

Qu'est-ce que la conception graphique ?

Supposez que vous voulez annoncer un événement ou vendre un produit, divertir ou persuader quelqu'un, expliquer un système complexe ou illustrer un processus. En d'autres termes, vous avez un message à faire passer. Comment l'« émettez »-vous ? Vous pouvez le dire à une personne à la fois ou diffuser par radio ou par haut-parleur. Ceci est la communication verbale. Mais si vous utilisez un quelconque medium visuel, si vous créez un poster, tapez un mot ; créez un logo d'entreprise, une insertion publicitaire, ou une pochette d'album ; et même réalisez une impression numérique, vous êtes en train d'utiliser une forme de communication visuelle appelée conception graphique.

Les concepteurs graphiques travaillent avec des images dessinées, peintes, photographiées ou générées par ordinateur, mais ils conçoivent aussi des caractères d'écriture, rendant ainsi possible la variété de polices présentes sur les titrages de films et de spots publicitaires ; dans les livres, les magazines, les menus ; et même sur les écrans d'ordinateur. Les concepteurs conçoivent, choisissent, et organisent ces éléments –typographie, images et l'« espace vierge » autour d'eux – pour communiquer un message. La conception graphique fait partie intégrante de notre quotidien. Des choses simples comme l'emballage de chewing-gum aux choses énormes comme les grands panneaux publicitaires en passant par les t-shirts que vous portez, la conception graphique informe, persuade, organise, stimule, repère (ou signale), identifie, attire l'attention et procure du plaisir.

La conception graphique est un processus créatif qui combine l'art et la technologie pour communiquer des idées. Le concepteur

travaille avec une variété d'outils de communication dans le but de transmettre le message d'un client à une audience donnée. Les outils principaux sont les images et la typographie.

La conception basée sur l'image

Les concepteurs développent des images pour représenter les idées que leurs clients souhaitent communiquer. Les images peuvent être incroyablement puissantes et des outils convaincants de communication, véhiculant pas seulement l'information mais aussi des humeurs et des émotions. Les gens réagissent aux images de manière instinctive selon leurs personnalités, les associations qu'ils peuvent faire dans leurs cerveaux, et leurs expériences personnelles.

Dans le cas de conception basée sur l'image, les images doivent porter tout le message ; il y en a peu en présence de texte. Ces images peuvent être photographiées, peintes, dessinées, ou rendues graphiquement de plusieurs manières. La conception basée sur l'image est utilisée lorsque le concepteur juge que, dans un cas particulier, une image vaut mille mots.

La conception basée sur les caractères

Dans certains cas, les concepteurs s'en remettent aux mots pour véhiculer un message, mais ils utilisent les mots d'une manière différente des écrivains. Souvent, pour le concepteur, l'apparence des mots est plus importante que leur signification. Les formes visuelles, comme la typographie ou les lettrines, assurent plusieurs fonctions de communication. Elles peuvent fixer notre attention sur un poster, identifier le nom d'un produit sur un emballage ou un camion, et présenter un texte courant comme le fait la typographie dans un livre. Les concepteurs sont des experts dans la présentation de l'information sous une forme visuelle comme un

support imprimé ou un film, des emballages, ou des signes (signalétique).

Quand vous observez une page de texte ordinaire imprimée, qu'est-ce qui a été nécessaire dans la conception d'une page d'une simplicité si apparente ? Pensez à ce que vous feriez s'il vous était demandé de concevoir à nouveau cette page. Changeriez-vous la police ou sa taille ? Diviseriez-vous le texte en deux colonnes réduites ? Et que dire des marges et des espaces entre les paragraphes et les lignes ? Décaleriez-vous les paragraphes au début ou les commenceriez-vous par des lettrines ? Quels autres types de traitements appliqueriez-vous au foliotage ? Changeriez-vous les mots en emphase, peut-être en utilisant les italiques ou le soulignement ? Quelles autres modifications pourriez-vous envisager, et comment affecteraient-elles la manière dont le lecteur réagira au contenu ? Les concepteurs évaluent le message et l'audience pour la conception basée sur les caractères pour prendre ce type de décisions.

Images et polices de caractères

Les concepteurs combinent souvent images et typographie pour communiquer le message du client à une audience. Ils explorent les possibilités créatives offertes par les mots (typographie) et les images (photographie, illustration et Beaux-Arts). Il est de la responsabilité du concepteur de ne pas seulement se limiter à trouver ou créer les caractères et les images appropriés, mais également d'établir le meilleur équilibre entre eux.

Les concepteurs sont le lien entre le client et l'audience. D'une part, le client est souvent trop proche du message pour comprendre la variété des manières dont il peut être présenté. L'audience, d'autre part, est souvent trop vaste pour avoir un impact direct sur la manière dont la communication devrait être présentée. De plus, il est très difficile d'associer l'audience comme

partie intégrante du processus de création. À la différence du client et de l'audience, les concepteurs graphiques apprennent comment construire un message et le présenter avec succès. Ils travaillent avec le client afin de comprendre le contenu et le but du message. Ils travaillent avec des marqueteurs stratégiques et autres spécialistes pour comprendre la nature de l'audience. Une fois que le concept graphique est choisi, les concepteurs travaillent avec des illustrateurs, des photographes et aussi bien avec des typographes et des imprimeurs ou d'autres spécialistes de la production pour créer le produit graphique final.

Symboles, logos et logotypes

Les symboles et les logos sont des formes d'information ou d'identifiant spéciaux, hautement condensés. Les symboles sont une représentation abstraite d'une idée ou d'une identité particulière. Les logotypes sont des identifications *corporates* basées sur un traitement typographique particulier des mots. Certains identifiants sont hybrides, ou des combinaisons de symbole et de logotype. En vue de créer ces identifiants, le concepteur doit avoir une vision claire de l'entreprise ou de l'idée à présenter et de l'audience vers laquelle est dirigé le message.

Graphic Design: A Career Guide and Education Directory
Edited by Sharon Helmer Poggenpohl
© 1993, the American Institute of Graphic Art.