

Pertur
be
ve
e
lisible

et

→ lecture attention

Perturber le visible

↳ lecture et attention

En quoi la perturbation des codes de lisibilité modifie-t-elle l'attention du lecteur ?

Abstract.

Abstract.

Reading a text is something that is very simple when it is organized with a clear page layout. However, what happens when the codes of legibility are disturbed ? How does the disturbance of the codes of legibility impact the reader's attention ? This study aims to discover what defined all these codes but also the reaction of the readers in front of all the disruptions of reading.

The research is based on graphic textbooks which explained all the grids to follow to guarantee an ergonomic reading, but also on press articles which played with grids and typography, on websites and podcasts, and finally on an interview.

The results indicate that reading a text which is composed in a grid and has hierarchy is easier to read than a text written with an expressive typography or a lot of visual disruptions. However, this type of page layout catches the readers' attention by showing them something new. They have to learn to read in a new way and to decipher the text. Moreover, reading on a screen changes also all the habits of reading and our attention is constantly attracted.

To conclude, the codes of legibility have an impact on the readers' attention because they influence their way of reading. In fact, by disturbing them, readers pay more attention to the text's content.

Keywords : legibility, page layout, reader, disturbance, attention.

I. Une mise en page lisible ?	11
1. Les normes éditoriales	12
2. La lisibilité au service de la compréhension	14
II. Éprouver les seuils de lisibilité dans la presse magazine	16
1. Une mise en page expressive	18
2. Capter l'attention grâce à la perturbation	20
III. La lecture comme expérience : du support imprimé vers l'écran	25
1. La mise en page comme « espace d'attention »	26
2. L'enrichissement de la lecture à l'ère numérique	27
Étude de cas.	35
Interview.	40
Bibliographie.	49

Un titre **illisible** ou bien une page saturée d'éléments visuels et textuels peuvent facilement décourager un lecteur distrait. On pense par exemple aux petites lignes en corps 6 en bas de page afin de mentionner les clauses d'un contrat ou les mentions légales.

À ce propos, de nombreux spécialistes, graphistes, théoriciens et typographes se sont interrogés sur ce qui définit la lisibilité et les différents critères qui l'optimisent. Leurs recherches ont permis d'établir un certain nombre de principes élémentaires d'ergonomie afin d'assurer le meilleur confort de lecture. L'habitude d'une mise en page structurée par une grille et des marges garantit par exemple au lecteur un confort visuel. Ce souci d'ergonomie s'observe déjà sur certains incunables et il n'a cessé de se perfectionner au fil du temps.

Cependant, certains graphistes choisissent de s'écartier de ces normes et prennent des libertés créatives. En **perturbant** les codes établis, ils questionnent la lisibilité et proposent une expérience de lecture différente. Cela est d'autant plus perceptible aujourd'hui avec les supports numériques qui déplacent le contexte de lecture traditionnel. *On se demandera alors au cours de cet article en quoi la perturbation des codes de lisibilité modifie-t-elle l'attention du lecteur ?* Nous questionnerons tout d'abord ce qu'est une mise en page lisible à travers les normes éditoriales. Ensuite, nous analyserons comment ces codes sont éprouvés et détournés dans la presse magazine. Enfin, nous aborderons la lecture comme une expérience en interrogeant le passage du support imprimé vers l'écran et ses effets sur **l'attention**.

Une mise en
page lisible?

L

1. Les normes éditoriales

Afin de réaliser une mise en page lisible, des normes ont été établies pour assurer au lecteur un confort de lecture. Des conventions comme une grille bien déterminée, une hiérarchie des éléments ou encore un équilibre visuel permettent de créer un cadre rassurant pour le lecteur. De nombreux ouvrages contribuent à vulgariser ces codes de mise en page formels comme *Grid System* de Josef Müller-Brockmann¹ ou le manuel *Mise en page(s), etc.* de Claire Gautier et Damiens Gautier. Les apprentis graphistes y apprennent comment observer, expérimenter et comprendre les équilibres. Créer une mise en page c'est aussi prendre en compte l'œil et la pensée du lecteur afin de ne pas le perdre dans sa lecture. Jan Tschichold², explique dans son œuvre *La Nouvelle Typographie*, que la nouvelle typographie doit rejeter tout ce qui détourne l'œil de l'essentiel. Pour lui, «*l'essence de la Nouvelle Typographie est la clarté*³». Il a alors constitué une simplification et une standardisation permettant d'employer des grilles pour obtenir une mise en page organisée capable de transmettre les informations de manière cohérente. Il favorise également l'emploi de typographies sans empattement, qu'il considère comme plus lisibles et plus modernes. La typographie ne doit pas détourner le lecteur du sens du texte par une quelconque expressivité, elle doit juste s'employer à communiquer.

1. MÜLLER-BROCKMANN Josef : Graphiste, enseignant, théoricien du design. Il est l'un des pionniers du style typographique international, plus connu sous le nom de design suisse.

2. TSCHICHOLD Jan : typographe, dessinateur de caractères et maquetteur allemand.

3. Citation de Jan Tschichold dans son ouvrage *La Nouvelle typographie*, 1928.

Béatrice Warde⁴, partage ce même point de vue dans *The Crystal Goblet, or Printing Should Be Invisible*. Pour elle, la typographie est avant tout un outil de transmission des idées. Elle doit être transparente et servir le texte, elle doit s'effacer derrière le sens. C'est ainsi que la lisibilité ne se limite pas à des questions de visibilité liées à la taille, le contraste ou la netteté, elle dépend aussi de la fluidité entre les signes et le sens que la typographie rend possible.

4. WARDE Béatrice : typographe américaine.



Müller-Brockmann Josef, exemple de la page 115 de *Grid System*, 1981.

2. La lisibilité au service de la compréhension

Au-delà des règles ergonomiques, les habitudes jouent également un rôle très important dans le confort de lecture. Gérard Unger⁵, souligne dans son livre *Pendant la lecture* le fait que les lecteurs lisent mieux ce qu'ils connaissent, c'est-à-dire des colonnes bien construites, des titres bien positionnés, une organisation stable. Ce type de mise en page les rassure et les conforte dans leurs habitudes de lecture. La lisibilité dépend donc autant de la familiarité que de la forme. C'est pourquoi de nombreux magazines de presse se constituent grâce à des grilles confortant ainsi les lecteurs habitués. C'est le cas du magazine *Le Monde* qui, à travers ses numéros, fidélise ses lecteurs grâce à des mises en pages connues et déjà vues dans leurs publications précédentes, ce qui permet une lecture sans effort d'adaptation.

5. UNGER Gérard : designer graphique et dessinateur de caractères.

Cette stabilité éditoriale peut cependant être remise en question de manière volontaire et assumée. L'intervention du collectif de graphistes Bazooka à la fin des années 70 pour le journal *Libération*, bouscule la grille traditionnelle du journal en démontrant qu'une mise en page peut volontairement rompre les habitudes pour provoquer, surprendre ou réorienter la lecture.



Libération n°1204 - White Flash (Bazookisme), décembre 1977.

Éprouver
les seuils de
lisibilité dans
la presse
magazine

II

1. Une mise en page expressive

Robert Massin⁶, est un pionnier de la mise en page **expressive**, notamment avec sa composition de *La Cantatrice chauve* de Ionesco. Il s'affranchit des règles traditionnelles grâce à des principes de composition typographique qui questionnent directement la lisibilité. Ces choix, éloignés d'une mise en page normée et structurée par une grille, interrogent directement la relation entre le lecteur et le message visuel qu'il perçoit. Ainsi, cette transgression des codes de lisibilité devient peu à peu un langage visuel à part entière. Les graphistes se détachent alors d'une mise en page strictement fonctionnelle pour explorer la dimension **expressive** de la typographie.

La lisibilité remise en cause par Massin se retrouve également dans *Transgression : Graphisme et Post-Modernisme* de Rick Poynor⁷. Avec le postmodernisme, les graphistes créent des travaux spontanés et intuitifs pour **perturber** les habitudes de lecture. Wolfgang Weingart⁸, par exemple, a conçu pour *Typografische Monatsblätter*⁹, des couvertures où il étire et perturbe la typographie jusqu'à la limite de l'**illisibilité**. La perturbation, définie comme un dérèglement dans un fonctionnement, semble incompatible avec le graphisme. Pourtant, elle est aussi l'un des moyens de retenir l'attention.

6. MASSIN Robert : graphiste, typographe, illustrateur, directeur artistique, photographe et écrivain français.

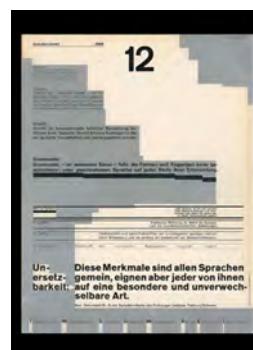
7. POYNOR Rick : écrivain anglais spécialisé dans le design, le graphisme, la typographie et la culture visuelle.

8. WEINGART Wolfgang : graphiste allemand.

9. Typografische Monatsblätter : revue suisse consacrée à la typographie.



Deux doubles pages de *La Cantatrice Chauve* de Ionesco mises en page par MASSIN.



Typografische Monatsblätter, 12, 1972.
Conception de Wolfgang Weingart

2. Capter l'attention grâce à la perturbation

Le magazine devient alors un terrain d'expérimentation permettant de questionner la lisibilité. La revue américaine *Emigre*¹⁰, en est un exemple emblématique : elle sert de support de diffusion aux expérimentations typographiques rendues possibles par l'arrivée du numérique. Le numéro 11, *Ambition/Fear*¹¹, propose ainsi des compositions rompant totalement avec les codes modernistes de lisibilité et de grille pour laisser place à l'exploration avec une superposition des éléments visuels et typographiques qui perturbent et ne facilitent pas la lecture.

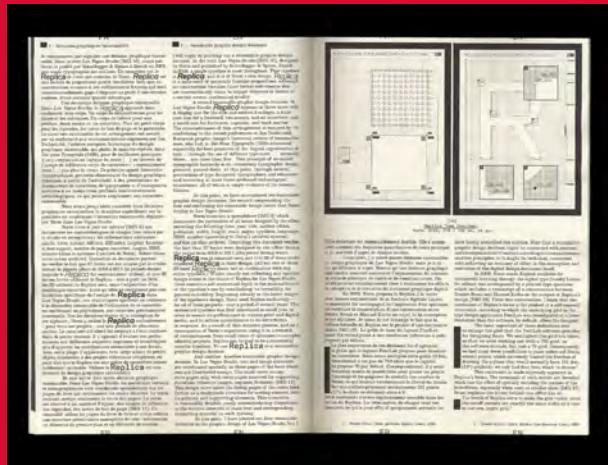
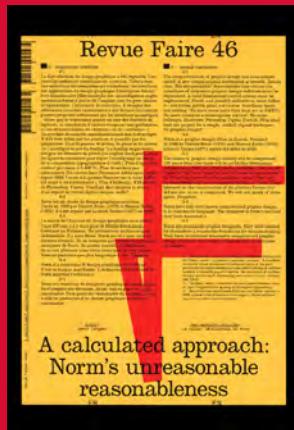
La *Revue Faire*, quant à elle, joue avec la **perturbation** en intégrant sur une même page du français et de l'anglais, ce qui trouble la progression logique de lecture. De plus, dans le numéro 46 « A calculated approach : Norm's unreasonable reasonableness », la perturbation réside dans l'accentuation répétée d'un même mot affiché dans plusieurs typographies et dans un corps plus important que celui du texte courant. Ce procédé détourne le regard du lecteur et brouille la hiérarchie des informations. Mais cette perturbation permet également de **capter** son attention. Dans un registre plus radical, David Carson¹², pousse l'expressivité jusqu'à l'illisibilité dans *Ray Gun* en 1994. En effet, il a choisi comme parti pris de retranscrire une interview complète en Zapf Dingbats, rendant le contenu totalement inaccessible. Ici, l'attention du lecteur est captée par le **choc** visuel et la **rupture** totale avec les attentes habituelles de lecture. →

10. Emigre : revue fondée en 1984 par Rudy VANDERLANS, graphiste, photographe, typographe et éditeur, ainsi que la créatrice de caractères Zuzana LICKO.

11. Voir étude de cas pour une analyse développée du numéro 11 de la revue *Emigre*.

12. CARSON David : graphiste et designer américain.

Si le magazine est un support privilégié pour renouveler les codes de lisibilité, qu'en est-il du support numérique ? Des écarts se créent et nos habitudes de lecture peuvent prendre une nouvelle dimension quand on bascule sur les écrans. En effet, ils permettent une nouvelle ergonomie de lecture désormais moins linéaire, plus **fragmentée** et **interactive**.



Revue Faire, n°46, «A calculated approach: Norm's unreasonable reasonableness», novembre 2024.



→ CARSON David, Double page du magazine *Ray Gun*, 1994.



Retranscription en Zapf Dingbats.

La lecture comme expérience: du support imprimé vers l'écran



1. La mise en page comme « espace d'attention »

Selon Grégoire Borst¹³, notre attention est la capacité du cerveau à se focaliser sur des informations pertinentes parmi un flot de stimuli. Elle permet alors de trier, de hiérarchiser et de filtrer ce qui nous semble essentiel, notamment pendant la lecture. Ainsi, en s'appuyant sur son analyse de l'attention avec les neurosciences, on peut en déduire qu'il est plus facile de concentrer notre attention sur une mise en page « classique ». On absorbe alors l'information sans effort permettant un « confort attentionnel ». À l'inverse, une mise en page expressive introduit de nouveaux éléments qui deviennent des capteurs attentionnels lors de la lecture. Ce type de mise en page manipule la lecture, sollicite le regard et redéfinit la relation entre le lecteur et le texte. Elle suscite l'interrogation, la réflexion et **stimule** l'attention.

Le magazine américain *WIRED* a dû repenser toute sa structure pour créer des articles sur son site web, abandonnant certains codes de lisibilité propres au support imprimé. On peut alors choisir de cliquer sur les informations qui nous intéressent sans avoir à parcourir tout un magazine. Comme le souligne Yves Citton¹⁴ dans *Pour une économie de l'attention*, la mise en page numérique devient un espace d'attention où se reprogramment nos manières de lire. La lecture n'est plus linéaire mais suit un flux d'informations discontinues qui sollicite différemment l'attention du lecteur.

13. BORST Grégoire : professeur de psychologie de développement et de neurosciences cognitives de l'éducation.

14. CITTON Yves : théoricien de la littérature, chercheur, philosophe et essayiste.

2. L'enrichissement de la lecture à l'ère numérique

Le numérique introduit une nouvelle forme de mise en page animée, **interactive** et **dynamique**. L'article *The New York Times Snow Fall* intègre ainsi des animations, des vidéos et des effets de défilement. Lorsque l'on descend dans la page, des éléments se déclenchent et réagissent au mouvement du curseur de la souris, ce qui permet de dynamiser l'article et d'interagir avec lui. L'attention ici est stimulée par la **curiosité** et par la découverte progressive des contenus.

Le site Konbini quant à lui propose une distraction organisée avec une lecture rapide, souvent proposée sous forme de micro-articles, des titres choc, des typographies massives et des couleurs vives (jaune, rouge, bleu). Ces éléments captent l'œil, encouragent le clic et fragmentent la lecture. De plus, les vidéos en « autoplay » renforcent encore cette **dispersion** attentionnelle.

On peut évoquer une proposition ergonomique plus expérimentale de mise en page avec le site internet de l'École de recherche graphique (ERG) qui propose une mise en page atypique avec une « cartographie relationnelle ». À droite de la page, on a une carte composée de cercles, qui renvoient à différents onglets, reliés entre eux par des lignes créant ainsi une forme mouvante que l'on peut déplacer. Cependant, chaque clic sur un cercle modifie la carte. Nous avons les informations correspondantes qui apparaissent à gauche mais la forme change et de nouvelles lignes les reliant à d'autres informations apparaissent. Il y a une absence de hiérarchie stable et donc notre attention est constamment **réorientée**. Ainsi, du support imprimé au numérique, la lecture n'est plus un simple déchiffrage, elle devient une expérience où notre attention est continuellement guidée, sollicitée et parfois mise à l'épreuve.

another powder-filled drop-offs with another hard left, into another mogaine that leads to the icy floor.

united Creek is, in the vernacular of locals, a “happy run”—breathless and unobstructed, the kind that makes skiers giggle in glee as they descend through a fluffy cloud of their own soft powder and emerge at the bottom coated in white frostings.

experts trend toward extreme skiing (now called “eskimoing”), with impossible descents over cliffs and two chutes (not the gully of even the fiercest arêteville), the agilest line of fresh, smooth powder slopes.

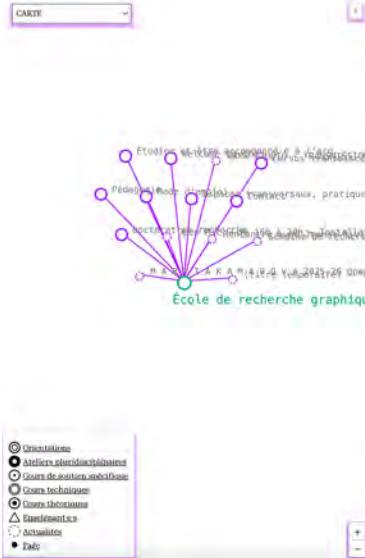
of powder and people are key ingredients for avalanche. And they’re getting maximum exposure from some-scientists-experts-and-search-and-rescue leaders in that the number of fatalities—slightly 200 around the world each year—isn’t keeping up with the rush so the backcountry continues among skiers, snowboarders, climbers and mountaineers.

As backcountry represents the fastest-growing segment of the ski industry. More than ever, people are looking for fresh descents accessible by helicopter, heli or even the simple ride up a chairlift.

Since 1998, it was unusual to have more than 20 avalanche deaths in the United States each winter. There were over 24 last season, including 20 skiers and snowboarders. Eight victims were going out of bounds, legally, with a lift ticket. And many of the dead were backcountry experts minding the terrain that killed them.

“It’s a cultural shift, where more skiers are going farther, faster, bigger,” said John Shaffer, the editor of Powder magazine, who was a part of the group at Tunnel Creek in February. “What’s trending is to push your pro skiers or other experienced, off-piste-level backcountry skiers that just farther, faster and bigger, to the point where there’s no margin for error.”

Article *Snow Fall* sur le site du New York Times.



Carte sur le site de l'ERG (École de recherche graphique).

5 infos vite fait bien fait !

- 1 Tu voulais Cambridge, t'auras Gloucestershire : les Britanniques vont réintégrer le programme Erasmus [Article](#)
- 2 Guillaume Meurice nous partage sa lettre au Père Noël (même s'il n'y croit plus) [Article](#)
- 3 Ces 10 séries de 2025 ont un score de 100% sur Rotten Tomatoes [Article](#)
- 4 Y'a Laurence dans notre parodie de l'Imposteur de Squeezie avec Malik Bentahla ! [Article](#)

Page d'accueil du site internet Konbini.

Conclusion.

Conclusion.

Pour conclure, jouer avec les seuils de lisibilité est un moyen pour le graphiste de modifier notre rapport au texte. La mise en page révèle une capacité à orienter notre regard et à transformer notre expérience de lecture. Le graphiste peut choisir de nous offrir une stabilité rassurante et respectueuse des normes éditoriales établies. Il peut aussi opter pour des formes de mise en page **expérimentales** et bousculer nos habitudes de lecture. Dès que les codes de lisibilité sont altérés, le lecteur doit s'arrêter, scruter, déchiffrer : son attention devient active, exigeante, presque vivante. Le passage au numérique a lui aussi bousculé l'expérience de lecture. Les animations, défilements et contenus interactifs **fragmentent** l'attention, la dispersent autant qu'ils la captivent.

Ainsi, le rôle du designer graphique est important, qu'il choisisse de transgresser les codes ou de les respecter. Il devient le guide de l'attention du lecteur en orchestrant son expérience de lecture, en stimulant sa curiosité et en l'invitant à participer activement avec le texte.

Annexes.

Annex

Annexes.

cas

Étude
de cas.

Emigre n°11 « Ambition/Fear »

La revue américaine *Emigre* aborde le design graphique à travers 69 numéros, de 1984 à 2005. Fondée par Rudy VanderLans, graphiste, photographe, typographe et éditeur américain ainsi que la créatrice de caractères Zuzana Licko, cette revue sert de support de diffusion d'expérimentations typographiques. De nombreux graphistes contemporains sont invités à créer des numéros, notamment autour du postmodernisme qui émerge à partir des années 80. Ce mouvement se distingue par : la **fragmentation**, l'impureté de la forme, une typographie **expressive** ou encore la diversité stylistique. De plus, la revue *Emigre* est l'un des premiers magazines entièrement conçus sur ordinateur, ce qui lui donne un rôle fondateur dans la transition du graphisme analogique vers le numérique. L'objectif de la revue était alors d'expérimenter les nouvelles possibilités du numérique, quitte à bousculer toutes les règles de lisibilité et de hiérarchie héritées du modernisme.

Le numéro 11 [fig 1] de la revue *Emigre* intitulé « Ambition/Fear » a été publié en 1989 et aborde l'ambition face aux nouvelles possibilités technologiques, mais aussi la peur de perdre les « repères » traditionnels du design. Ainsi, à travers ce numéro, de nouvelles compositions inédites sont créées grâce au numérique, notamment le *Macintosh*, afin de montrer les nouvelles possibilités éditoriales que ce dernier offre. En effet, on peut y retrouver une mise en page qui rompt avec les codes de lisibilité et de grille afin de laisser place à l'expérimentation de la part des graphistes.



Figure 1: Couverture du numéro 11 d'*Emigre*

Emigre: Is there anything that you do zone on the Mac that you wouldn't do before or after? What's different about the Mac?
Max: Well, I think that in some ways I couldn't do better; but what is more important is that now you have complete control over whatever it is you're making. Finally, you can make all the things you want to make. You can make all the types of compositions and have complete control over them; but it does require a certain amount of talent. You can be expressive; writer, illustrator, whatever.
Emigre: Isn't that an incredible responsibility? Doesn't that complicate your working methods? I mean, you have to be good at all the things you do, because you can do them all.
Max: Yes, of course; but that's a great challenge. It's a challenge to find out whether you're good at any of those disciplines. And that's what I like about the Mac. You can do whatever you want to do with this computer; I use the computer in my work; it's not a hobby. Now in my case, my work is in my hobby that's another way of saying that I'm not afraid to do what I want to do. I want to work. I am able to express my ideas with the help of the computer; I was always able to express my ideas without the computer, but I wanted to find out a new way of working in the field of graphic design; this is what inspired me very much and not just in graphic design. Music too, like the computer, or digital video, telephone, sampling music. People don't realize that they can do whatever they want to do. If you're changing, or has already changed. Working with a computer in graphic design has given us the chance to be part of this "other revolution".
Emigre: Do you think that the Macintosh will lead towards more experimentation?
Max: Yes, I do. At a certain point, you have to choose what you like to do. Right after you buy your first computer, you get all this software and games and you buy everything, but after a while, you will become more selective. Before too long you'll have to figure out what you like to do. I think that's what people really want to do with this computer; I use the computer in my work; it's not a hobby. Now in my case, my work is in my hobby that's another way of saying that I'm not afraid to do what I want to do. I want to work. I am able to express my ideas with the help of the computer; I was always able to express my ideas without the computer, but I wanted to find out a new way of working in the field of graphic design; this is what inspired me very much and not just in graphic design. Music too, like the computer, or digital video, telephone, sampling music. People don't realize that they can do whatever they want to do. If you're changing, or has already changed. Working with a computer in graphic design has given us the chance to be part of this "other revolution".
Emigre: Do you think that the Macintosh will lead towards more experimentation?
Max: Yes, I do. At a certain point, you have to choose what you like to do. Right after you buy your first computer, you get all this software and games and you buy everything, but after a while, you will become more selective. Before too long you'll have to figure out what you like to do. I think that's what people really want to do with this computer; I use the computer in my work; it's not a hobby. Now in my case, my work is in my hobby that's another way of saying that I'm not afraid to do what I want to do. I want to work. I am able to express my ideas with the help of the computer; I was always able to express my ideas without the computer, but I wanted to find out a new way of working in the field of graphic design; this is what inspired me very much and not just in graphic design. Music too, like the computer, or digital video, telephone, sampling music. People don't realize that they can do whatever they want to do. If you're changing, or has already changed. Working with a computer in graphic design has given us the chance to be part of this "other revolution".

make another typeface? ». So problem, it was getting to be too many... That leads me to my next question: What are the drawbacks of working on a computer?

Max: After working on a computer for a while and trying all these different things that I could do on it, I felt I had to be more selective. I had so much choice that I didn't know what to do with the Macintosh. At an early stage I did a lot of prototypes. We had to find a way to make things work. You have to learn how to use the computer. You have to learn how we don't have to spend so much time experimenting with software, etc. We can spend more time working on the design and this has increased the quality of our work. I think that the Macintosh has been used in a more instinctual or philosophical way and he less concerned about the techniques that he could do with the computer, whereas in the beginning it was all about the computer, because it was a new thing. This doesn't do in regarding myself and I feel that with the computer, this starts happening. Emigre: Sometimes you might have ideas as a designer and you're looking for a medium to express them, or you might find a new medium which gives you ideas. Do you think that the Macintosh has added to your way of thinking as a designer because you use the Mac, or has the Mac just facilitated needs that you had already?
Max: I think that the Macintosh has been a great beginning. The Mac gave me a lot of new ideas about the medium, the computer as an interface for all the separate disciplines of graphic design. The idea that you can do everything that you want to do with the computer, from the Arts to an alternative music magazine called "Vice". We used a different technique for each issue, and there was so much manual labor involved each time; we would print one issue, we'd serve it or we'd sell it and then rip it up. The Mac gave me the ability of doing what they want them to do much faster. So there, it facilitated a need I had. On the other hand, the Macintosh gave new life to working with icons and programs, images like traffic signs or icons. Now you can do whatever you want to do with the computer and the computer can give you an idea as long as you recognize the identity of the computer.

Emigre: Do you feel that computers restrict personal expression in any way?
Max: No, I don't think so. Personal expression lies beyond the tools or techniques that you use, or at least it should. The computer has become one of the tools that you can use to express yourself. It's added to a whole variety of ways of working and expressing myself. I can't imagine life without computers anymore, even if they are not always dear to me.

Figure 2: Double page de la revue

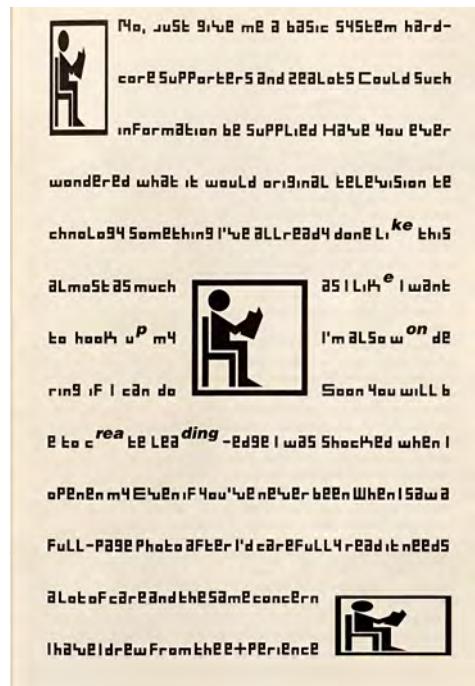
Dans cette double page [fig 2], le premier élément visuel qui **attire** l'œil est ce grand cercle jaune qui est placé au centre de la revue. Il **perturbe**, et ne facilite pas la lecture. En effet, étant en arrière plan, il attire le regard au mauvais endroit et rend difficile la hiérarchie des informations. Le mot inscrit en blanc sur ce cercle, lui-même peu lisible à cause du contraste faible et de la superposition de typographies, renforce cette perturbation.

Mais il n'est pas le seul élément perturbateur, l'absence totale de grille accentue un sentiment de désordre. Les colonnes de texte occupent presque toute la largeur de chaque page, sans marges visuelles ni respiration, ne laissant qu'un seul bloc de texte principal sur chacune d'elles. On se retrouve alors submergé par les informations. De plus, nous avons sur la page de gauche, un second bloc de texte composé d'une graisse très légère contrairement à celle du bloc principal, se fondant presque dans le décor tant le contraste typographique est faible. Enfin, sur cette même page s'ajoute un titre placé en arrière-plan, avec une opacité très réduite : sa présence est perceptible, mais son contenu est illisible, ce qui **brouille** davantage la lecture.

Tous ces éléments se superposent : le texte principal, le texte secondaire, titre transparent et le cercle jaune graphique. Ils créent une **saturation** visuelle des informations et peuvent provoquer un désintérêt pour chacune d'entre elles par manque de lisibilité. Le lecteur n'est plus guidé, il est invité à déchiffrer, à **explorer** et à reconstruire son parcours de lecture. En conclusion, cette double page illustre parfaitement la logique du numéro Ambition/Fear. L'ambition est présente dans l'usage expérimental du numérique, avec l'exploration de nouvelles formes graphiques rendues possibles par l'ordinateur. C'est une nouveauté qui crée un vent de liberté dans le graphisme. Nous avons une mise en page avec une absence de hiérarchie, de lisibilité et une superposition des informations. La double page reflète donc à la fois l'enthousiasme face à ce moment de transition technologique mais aussi le fait de **casser les codes** traditionnels de mise en page. Cependant, il ne faut pas oublier que toutes ses perturbations sont un parti pris volontaire de la revue *Emigre* qui adopte une esthétique caractéristique du postmodernisme. C'est ainsi que les outils numériques commencent à transformer radicalement le design graphique et les graphistes continuent de prendre de plus en plus de **libertés**.



Double page de la revue



Page seule de la revue avec des déformations de pictogrammes

Interview.

view

in

Emmanuel Guiho

Interview réalisée le 14 novembre 2025 en visioconférence.

Graphiste et directeur artistique freelance depuis plusieurs années à Bordeaux, Emmanuel Guiho exerce son métier depuis plus d'une quinzaine d'années. C'est un spécialiste de l'identité visuelle qui accompagne des entreprises et des organisations dans la création de logos, chartes graphiques, pictogrammes, packaging, ainsi que divers supports print.

Son approche se distingue par une volonté de donner du sens à la marque : il privilégie la réflexion et l'analyse en amont, notamment pour « trouver une réponse simple à une problématique complexe ».

Quel est ton processus de création lorsque tu vas concevoir une nouvelle mise en page ? C'est quoi la première chose à laquelle tu penses ?

Alors la toute première, ça va être essentiellement de choisir les typographies. Toutes celles que je vais utiliser, et surtout celles du texte courant, parce que ça va me permettre déjà de savoir à quelle taille elle est lisible. Parce qu'en fonction des typos, tu peux avoir une très bonne lisibilité. En Garamond par exemple, je sais pas en corps neuf ou huit, mais tu as d'autres typographies où tu vas être obligé de monter en corps dix pour que ce soit lisible. Et le fait de définir la taille et la graisse, ça va pouvoir te permettre de définir l'interlignage. Quand j'ai choisis la typo du texte de labeur et que j'ai défini la graisse avec, ça peut être avec mon client ou moi-même, ça va permettre après, de choisir tout ce qui va être ligne, la grille, et après de pouvoir définir tout ce qui va être marges et blanc. Enfin voilà toutes les problématiques de marge qui peuvent être intérieures ou extérieures.

Est-ce que tu as des outils pour trouver l'inspiration ?

Si tu m'avais posé la question il y a plusieurs années, je t'aurais dit oui, alors pas forcément des outils. Je peux trouver des inspirations sur différents sites. J'utilise pas forcément *Pinterest* parce que je trouve que les compressions d'images, c'est pas facile de comprendre comment ça a été fait. Mais à force j'ai trouvé pas mal de créatifs, de graphistes ou de DA qui me parlent dans leur approche. Et du coup, je suis leur travail. Donc j'ai une trentaine ou une cinquantaine d'influences, de liens. Et souvent, quand je démarre un projet, j'aime bien me relancer. J'ouvre tous les sites et je regarde ce qu'ils font, ce qu'ils ont fait et je vois s'il n'y a pas des approches qui peuvent être intéressantes pour le projet.

Est-ce que tu laisses aussi une place à l'expérimentation dans tes créations ?

L'expérimentation... Je rebondis sur l'étape d'après parce qu'on parlait de taille et de lignes. Après je définis aussi toute la grille de chaque page et en fait, ça peut prendre une journée, presque deux, je définis tout, toutes les règles de ma mise en page, ma grille, mon style de pagination. Et dès que j'ai défini la grille, ça va permettre après de pouvoir trouver plein de mises en page, mais en respectant ma grille. Donc je me donne beaucoup de contraintes au début, pour que tous mes textes soient toujours placés à la même taille. Par exemple, si je dis que mon texte de labeur à dix points d'interligne sur toute la page, mes titres ne vont pas avoir un réglage de vingt, de quarante, de trente... Et en fonction je vais adapter la taille. Et du coup ça me permet à ce que tous mes textes soient toujours entre ces deux colonnes ou trois colonnes.

J'aurais jamais un truc qui va être un peu décalé, tu vois. Voilà, ça m'a obligé aussi des fois à utiliser plus des sauts de ligne que des espaces après les textes, mais ça permet d'avoir une construction très propre et du coup là le lecteur va le lire plus facilement, il sera moins gêné que s'il y a plein de petits défauts, c'est pour un peu aiguiller la lecture.

Quelles sont les différentes stratégies pour capter l'attention d'un lecteur ?

Pour ne pas perdre le lecteur, ça va être surtout de lui offrir des mises en pages variées. Selon les typologies d'articles, il faut avoir des choses qui ne vont pas être redondantes. Beaucoup de magazines, parfois de mairies, c'est toujours pareil, et du coup tu sais plus où tu en es. Tu ne retiens pas, tu te dis tiens, j'ai lu ça et toi tu ne retrouves pas l'article. Et puis même, ça permet aussi de créer des rendez-vous. Des fois il y a des lecteurs quand tu fais des revues ou des ouvrages où il y a beaucoup de contenu, et quand c'est des ouvrages qui vont être réguliers, ils vont être habitués. Par exemple ils se disent « moi je préfère tel article » et en fait, ils vont les chercher automatiquement et ils vont trouver la mise en page. Donc du coup, ils vont voir, vont se réhabituer. Et c'est aussi donner une identité à chaque page ou chaque type de contenu.

Est-ce que tu as déjà expérimenté des mises en page justement qui vont bousculer les habitudes de lisibilité ?

Alors pas forcément. Il y a longtemps je l'ai fait, mais en fait, dans mon approche du graphisme, je pars du principe que le graphisme c'est vraiment une démarche politique, dans le sens où, pas gauche ou droite, mais ça doit être un outil qui doit permettre au peuple de comprendre des choses.

Et c'est pour ça que moi j'aime bien travailler sur la lisibilité de ce que je fais. Mais tu vois, je reprends des exemples de villes ou de mairies, quand tu te balades n'importe où en France, des fois il y a des affiches qui ne sont pas lisibles, tu n'arrives pas à comprendre, tu passes vite sur une affiche, tu ne sais pas où ça se passe, tu ne sais pas ce que c'est, tu comprends pas bien à qui ça s'adresse. *Et pour moi, le métier de graphiste, il est là pour rendre service, il doit faire passer un message.* Donc faire une mise en page qui ne va pas rendre service juste parce que ça va être graphique et joli, pour moi, ça ne rentre pas dans ma philosophie de travail.

Est-ce que c'est compliqué de trouver un équilibre entre expressivité, ergonomie et lisibilité dans une mise en page ?

Je ne trouve pas. Tu peux quand même t'amuser, mais ça prend du temps de pouvoir réussir à t'amuser en associant tout ça, c'est très compliqué. Je te passe un nom des mes références : Matt Willey. Lui, c'est une de mes grosses références de mise en page. Alors il a vraiment sa mise en page très personnelle, il a vraiment son style. Il joue beaucoup sur la typo. Il a beaucoup de grands formats, mais en tout cas, il arrive à jouer avec des blocs de texte ou des colonnes qui vont être déconstruites. Il y a aussi le fait que par exemple, j'ai pas forcément l'occasion de travailler comme ça. Lui, il a beaucoup travaillé pour *le New York Times*, donc il a l'opportunité de travailler avec des personnes qui peuvent modifier le texte en fonction de sa demande. Par exemple, si tu fais du texte justifié, ce qui peut être esthétiquement joli, si tu n'as pas quelqu'un qui va te dire « ok » et qui va te corriger ton texte, ou qui va faire en sorte de trouver des mots, ou qui va trouver un ou deux mots pour en remplacer un et éviter les lézardes, la mise en page justifiée, c'est compliqué.

As-tu as remarqué différents changements dans la manière dont les lecteurs abordent la mise en page avec l'influence des écrans ? Est-ce que ça a eu un impact sur le print ?

Print je ne suis pas sûr, mais j'ai extrêmement du mal à lire sur un écran. Je déteste ça. Il y a vraiment maintenant de l'ergonomie typographique, il y a des conseils où on te dit de ne pas dépasser tant de mots. Il y a encore des blogs ou des personnes qui ne savent pas forcément faire des mises en page pour du web. Je sais que de tête, le site *Medium* et même *le Monde Diplomatique* ont une version web qui est très bien faite, qui est extrêmement légère, très accessible. Parce que, quand on parle d'accessibilité sur le web, il y a tout ce qui va être contraste, même peut-être changer un peu la taille du texte, offrir plus de liberté aux lecteurs qui peuvent avoir des déficiences sur la vue ou des choses comme ça, ou alors d'offrir une lecture un peu

plus enrichie. Donc je trouve que pour le web il faut vraiment offrir une mise en page qui va être comme pour moi, comme quand je fais du print, c'est mettre beaucoup de conditions, forcer des conditions de design, mettre des règles de typo et respecter tout ça pour que tout se fasse de façon fluide. En fait ce que je fais, ça correspond aussi à une mise en page web.

Est-ce que c'est difficile d'adapter un principe de mise en page pensé pour le print sur un rendu digital?

Il y a une problématique qui est vraiment très différente dans le print déjà. Soit, tu l'achètes vraiment, si c'est un magazine, ou alors si c'est un gratuit, il est autofinancé. Donc en fait la publicité elle est placée au bon endroit. Tu vois, tu peux prendre des journaux culturels, tu auras rarement une publicité qui n'a rien à voir, qui se balade dans ton article. Mais le problème du web, c'est que tu vas avoir un popup qui va être en plein milieu parce qu'il faut financer le journal et ça va être placé à tant d'espace, parce qu'il y en aura rarement tout en bas de l'écran, parce que peu de gens lisent jusqu'à la fin.

Donc en fait, il y a des choses en tant que graphiste que tu veux, et tu as beau faire ce que tu peux, sur des plateformes gratuites tu as des marketeurs et marketeuses qui veulent placer de l'encart pub. Et t'y peux rien en fait. Donc tu ne maîtrises pas tout, tu vas plutôt le maîtriser sur des plateformes payantes où là tu peux te permettre d'avoir des vrais articles en profondeur, où tu peux rythmer ton truc, où tu peux avoir des bulles, une superposition, des informations ou des explications sur un mot étranger, ou du contenu audio, mais ça va jouer plutôt sur les problématiques de publicité.

Tu abordes beaucoup la lisibilité dans ton travail. Pour toi, qu'est-ce qui fait qu'un message graphique fonctionne rapidement sur un public saturé d'informations?

Je dis toujours à mes clients que sans être péjoratif, les gens sont fainéants, en général, parce qu'ils sont tellement happés par les informations que si tu n'ar-

rives pas à les prendre par la main et à juste en une ou deux secondes d'attention à leur faire passer un message, ils sont paresseux, on est tous paresseux sur un téléphone, surtout dès qu'il y a une complication, tu switches. Donc si tu ne prémaîches pas le travail, si tu ne conçois pas des outils de communication print ou web qui sont simples à lire, où tu arrives à faire passer un message, c'est que tu as raté le peu d'attention que tu avais. Et en général, plus tu mets de contraintes en création, plus tu arrives à trouver des solutions très intéressantes. Donc oui, il faut mettre des contraintes, il faut se documenter beaucoup, faut tester en fait, voir si quand tu montres une affiche on va comprendre à qui tu t'adresses. Tu vois ta génération, on n'a pas les mêmes codes, tu ne vas pas lire les mêmes livres ou tu ne vas pas avoir les mêmes marques. Tu ne vas pas consommer de la même façon que moi je consomme et que ta mère ou tes grands parents consomment.

Bibliographie.

Bibliographie.

Ouvrages:

CITTON Yves, *Pour une écologie de l'attention*, Seuil, 2014, 320 pages.

GAUTIER Claire, GAUTIER Damiens, *Mise en page(s), etc*, Pyramyd, 2009, 272 pages.

HELLER Steven, JUBERT Roxane, ROUARD-SNOWMAN Margo, *Massin et le livre : la typographie en jeu*, Archibooks, ENSAD, Paris, 2007, 152 pages.

MÜLLER BROCKMANN Josef, *Grid systems in graphic design*, Niggli Verlag, Etats-Unis, 1999, 176 pages.

POYNOR Rick, *Transgression : Graphisme et Post-modernisme*, Pyramyd, Paris, 2003, 192 pages.

TSCHICHOLD Jan, *La Nouvelle Typographie*, Entremonde, Paris, 2016, 272 pages.

UNGER Gérard, *Pendant la lecture*, B42, Paris, 2015, 256 pages.

WARDE Béatrice, *The Crystal Goblet, or Printing Should Be Invisible*, Paris, 1932, 4 pages.

Revues:

LANGDON James, «A calculated approach : Norm's unreasonable reasonableness», *Revue Faire*, n°46, octobre 2024.

VANDERLANS Rudy, LICKO Zuzana, «Ambition/Fear», Emigre, n°11, 1989.

Articles en ligne:

BRANCH John, «Snow Fall, The Avalanche at Tunnel Creek», *The New York Times*, [consulté le 18 octobre 2025] : <https://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>

MIRANDA Paul, «David Carson : Surfing the Unconventional Waves of Zapfs Dingbats», Medium, 27 juin 2020, [consulté le 18 septembre 2025] : <https://medium.com/@yopaulmiranda/david-carson-surfing-the-unconventional-waves-of-zapfs-dingbats-52a520186c64>

Sites internet:

Site internet de KONBINI, [consulté le 25 novembre 2025] : <https://www.konbini.com/>

Site internet de WIRED, [consulté le 15 octobre 2025] : <https://www.wired.com/>

Site internet de l'ERG (École de recherche graphique), [consulté le 15 octobre 2025] : https://wiki.erg.be/m/#%C3%89cole_de_recherche_graphique

Podcast:

Radio France, BORST Grégoire, Série «Apprendre à apprendre, avec Grégoire Borst», Épisode 1/6 : L'attention, 22 février 2024. [consulté le 6 novembre] : <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/votre-cerveau/l-attention-4589382>

Cet article a été imprimé en janvier 2025 à l'ÉSAAT de Roubaix, et écrit avec la typographie Source Serif 4 pour le texte de labeur et Loslana Niu Pro pour la titraille.

Remerciements :

Je tiens à remercier toute l'équipe enseignante de l'ÉSAAT, particulièrement M.Sion pour ses relectures, Mme.Damiens pour ses conseils de rédaction ainsi que M.Koettlitz.

Je remercie également mes amis pour leurs conseils ainsi que pour le soutien qu'ils m'ont apporté durant la rédaction de cet article.

Article de DNMADe 3^e année
2025-2026
Mention Design Graphique
Spécialité Édition Multisupports
ÉSAAT Roubaix

Perturber

le

i

z

i

b

/

g