure Azizi propose par exemple la typographie Ouvrières⁵; dans le domaine du motion design, Jacquemus fait défiler grâce à la 3D ces sacs de haute couture dans la rue comme s'ils étaient des véhicules.⁶ Ces différents exemples montrent l'utilisation de l'incongru dans la chose représentée, mais il peut aussi être appliqué aux normes mêmes du design graphique.

4 ↪ *AIGA Eye on Design*, *Belgian Graphic Design Is A "Crossroads of Influences"*, 2022

5 ↪ L. Azizi, *Ouvrières*

6 ↪ *PAPER Magazine*, MARIO ABAD, *How Jacquemus' Viral Bags-On-Wheels Stopped Traffic*, 2023

SON IMPACT SUR LA PATRIQUE

La pratique du design graphique joue depuis toujours avec la remise en question de ses propres codes, à l'image des défilés de haute couture qui cherchent, en poussant l'incongru parfois jusqu'à son paroxysme, à faire évoluer leur discipline en s'écartant toujours des normes en place.¹ Le futuriste Ilia Zdanevich, à travers les livres d'artiste qu'il publie à Paris au milieu du XX^e siècle, « crée de nouvelles formes visuelles expressives pour la littérature en utilisant la typographie du livre, sa structure et sa matérialité pour créer une expérience interactive »². Ainsi, l'on peut voir que l'usage de l'incongruité sur les codes du design, de par son principe, est le fer de lance des mouvements d'avant-garde, qui amènent les innovations dans la pratique. Les mises en page déconstruites des adeptes du mouvement Dada, tels que Theo van Doesburg,³ en sont aussi un bon exemple.

Cette notion d'incongruité est en fait un paramètre inhérent à l'évolution d'un médium artistique, car ce qui est nouveau est, par définition, différent de l'habitude et, d'une certaine façon, incongru.

L'IA générative, dernière évolution dans la création visuelle, soulève depuis son apparition de nombreux débats et est source d'inquiétude dans la pratique du design. Alors que les graphistes se sentent menacés dans leur travail, l'ambiguïté de l'incongru semble être quelque chose que l'intelligence artificielle n'est pas encore capable d'inventer. Étant capable de comprendre la construction d'une blague, mais restant encore opaque aux subtilités humaines qui la rendent drôle, comme l'a démontré Karen Hobbs, stand-uppeuse, en réalisant une prestation humoristique écrite dans sa totalité par l'IA.⁴

Cependant, l'intelligence artificielle amène aussi son lot d'incongruité par l'erreur, et certaines entreprises comme Undiz, pour leur collection de maillots de bain, choisissent d'accepter ces défauts dans leur processus créatif pour ne pas se limiter à la réalité.⁵ Choix, qui, par sa différence avec les choix publicitaires traditionnels, a particulièrement attiré l'attention des médias.

1 ↪ MEDIUM, R. PETIT, *Why are Fashion shows filled with unwearable garments?*, 2017

2 ↪ Musée des beaux arts de San Francisco, *Iliazd: Publishing as an Art Form*, 2021

3 ↪ Index Grafik, *Theo van Doesburg – revues De Stijl, Mecano & alphabet*, 2017

4 ↪ BBC, Matt Kenyon, *An AI walks into a bar... Can artificial intelligence be genuinely funny?*, 2024



5 ↪ CBNews, I. LORIENT, *Les dessous de la campagne Undiz générée par IA*, 2023

CONCLUSION

L'incongru, en tant que technique de création graphique, se révèle être un levier important pour réinterroger les normes et bousculer les attentes visuelles des spectateurs. À travers une pratique de l'inattendu et du surprenant, les designers graphiques ont la possibilité de créer une rupture esthétique, une interactivité dans la réflexion et une émotion susceptible de capter l'attention dans un environnement saturé d'images. En remettant en question les codes graphiques, l'incongru ouvre la voie à de nouvelles formes d'expression, contribuant à renouveler et à diversifier les arts visuels dans un monde de plus en plus automatisé. Cependant, cette approche comporte des risques, notamment celui de l'incompréhension ou de la perte de sens. Le défi consiste alors à trouver un équilibre entre incongru et lisibilité, entre innovation visuelle et cohérence du message. Dans ce cadre, l'incongru reste avant tout une démarche réfléchie qui s'inscrit dans un contexte, lié aux habitudes culturelles et sociales, mais aussi aux évolutions technologiques, comme celles de l'intelligence artificielle.

À l'heure où l'IA redéfinit les enjeux de la création graphique, l'humour, l'ambiguïté et l'incongruité pourraient bien constituer des ressources irremplaçables, imprévisibles car humaines, qui permettent au designer de s'affirmer dans un paysage où la machine peine encore à saisir les subtilités du sens. Ainsi, loin de disparaître, l'incongru semble être une voie d'avenir pour le design graphique, offrant une réponse pertinente aux défis de l'ère numérique tout en préservant une dimension créative profondément humaine.

BIBLIOGRAPHIE

- 1 ↵ *Le trésor de la langue française informatisé*
<http://atilf.atilf.fr/tlfv3.htm> (dec. 2024)
- 2 ↵ D. ZILLMANN, *Media Entertainment The Psychology of Its Appeal*, Routledge, 2000
- 3 ↵ M. TRNKOVA, *Visual incongruity: Investigating the effect of visual incongruity on the overall appeal of the advertisement*, Université de Tilburg, 2015
- 4 ↵ J. SCHILPEROORD, *Ways with pictures: Visual incongruities and how sill picture mean*, Université de Tilburg, 2015
- 5 ↵ J.A. ROUCHON, *On donne à l'Œil*, 1894
- 6 ↵ *Paris Art, Interview de Michal Batory*
<https://www.paris-art.com/michal-batory/> (dec. 2024)
- 7 ↵ *Designweek, "A tribute to pure expression": a Polish design guide, 2020*,
<https://www.designweek.co.uk/issues/20-26-january-2020/polish-design-guide/> (dec. 2024)
- 8 ↵ AIGA *Eye on Design, Belgian Graphic Design Is A "Crossroads of Influences", 2022*
<https://eyeondesign.aiga.org/the-histories-of-belgian-graphic-design-are-a-crossroads-of-influences/> (dec. 2024)
- 9 ↵ L. AZIZI, *Ouvrières*,
<https://typotheque.genderfluid.space/fr/fontes/ouvrieres> (dec. 2024)
- 10 ↵ *PAPER Magazine, MARIO ABAD, How Jacquemus' Viral Bags-On-Wheels Stopped Traffic, 2023*
<https://www.papermag.com/jacquemus-purse-cars#rebellitem10> (dec. 2024)
- 11 ↵ *MEDIUM, R. PETIT, Why are Fashion shows filled with unwearable garments?, 2017*
<https://renaudpetit.medium.com/why-are-fashion-shows-filled-with-unwearable-garments-c07bfa736cd0>
(dec.2024)
- 12 ↵ *Musée des beaux arts de San Francisco, Iliazd: Publishing as an Art Form, 2021*
<https://www.famsf.org/exhibitions/iliazd> (dec. 2024)
- 13 ↵ *Index Grafik, Theo van Doesburg – revues De Stijl, Mecano & alphabet, 2017*
<http://indexgrafik.fr/theo-van-doesburg-revues-de-stijl-mecano-alphabet/> (dec. 2024)
- 14 ↵ *BBC, Matt Kenyon, An AI walks into a bar... Can artificial intelligence be genuinely funny?, 2024*
<https://www.bbc.com/future/article/20240724-can-artificial-intelligence-be-genuinely-funny> (dec. 2024)
- 15 ↵ *CBNews, I. LORIENT, Les dessous de la campagne Undiz générée par IA, 2023*
<https://www.cbnews.fr/marques/image-dessous-campagne-undiz-generee-ia-76209> (dec. 2024)