

# **Engager le regard en douceur**

Laura FOURNIER

Recherche en design graphique  
Diplôme Supérieur d'Arts Appliqués  
Mention graphisme

Imprimé février 2018  
Lycée Denis Diderot



# Engager le regard en douceur

Laura FOURNIER

---

Recherche en design graphique  
Diplôme Supérieur d'Arts Appliqués  
Mention graphisme

---

Imprimé février 2018  
Lycée Denis Diderot

\_ Typographie

**Abril Fatface ~ titres**

Georgia ~ Corps de texte

Futura (Light) ~ Notes de bas de page

\_ Papier

Evercopy plus 80g [ref: 50038]











SOMMAIRE :

Introduction

**Ouvrir les yeux.**

Au service d'une société capitaliste

*Techniques et stratégies de communication - Comment s'adresser au public ?*

*Le graphisme communicationnel d'hier, qu'en est-il aujourd'hui ?*

*Captation constante de l'attention*

Vers d'autres manières de transmettre un message

*Quand le peuple s'exprime*

*Les structures dédiées à la transmission d'un message*

+ Fiche de lecture

~ **Philtre d'amour**

**Sous les sirènes d'une société consumériste**

**Voir ce que l'on ne peut pas voir**

Au service d'une société bien pensante

Les tabous

*En quoi un tabou structure une société ?*

*Comment et pourquoi le design peut parler de choses taboues ?*

Les acteurs de la censure

*Religion et société*

*Quand les artistes font preuve d'autocensure*

*Quand l'artiste est victime d'une censure involontaire*

*Sublimation*

Déconstruire et transgresser les interdits

*Pourquoi transgresser les interdits ?*

+ ATC

~ **Jouir des limites**

**Donner à voir autrement**

Questionnons l'imaginaire!

L'importance de l'ornementation, du support et du médium

*L'ornementation synonyme de récit ?*

*La fonction du support*

*Quand le médium peut proposer autre chose*

+ Rapport de stage

~ **Émancipe toi!**

S'il faut conclure...



# **Introduction**



La question du regard est on ne peut plus sérieuse dans notre société actuelle où il est sans cesse capté par notre société consumériste. En effet, nous sommes noyés dans un océan d'images. Capter l'attention et le regard, c'est un véritable défi pour les professionnels de l'image. En effet quel poids a une image face à l'immensité de cet océan. La mission du designer graphique est de rendre le monde lisible afin qu'il soit le plus compréhensible. Comme le dit si bien Husserl : « Regarder, c'est construire ».

En qualité de designer graphique, nous avons le pouvoir d'agir sur les regards donc d'induire des comportements au sein d'une société. C'est notre responsabilité.

Comme le souligne Annick Lantenois, dans la conclusion du vertige du funambule, nous vivons actuellement dans un monde humainement difficile voire douloureux mais intellectuellement passionnant et c'est une chance de vivre dans ce qui se dessine à peine. Elle pose la question de « Alors pourquoi ne pas rechercher passionnément ce qui pourrait permettre de rendre le monde moins difficile ? »<sup>1</sup>

Actuellement dans notre monde nous pouvons constater qu'il y a des zones d'ombre, des zones qui nous effraient, nous les appelons les tabous, ils sont marqués d'interdit et très liées avec la censure. Nous sommes en droit de nous questionner sur :

*« Comment, grâce à l'image, peut on parler et faire passer des messages, liés à des tabous par le biais de la douceur et de la poésie. Comment le designer graphique s'organise avec des sujets qui ne sont pas visibles ? »*

---

1. LANTENOIS Annick, *Le vertige du funambule le design graphique entre économie et morale*, éd. B42, Paris, 2010

Dans ce développement engagé, j'ai réfléchi aux questions posées par Marie-José Mondzain « Qu'est-ce que voir ? Qu'est-ce que dire ce que l'on voit ? Qu'est-ce que faire voir ? Qui dit ce qu'il faut voir ? »<sup>1</sup>

Dans une première partie nommée « Ouvrir les yeux », j'étudierai les techniques et les canaux de transmission de la communication dans diverses strates de notre société capitaliste.

Ensuite dans une seconde partie, Nommée « Voir ce que l'on ne peut pas voir », J'aborderai les zones d'ombre et obscures que constituent les tabous, les interdits et la censure. Et j'aborderai combien celles-ci peuvent nous pousser dans nos retranchements de la créativité.

Enfin dans une troisième partie « Donner à voir autrement », j'essaierai de trouver des outils et des stratégies menés en douceur et pacifiquement à l'aide de la poésie pour retrouver une part de mystère et de rêve face à un désenchantement du monde.

---

2. Citation de Marie-José Mondzain, *Le Commerce des Regards*, Paris, seuil, « L'ordre philosophique », 2003, p.9  
LANTENOIS Annick, *Le vertige du funambule le design graphique entre économie et morale*, éd. B42, Paris, 2010





# **Ouvrir les yeux**



## Au service d'une société capitaliste

Lorsque j'ai commencé à construire ma réflexion au mois d'octobre 2017, les mots qui me sont tout de suite venus à l'esprit sont « Message, Transmission et Stratégie ». Par la suite, les premières thématiques auxquelles j'ai pensé ont été: le design de message - la publicité et la communication, C'est pourquoi dans cette première partie l'aspect de la transmission du message découlant de ces notions est très important.

J'ai alors fait dans un premier temps, un état des lieux et me suis intéressée aux techniques et aux stratégies qui ont été mises en place par la communication, la publicité et la propagande en étudiant notamment le livre *Propaganda* d'Edward BERNAYS.

### *Techniques et stratégies de communication - Comment s'adresser au public ?*

*Propaganda*, [livre analysé dans ma fiche de lecture]<sup>3</sup> à été écrit en 1928, par Edward Bernays, Neveu de Sigmund Freud( fondateur de la psychanalyse). Il a repris les recherches et théories de ce dernière pour cerner les désirs du public afin de lui faire passer des messages et lui insuffler des lignes de conduites envers la politique ou la consommation de biens.

A travers son livre, il nous explique que «La propagande moderne désigne un effort cohérent de longue haleine pour susciter ou infléchir les événements dans l'objectif d'influencer les rapports du grand public avec une entreprise, une idée ou un groupe. En effet celle-ci sert à cerner les désirs des masses et à les réaliser. »<sup>4</sup>

Edward Bernays, est le père de la profession « Conseiller en relation publique » (appelé aujourd'hui Conseiller en marketing). Celle-ci charge quelqu'un de porter une idée à la conscience du grand public. Pour se faire, il utilise les moyens diversifiés de la communication tels que l'échange verbal ou épistolaire, la scène ou le cinéma, la radio, les conférences, la presse, pour opérer son action.

S'il tient à contrôler la société moderne, Le propagandiste ne doit pas se contenter de connaître seulement la mécanique sociale. Il doit aussi

---

3. BERNAYS Edward, *PROPAGANDA, Comment Manipuler l'opinion en démocratie*, trad. Française, ed. La découverte, Paris, 2007  
Cf Fiche de lecture

4. Ibid

s'attacher à sonder les désirs humains.

Pour cela, son plan de travail s'organise en fonction de deux modèles ; l'interprétation continue et l'exaltation des points forts.

Le premier, L'interprétation continue répond à la volonté de maîtriser les différentes façons de toucher l'opinion, en sorte de lui faire éprouver l'impression voulue, le plus souvent à son insu.

Le second, L'exaltation des points forts vise quant à elle à capter l'attention du public pour se fixer sur un détail ou sur un aspect caractéristique de l'entreprise toute entière.

Les Conseillers en relation publique, contrôlent et agissent sur des millions de destinées. Ils modèlent nos esprits, forgent nos goûts et soufflent nos idées.

C'est une conséquence de l'organisation de notre société démocratique.

Afin de pouvoir vivre ensemble et d'obtenir une vie bien réglée, nous avons accepté de laisser à une classe dirigeante et à la propagande le soin d'organiser une concurrence ouverte à l'aide d'instruments permettant d'organiser et de polariser l'opinion publique.

Compte tenu de notre organisation sociale, le but de la propagande est d'obtenir l'adhésion du grand public afin que tous projets d'envergure soient approuvés par l'opinion publique.

Les responsables commerciaux savent grâce à la psychologie des foules, que la mentalité collective est guidée par l'impulsion, l'habitude ou l'émotion, et qu'il est possible, en passant par le biais de leurs formations collectives de susciter ces dernières en les canalisant pour produire de la demande. Ces commerciaux, cherchent à supprimer les résistances des acheteurs. <sup>5</sup>

### *Le graphisme communicationnel d'hier, qu'en est-il aujourd'hui ?*

A partir des années 60, la publicité a mis les graphistes à contribution, pour donner une dimension visuelle à leurs messages afin que celle-ci ait plus d'impact sur le consommateur.

A cette époque le graphisme était intrinsèquement lié à une logique communicationnelle. Il y avait une impérativité à donner des identités aux marques, afin qu'elles soient facilement lisibles et compréhensibles auprès

---

5. Analyse de PROPAGANDA \_ Comment Manipuler l'opinion en démocratie  
BERNAYS Edward, *PROPAGANDA, Comment Manipuler l'opinion en démocratie*, trad.  
Française, ed. La découverte, Paris, 2007

des désirs du public afin que celui-ci adhère plus facilement. C'est alors que beaucoup de techniques de construction de l'image, ont été mises en place dans le but de créer une méthode pour tendre vers une plus grande efficacité du message.

Cela positionne le graphiste en simple exécutant et non en penseur et crée un mode de pensée systématique, dans lequel les techniques de construction s'apparentent à une simple recette et donnent lieu à des images préconçues prévisibles et froides.

Depuis une vingtaine d'années, un changement est visible dans le domaine du design graphique. Nous pouvons constater un bouleversement dans cette discipline, le graphisme est en crise. Serait-ce là le reflet de la crise actuelle de notre société ? Il y a une remise en question de leur place et cela sous-tend une remise en question de la lisibilité du monde.

Nous pouvons constater, comme élément visible de cette crise que les filières de graphisme, dans les écoles d'art ont changé d'intitulé. Elles sont passées du nom de « communication visuelle » au nom de « design graphique ». Ce changement de nom révèle une transformation d'identité du design graphique.

Aujourd'hui, une partie des graphistes restent vigilants et cherchent à s'émanciper de la logique communicationnelle et marketing.

Est-ce que le graphiste voudrait sortir de cette logique consumériste de message, d'information d'images ? Il réfléchit à sa fonction et au pouvoir qu'il détient entre ses mains.

Annick LANTENOIS, dans son livre *le vertige du funambule* souligne « En privilégiant la construction d'univers, d'imaginaires de ces marques et non plus l'énoncé des qualités réelles ou supposées des produits, elles s'adressent directement à l'affect de l'individu. »

Cela induit une perte de l'imaginaire avec la « main du gouvernement invisible », notre société capitaliste qui nous pousse à consommer des imaginaires façonnés et formatés.<sup>6</sup>

De plus, la logique consumériste des marques tend à se renouveler constamment notamment avec les modes, pour engranger toujours plus de croissance. Ces changements obligent le consommateur à se réhabituer

---

6. LANTENOIS Annick, *Le vertige du funambule le design graphique entre économie et morale*, éd. B42, Paris, 2010

sans cesse aux identités, aux imaginaires nouveaux. Cela peut induire une perte d'imaginaire car l'être humain n'est pas « une machine » à désirer, à aimer, à renouveler son affect constamment, il n'est pas (énergie) à renouvelable indéfiniment.

### *Captation constante de l'attention*

Pour nous faire avaler le plus de messages, informations et images, les marques n'hésitent pas à marchander notre attention par le biais des écrans. Souvenons-nous de la célèbre répartie du Directeur de T.F1 Patrick Lelay : « Ce que nous vendons à Coca cola c'est du temps de cerveau humain disponible ... »

Lors d'une conférence, Bernard STIEGLER <sup>7</sup>, explique que le capitalisme contemporain repose sur une captation de l'attention, ce que Freud appelait « l'énergie libidinale ». Elle utilise la captation du désir et de l'attention. Cette technique est devenue hégémonique (systématique).

Une étude sur des jeunes personnes ayant l'attention sollicitée sans cesse par les médias de masse a démontré qu'ils souffraient de troubles de l'attention. Cette captation constante conduit donc à une destruction de celle-ci.

Comment faire passer des messages en ayant cette problématique ?

Actuellement, nous sommes de plus en plus un public averti face aux techniques de communication, de marketing, nous savons que nous sommes manipulés et malgré cela, la publicité est plus que présente dans notre vie, elle ne perd pas en efficacité.

Toutefois, nous pouvons constater qu'il y a échec de la publicité dans les domaines institutionnels. Par exemple, cet échec concernant la lutte contre la mortalité sur la route ou la nocivité du tabac<sup>8</sup> nous interroge sur la défaite du message et renvoie, à certains tabous. Est-ce qu'un spot publicitaire, est « apte » à parler et à faire passer ce type de message ? Est-ce son rôle ? Est-ce que celui-ci dispose du temps nécessaire pour évoquer ce sujet aussi sensible.

A propos des photos imposées sur les paquets de cigarettes, questionnons la violence des images. Face à celle-ci, une sorte d'étanchéité se crée, le

---

7. Conférence de Bernard STIEGLER : *Economie libidinale et économie politique*. Disponible sur: [en ligne] <https://www.youtube.com/watch?v=JlHZbHV1G58&t=7s> Ajoutée le 2 févr. 2010

8. Cf iconographie a

regard se détourne dans un refus de la réalité, de l'insoutenable pour se protéger.

### **Vers d'autres manières de transmettre un message**

Après avoir détaillé les techniques de communication usitées par la propagande et la publicité dans le but de faire passer un message à visée consumériste, je me pencherai sur celles utilisées par le « public » non initié pour communiquer à leur manière les messages à transmettre aux leurs et aux politiques.

#### *Quand le peuple s'exprime*

Pour s'exprimer et exposer son désaccord face à des lois, des injustices, le « peuple » pour transmettre ses revendications donc ses messages, passe par le biais de « la Manifestation ». Cet acte actif et collectif, s'organise autour de rassemblements, de défilés de personnes. Cette expression démocratique est une action organisée en un lieu donné sur la voie publique, ayant un caractère revendicatif ou symbolique. . Ses actions peuvent être pacifiques ou violentes.

Le décret du 23 octobre 1935 a légalisé les manifestations sur la voie publique en les soumettant à des règles très strictes et un protocole très encadré. Les organisateurs ont pour obligation de déclarer au préalable le but, le lieu, la date et l'heure du rassemblement ainsi que l'itinéraire projeté.

Les autorités peuvent demander aux organisateurs des modifications de parcours ou d'horaire. Elles peuvent interdire une manifestation si elles la jugent de nature à troubler l'ordre public ou si ses mots d'ordre sont contraires à la loi.<sup>9</sup>

Nous pouvons alors nous demander si ces revendications soumises au bon vouloir des autorités ont toujours un poids ? Les manifestations ne font plus recette. La ferveur n'est plus. Est-ce l'évolution de la société passée par un certain nombre de crises et de déceptions ? Nous vivons dans une société désenchantée avec pour conséquence une standardisation des messages édulcorés par cette censure. Tout cela crée des messages attendus et prévisibles.

Tout ce questionnement anime une certaine partie de la pensée

---

<sup>9</sup>. Page Wikipédia Manifestation. Disponible sur:  
[en ligne] <https://fr.wikipedia.org/wiki/Manifestation>

ARTIVISTE. Ce savant mélange entre art et militantisme, désir de faire de la politique autrement. Les membres de ce mouvement cherchent à transformer les rapports de force par la surprise.

Ils ne cessent de réinventer les formes de protestations avec comme objectif, de prendre l'ennemi par surprise, brouiller les pistes, sortir des scénarios pré établis.

Un second désir des ARTIVISTES est de rompre avec l'esprit de sérieux, pour eux protester, c'est agir, mais agir en s'amusant car s'amuser est déjà un acte de résistance contre l'esprit bourgeois et l'ennui .

Ils veulent apporter une nouvelle énergie aux luttes pour pallier à la routine et à la prévisibilité des manifestations « classiques ».

L'exemple du carnaval de Londres, illustre bien ce propos. Ce « Carnaval contre le capital » s'est déroulé par surprise le 18 juin 1999 dans plusieurs pays. (San Francisco, Barcelone, Séoul, Genève, Cologne et Londres. Revendications contre la finance, on ne peut plus sérieuse mais la manière de manifester non violente, très festive (déguisements, musiques, danses ...) perçue comme un jeu pour surprendre les autorités afin de les déstabiliser et les leurrer.

Ces nouvelles manières ouvrent un espace alternatif de liberté et refusent les constantes médiations et représentations du capitalisme.<sup>10</sup>

#### *Les structures dédiées à la transmission d'un message*

Au sein de notre société les schémas et structures à but éducatif jouent un rôle dans la transmission d'un message.

Le conte détient un pouvoir important, par le biais de l'oral, ce court récit, participe à la transmission ancestrale des tabous et règles pour avertir les enfants. Derrière l'histoire du récit, il y a un contenu psychanalytique, prévenir les enfants contre les dangers.

Le conte de fée reflète certains aspects de notre univers intérieur et des démarches qu'exige notre passage de l'immatunité à la maturité. Par exemple pour le conte du petit chaperon rouge Bettelheim écrit en 1976, « La psychanalyse des contes de fées » il explique que ce conte « exprime l'ambivalence entre le plaisir et le principe de réalité. Le conte traite également le conflit œdipien qui est réactivé pendant l'adolescence. La sexualité naissante du Petit Chaperon rouge est adressée vers son père-loup

---

10. Un Carnaval contre le capital p.59

LEMOINE Stephanie et Ouardi Samira, *ARTIVISME Art, Action politique & Résistance culturelle*, ed. Alternative, Paris, 2010

qui est l'externalisation des dangers des désirs œdipiens irrésistibles. » Le conte accompagne les rites de passage.<sup>11</sup>

En utilisant une structure narrative, le message initial prend la forme du merveilleux et entraîne ainsi le rêve. Anciennement raconté au cours des veillées, les contes se retrouvent à l'heure actuelle, au moment du coucher, avec la famille ou au sein d'une structure éducative comme les écoles, les médiathèques et les associations.

---

11. Psychanalyse des contes de fées:

Page Wikipédia Psychanalyse des contes de fées. Disponible sur:  
[en ligne] [https://fr.wikipedia.org/wiki/Psychanalyse\\_des\\_contes\\_de\\_f%C3%A9es](https://fr.wikipedia.org/wiki/Psychanalyse_des_contes_de_f%C3%A9es)

La psychanalyse des contes de fées : les concepts de la théorie psychanalytique de bettelheim examinés expérimentalement par le test des contes de fées . Carina Coulacoglou \_carnet psy : 2006/6 (n° 110). Disponible sur:  
[en ligne] <https://www.cairn.info/revue-le-carnet-psy-2006-6-page-31.htm>



**Voir  
ce que l'on ne peut pas voir**



## **Au service d'une société bien pensante**

Suite à la première partie qui interrogeait les canaux de transmission dans diverses strates de notre société, Nous avons apporté une attention particulière à celle de la communication et du marketing dans notre monde capitaliste et consumériste.

Je vais aborder ici, les zones d'ombre et obscures que constituent les tabous, les interdits et la censure.

Les notions de tabous, d'interdit et de censure sont imbriquées les unes avec les autres. En effet, nous pouvons voir une différence originelle entre les tabous et les interdits qui organisent notre société. L'interdit émane d'une organisation sociale. Celle-ci est une décision humaine qui peut être discutée, brisée, enfreinte. Violer un tabou, au contraire, met en danger le clan tout entier, il remet en cause son équilibre mais la distinction n'est pas forcément évidente, parfois la frontière est floue. C'est pourquoi afin d'en démêler la complexité, nous allons donner une définition de ces différents termes.

A l'origine le tabou est une loi silencieuse, une interdiction anonyme qui a pour objectif de sauver l'homme des périls qu'il ignore. Repris par un roi ou un dieu, il est devenu synonyme d'interdit social, moral ou religieux pesant sur le langage ou le comportement.

Le tabou peut renvoyer à une règle ou à une norme plus ou moins implicite interdisant une pratique et qui peut aller jusqu'à la stigmatisation de ces pratiquants.

De plus il peut entraîner la prohibition de certaines personnes, de pratiques, et d'institutions.<sup>12</sup>

L'interdit est un impératif institué par un groupe ou une société, qui prohibe un acte ou un comportement. En anthropologie, cette notion correspond aux éléments médiateurs entre sacré et profane. Ils énoncent ce qu'il ne faut pas faire, mais ce qu'il faut faire.<sup>13</sup>

---

12. Définition faite à partir des sources:

BANON Patrick illustrations ALLARD Sabine, *Tabous et interdits*, éd. ACTES SUD JUNIOR, Arles, 2007

Article [en ligne] «Le tabou dans tout ses états», Janvier 2018, Alix PHILIPPON Disponible sur: <https://lephant-larevue.fr/le-tabou-dans-tous-ses-etats/>

13. Définition faite à partir des sources:

Page Wikipédia sur l'interdit. Disponible sur:

[en ligne] Wikipédia\_ Interdit <https://fr.wikipedia.org/wiki/Interdit>

Dictionnaire Larousse

La censure peut mener à des atteintes à la liberté d'expression. Toutefois la censure peut se retrouver à l'intérieur d'une personne, liée à son psychisme, elle peut être la cause d'un refoulement d'un désir ou d'un affect. <sup>14</sup>

## Les tabous

### *En quoi un tabou structure une société ?*

Depuis notre enfance notre vie est banalisée d'interdits et de zones d'ombres, destinés, pour la plupart, à nous sauver la vie. Certaines sont des tabous. Elles forment un code de contraintes ancrées en nous. Les tabous structurent notre société, ils nous donnent une ligne de conduite, nous protègent et nous rassurent. Cela permet d'établir un équilibre et d'organiser une société.

Sigmund Freud voyait dans les tabous, une prohibition très ancienne dirigée contre les désirs les plus intenses de l'homme. Ils sont nés de peurs incontrôlées ancestrales. Elles sont originaires des peuples primitifs qui craignaient de disparaître, de ne pas avoir de descendance, d'être malade ou de mourir.

Nous pouvons mener une réflexion sur ce qu'est tabou à l'heure d'aujourd'hui ?

Pouvons-nous parler de ce que nous voulons , où et à qui ?

### *Comment et pourquoi le design peut parler de choses taboues ?*

Dans un premier temps, le design peut intervenir pour faire de la médiation entre un individu et un tabou afin de lui permettre de mieux accepter certaines tensions et peurs qui raisonnent en eux. C'est le cas de mon macro projet. Sur la thématique de la sexualité féminine, je voudrai développer un outil qui aide à parler de choses tabou. Celui-ci serait adressé à des adolescentes en pleine puberté. Nous pouvons voir dans mes entretiens avec les infirmières du lycée Saint Exupéry que certains dispositifs et outils existaient déjà. <sup>15</sup>

---

14. Définition faite à partir des sources:  
Page wikipedia sur la censure. Disponible sur:  
[en ligne] Wikipédia\_censure <https://fr.wikipedia.org/wiki/Censure>

Dictionnaire Larousse

15. Cf livret «Vers le macro» Entretien avec les infirmières du lycée Saint Exupéry [Plan à trois]

Dans un deuxième temps, il y a une autre raison pour laquelle le design explore ces zones d'ombre pour en questionner les limites.

Par exemple en 2008, le Centre de création/Art & Design/ Appliqué à l'alimentaire nommé la CUISINE, a sonder pendant une année plusieurs typologie de repas afin d'en explorer les codes et les rituels. Pour montrer un pan de cette réflexion, une exposition nommée «la part des anges» à été organisée par le collectif Duende sous la direction artistique de Stéphanie Sagot.<sup>16</sup>

Face à la crise et à la pénurie des matériaux, Le collectif a cherché des solutions pour remédier à ce problème. Pour cela, ils ont fait une collaboration avec le laboratoire de Chimie Agro-industriel de Toulouse. Leurs recherches se sont axées sur des matériaux organiques liés au corps et à l'enfantement, c'est-à-dire le placenta et le lait maternel. En effet, différentes propositions des designers consistent à renouer avec les rites perdus accordant un statut d'accompagnateur presque humain au placenta : enfouissement, momification, consommation.

Cette recherche à soulève et interroge certains tabous comme celui de la vie et de la mort, du corps, du cannibalisme (certaines recherches tournent autour du pain azyne à base de placenta, et certains élément de table comme des bols à consommer pendant le repas réalisé en placenta).<sup>17</sup>

Toujours axé vers cette démarche d'interroger les limites du tabou, la société suisse Algordanza soulève celui de la mort. Elle propose de créer des bijoux funéraires. Cette entreprise à mis au point une technique permettant de créer un diamant fabriqué à base de cendre cinéraire. Le carbone des cendres du défunt subissant un pression et une température très élevées afin de créer la pierre précieuse.

Attention cette pratique n'est pas autoriser par certains pays, car la firme lève des problèmes éthiques tels que la séparation des cendres de la personne décédée car cinq cents grammes de cendre suffisent pour fabriquer un diamant. Ensuite, le second problème qu'ils rencontrent est la question du corps comme objet de consommation. Peut-on transformer un humain en un bijou de famille ? indépendamment de l'éthique, un problème psychologique apparait, celui du deuil.<sup>18</sup>

---

16. Sources associées:

Site internet du centre d'art & Dossier de presse de l'exposition «*La part des anges*» Disponible sur: [en ligne] [www.la-cuisine.fr](http://www.la-cuisine.fr)

17. Ibid

+ Iconographie b.

18. Site internet de l'entreprise Algordanza Disponible sur: [en ligne] <https://www.algordanza.com/fr/>

### **Les acteurs de la censure**

Nous avons vu dans l'introduction de cette partie que la censure est une interdiction soumise à l'avis de différents dirigeants et détenteurs de pouvoir. Nous allons explorer et voir qu'elle s'exerce à différentes échelles « du pouvoir ».

Autre question : la censure doit-elle toujours être connotée négativement ? ou au contraire peut-elle devenir un outil utile pour développer une certaine créativité dans une souplesse d'esprit afin de détourner des messages.

#### *Religion et société*

Nous pouvons commencer cette analyse de la censure par l'interdiction menée par les hautes sphères du pouvoir politique et religieux. Le cas du code HAYS <sup>19</sup> démontre ce propos.

Le code Hays est un code de censure régissant le cinéma Hollywoodien, établi par le sénateur William Hays, en mars 1930 et appliqué de 1934 à 1966. Ce code interdit la production de films portant atteinte aux valeurs morales des spectateurs. L'un des principes fondamentaux de celui-ci est de refuser que le spectateur ait de la sympathie pour les crimes, les méfaits, le mal ou les péchés. Seuls des standards corrects de vie soumis aux exigences du drame et du divertissement seront présentés.

Les prémices de ce code apparaissent en 1907. Un système de censure est mis en place à Chicago sous la pression économique des lobbies catholiques et puritains, ligues de vertus minoritaires. Sous cette « mise en danger » économique, l'industrie du film fonde deux ans plus tard un Board of Censorship (bureau de la censure).

en 1922, l'avocat William Hays préside Motion Pictures Producers and Distributors Association, Sa première action de censure est d'imposer un certificat de moralité pour toute personne apparaissant à l'écran. Il dressera ensuite une liste de sujets et de thèmes que les scénaristes doivent éviter.

Par la contrainte de cette censure, les réalisateurs y verront un moyen de stimuler leur inventivité. Ils y trouveront un terrain de jeu pour évoquer des sujets choquants par le biais d'ellipses visuelles et d'images suggestives. Ils utiliseront une pléthore d'outils tels des figures de styles (métaphore, analogies, comparaison,...) détournement des techniques cinématographique (angle de prise de vue, cadrage, éclairage,...) par

---

19. Cf glossaire

exemple pour faire allusion à l'acte sexuel, les réalisateurs ont pu travailler le cadrage panoramique vertical en symbole de l'érection ou avec la métaphore de bouteille de champagne débouchée symbole de l'éjaculation. L'exemple du cinéma Hitchcockien évoqué dans « art technique et civilisation » illustre parfaitement ce propos.<sup>20</sup>

### *Quand les artistes font preuve d'autocensure*

Dans certains cas, l'auteur fait preuve de censure envers son œuvre. Comme je l'ai expliqué dans la partie « Art Technique et Civilisation »<sup>21</sup>, en émettant des grilles de lectures à leurs travaux, les artistes induisent des différents degrés de compréhension. En se référant à la mythologie, à la religion ou à la philosophie, certains publics n'ont pas les clés pour comprendre l'œuvre.

Alors, est-ce là une forme d'autocensure involontaire ou au contraire une manière de cibler et choisir un public plus initié que d'autres ? Cette pratique est dite ésotérique.

### *Quand l'artiste est victime d'une censure involontaire*

Il peut arriver que le public s'insurge contre une œuvre, car celui-ci fait une mauvaise interprétation du message véhiculé. Quand le public s'offusque, il peut se censurer envers lui-même.

Comme nous avons pu le voir dans l'ouverture de la partie « Art Technique et Civilisation »<sup>22</sup>, lorsque Paul MACCARTHY expose son œuvre *Tree*, sur la place Vendôme à Paris, (malgré sa conscience qu'il joue sur des formes similaires d'un sextoy) il ne définit pas véritablement le sens de son œuvre. Il s'en réfère à sa plasticité.

Cet exemple montre, alors qu'au moment de la création de l'œuvre, l'artiste n'anticipe pas forcément toutes les réactions du public.

Selon la lecture que les spectateurs font de l'œuvre, ils peuvent en faire une mauvaise et négative interprétation.

Nous pouvons alors nous questionner sur comment le fabricant d'images fait lorsque son public ferme les yeux et refuse de voir ?

Quelle stratégie adopte-t-il lorsqu'il y a un échec de l'image ?

Comment s'organise-t-il avec l'obscénité de l'image ?

Cela peut être source de défi et de challenge à relever. Évoquer mais pas

---

20. Voir troisième partie de l'ATC [Jouer des limites] ( film HITCHCOCK *La mort aux trousses* ) + Code Hays page wikipédia Disponible sur: [en ligne] [https://fr.wikipedia.org/wiki/Code\\_Hays](https://fr.wikipedia.org/wiki/Code_Hays)

21. Cf deuxième partie de l'ATC [Jouer des limites]

22. Cf conclusion partie de l'ATC [Jouer des limites]

montrer. Les graphistes font preuve de créativité, inventivité mettent en place des ruses et des stratégies.

Par exemple, pour parler des cycles menstruels de la femme, qui depuis bien longtemps, est un tabou dans de multiples sociétés. Ce tabou vient du fait que le sang des règles est considéré comme impur. Le graphiste, pour ne pas offenser les mœurs, illustre le sang par un liquide bleu dans les publicités de protection hygiénique.<sup>23</sup>

### *Sublimation*<sup>24</sup>

Du côté du psychisme la censure n'a pas que des côtés négatifs et peut aider l'individu par le biais de l'art à les sublimer.

La censure est un moyen de civiliser les pulsions. Freud expliquait que la pulsion est un morceau d'énergie. Elle est le moteur qui met en mouvement nos désirs. La pulsion fait partie intégrante de notre être, et elle est l'énergie qui impulse tous nos actes, somatiques ou psychiques.

D'origine neutre, la pulsion peut être un facteur de destruction ou au contraire porteuse de nos meilleures réalisations. Son futur destin sera déterminé par le but qu'elle poursuit. Nous possédons la faculté de modifier le but vers lequel elle se précipite. Dans la psychologie, nous appelons cette transformation « la sublimation ». Cela consiste à transmuter et substituer à un nouvel objet à celui qui semble être le seul capable de satisfaire une pulsion.

Parfois, il arrive que le but que poursuit une pulsion soit dangereux pour le sujet ou pour la société. Elle rencontre à ce moment un interdit à sa satisfaction qu'impose la société pour se protéger.

La sublimation sert ici de conciliateur et agit contre deux forces antagonistes, la pulsion et l'interdit. Son rôle est de modifier le but de la pulsion tout en préservant son énergie, « sa force motrice ».

L'art est un domaine où le passage de la pulsion à la sublimation créatrice est particulièrement facile à constater. En effet, les artistes ont souvent utilisé la sublimation pour sortir du carcan étouffant qu'était devenu certains interdits.

---

23. OVIDIE & DIGLEE, *Libres ! Manifeste pour s'affranchir des diktats sexuels*, ed. Delcourt, Luçon, 2017

24. RUBIN Gabrielle, *Pourquoi l'interdit rend nos enfants intelligents*, ed. Eyrolles, 2011, Paris

## Déconstruire et transgresser les interdits

### *Pourquoi transgresser les interdits ?*

Les êtres humains connaissent le rôle indispensable de l'interdit, mais ils l'apparentent à un défi, comme une incitation à le dépasser, comme un certain besoin à vouloir se mesurer à celui-ci.

Le domaine de l'Art est un terrain fertile pour expérimenter la transgression des interdits. Les transgresser est moteur de créativité pour les artistes. Les rejets et remises en questions des interdits est facilement visible dans les productions artistiques.

Le cadre de l'art permet une acceptation et même une sympathie à l'égard de la violation de l'interdit. Cela s'explique par toutes sortes de raisons : esthétiques, sociales ou narcissiques.

Dans l'art, le refus des règles est révélateur des courants profonds et inconscients qui agitent la société. <sup>25</sup>

Toutefois le dépassement des interdits, ne s'effectue pas seulement en art. Par la désobéissance civile (expression désignant « un acte public, non violent, décidé en conscience mais politique, contraire à la loi et accompli le plus souvent pour amener un changement dans la loi ou bien dans la politique du gouvernement » développé par Henry David Thoreau et popularisé par Gandhi <sup>26</sup> certaines personnes ou pratiques bravent les interdits. Par exemple comme nous explique Raphaël Zarka, le skateboard entretient avec la ville un rapport fait de poésie et de créativité. Détourne les interdits des institutions, entreprises qui régissent les espaces publics. Les skateurs cherchent en permanence à le reconquérir. Ils créent des respirations face à l'empiètement constant et oppressif des planificateurs urbain.

Tous éléments mobiliers ou architectural (poteau, rampe d'escalier, banc, mur, fenêtres...) est réinterpréter sur le mode du jeu, toutes les fonctions sont réinventées.

Dans son documentaire «*Sk(h)ate me*» Cédric Crouzy <sup>27</sup> illustre ce propos en nous disant « *jouer c'est aussi créer un monde à sa mesure* ».

---

25. Ibid P. 143

26. Définition désobéissance civile dans le livre ARTIVISME LEMOINE Stephanie et OUARDI Samira, *ARTIVISME Art, Action politique & Résistance culturelle*, ed. Alternative, Paris, 2010

27. Film Cédric CROUZY, *Sk(h)ate me*, 2012 s'appuyant sur le livre de Raphaël Zarka ZARKA Raphaël, *Conjonction interdite, note sur le skate board*, éd. B42 Paris, 2011

Cette pratique n'est pas la seule à redonner un souffle et de la vie à des espaces contraint par les régisseurs institutionnels, le graffiti participe également à cette cause. Hakim Bey qualifie celui-ci comme « terrorisme poétique »<sup>28</sup>. Il explique que le graffiti apporte une certaine grâce et souplesse aux objets quotidiens publics rendu rigides et figés par les hautes administrations stériles.

Ses deux pratiques interrogent les limites, explorent les frontières des interdits, ses Hackers des rues transforment les espaces en changeant leur expérience et en écrivant de nouvelles histoires.

Dans l'Artivisme, il y a une dénomination qui existe pour désigner les personnes qui questionnent les frontières. Elles sont appelées TRICKSTER « passeur de frontière ».<sup>29</sup>

Celles-ci floutent les frontières, les distinctions entre l'intérieur et l'extérieur. Interrogent de nombreux domaines antinomiques tels que la vie et la mort, le vrai et le faux, le sacré et le profane, le propre et le sale, le féminin et le masculin, le jeune et le vieux...

Les Tricksters font preuve de créativité insurrectionnelle. « Ils font sauter les frontières, c'est aller là où l'on découvre qu'il n'est pas permis d'aller ».

---

28. BEY Hakim, *TAZ (Zone d'Autonomie temporaire)*, sous créatives commons, « Anti-copyright », « édition personnelle »

29. Chapitre No Border! p. 93  
LEMOINE Stéphanie et Ouardi Samira, *ARTIVISME Art, Action politique & Résistance culturelle*, ed. Alternative, Paris, 2010

**Voir ce que l'on ne peut pas voir**



# **Donner à voir autrement**



## Questionnons l'imaginaire !

« *L'imaginaire est la science exacte des solutions possible* » Vaneigem<sup>30</sup>  
« *Imaginer c'est déjà faire se lever un autre monde.* »<sup>31</sup>

Nous constatons une perte d'imaginaire collectif lié à un désenchantement du monde. Il y a une perte de croyance des grands récits, religieux. La magie n'y ait plus, nous éprouvons une certaine fatigue faces aux histoires que l'on nous raconte. Pourtant, on nous formate nos imaginaires et on nous les sert prémâchés sur des écrans. Nous vivons dans une époque paradoxale, nous créons de fausses images, de fausses apparences car nous voulons montrer le meilleurs de nous même, le mal être induit par les réseaux sociaux en est le signes.

On nous rabâche sans cesse tout les maux du monde, on nous parle inlassablement, de crises économiques, écologiques, ...

Face à cela comment peut-on y remédier ? Peut-on réintroduire de l'imaginaire? Peut-on susciter le rêve ? Comment réveiller une image ?

Nous pouvons émettre des hypothèses pour trouver des solutions à ce questionnement.

Détourner les messages, donner de l'étrangeté aux images et *les saupoudrer de paillettes*.

Utiliser son pouvoir évocateur poésie.

Surprendre et susciter l'inattendu.

Créer de l'émerveillement pour rendre énigmatique le quotidien.

Rendre le message complexe et mystérieux pour pousser le regardeur à s'interroger.

Chez les Surréalistes, ce questionnement était déjà présent. André Breton et ses camarades, se dressaient contre le « raisonnement et le raisonnable, ils revendiquaient le rêve, la magie, le hasard, la folie, comme des formes libres de l'imagination. Il ne s'agit rien moins que de réenchanter le monde par la mise en sommeil de la conscience \_ cette censure »<sup>32</sup>

Face à un monde perpétuellement en crise, nous sommes en droit d'imaginer d'autres façons possibles de vivre.

---

30. Citation de *Vaneigem*  
LEMOINE Stephanie et OUARDI Samira, *ARTIVISME Art, Action politique & Résistance culturelle*, ed. Alternative, Paris, 2010

31. Ibid

32. Ibid

## L'importance de l'ornementation, du support et du médium

*L'ornementation synonyme de récit ?*

Créer de la surprise, ré- enchanter et réanimer les objets du quotidien par l'ornementation. Pendant de longues années nous avons minimisé ou banni le pouvoir de l'ornementation.

A contrario de la pensée fonctionnaliste, nous ne pouvons pas résumer la forme de l'objet à la fonction. Elle ne fait pas tout le sens de l'objet à prendre en compte lors de sa conception. L'objet en lui-même dit quelque chose. Il existe une réelle interaction entre le sens et la fonction.

Un peu d'histoire pour comprendre la radicalité des fonctionnalistes.

Dans les années 1920, un nouveau mouvement s'érige : le fonctionnalisme. Celui-ci a pour doctrine la citation de Louis Henri Sullivan « la forme suit toujours la fonction, et c'est une loi ». Cette pensée radicale s'explique par un besoin d'éclairer et d'organiser la complexité du monde. Elle tend à répondre à une urgence, celle de rendre la lisibilité, l'intelligibilité à un monde profondément traumatisé par la Première Guerre mondiale.

En réaction au mouvement protéiforme passé, de « l'Art Nouveau », le but de ce mouvement était de créer des objets clairs, lisibles, dépourvus d'ornementation et de superflu afin de le rendre le plus compréhensible. Ce propos est clairement incarné dans l'œuvre d'Adolf Loos, « Ornement et Crime ».

Cette pensée est usitée jusqu'à la fin des années 1990, elle est remise en cause par de nombreux designers graphiques. Ils reviennent à l'ornement et posent un regard critique à l'égard des paradigmes issus du fonctionnalisme et de ce qui fonde le graphisme d'utilité publique.<sup>33</sup>

Le design graphique semble, en effet, vouloir déjouer les enjeux d'une rationalité transmise par ces deux manières de représentation. Nous constatons qu'il revient à des pratiques qui complexifient et brouillent les conditions de la lisibilité. Avec ces pratiques, il cherche à les inventer ou redécouvrir à chaque fois que la rationalité est en crise.

En effet, Annick Lantenois<sup>34</sup>, cite Vilèm FLUSSER, « *le monde n'aurait plus d'histoires à raconter* ». elle nous explique que cette citation est le signe qu'il n'y a plus de « récit de transcendance totalisant porté par le pouvoir fédérateur de transmission de l'écrit ». Cela sous entendrait qu'il

---

33. LANTENOIS Annick, *Le vertige du funambule le design graphique entre économie et morale*, éd. B42, Paris, 2010

34. Ibid p.47

y aurait un vide de l'histoire et du design graphique. Et d'après certains témoignages et pratiques qui renouent avec l'ornement ceux-ci tenteraient de trouver des réponses pour combler ce vide.

Alors un lien visible s'établit entre l'ornementation et le fait de raconter des histoires.

Nous pouvons constater un regain depuis une vingtaine d'années pour l'ornementation et de la pensée de WILLIAM MORRIS, précurseur du design et des arts appliqués et membre fondateur des « Arts & Craft » (mouvement anglais équivalent à l'art nouveau). Il définit les arts appliqués comme « l'activité qui confère des qualités ornementales aux objets utilitaires ». Cette activité a pour but de réconcilier l'art et la vie.

En ce sens, nous ne reviendrions pas à l'essence même de la définition du design en retrouvant l'utilisation de l'ornementation ?

### *La fonction du support*

Dans le dialogue entre le sens et la fonction, l'interaction passe par les canaux du support et du médium.

Ces derniers interviennent dans l'essence même de l'objet. Ils agissent indirectement sur nous. Ils modélisent notre rapport au monde pour l'appréhender et le comprendre. Plus particulièrement, quels rôles ont les supports.

En premier lieu, interrogeons-nous sur l'influence qu'ils ont sur notre lecture de l'image.

Nous ne lisons pas de la même façon et nous n'avons pas le même rapport au corps selon la structure de l'objet. Par exemple la dimension (comme un livre de poche, ou une tapisserie qui fait plusieurs mètres de long (telle la tapisserie de Bayeux ou un écran)<sup>35</sup>.

La fréquence que l'on entretient avec lui, par exemple avec une ancienne armoire provinciale, où est sculpté un récit biblique<sup>36</sup>, nous entretenons un rapport quotidien avec l'objet, tandis qu'avec un livre, la lecture s'effectue une, deux ou trois fois tout au plus.

L'usage que l'on fait de l'objet influence aussi notre perception. Ce dernier active en nous des mécanismes de gestes différents, nous n'interagissons pas de la même manière avec tel ou tel objet (tourner une page, marcher, tirer un tiroir,...).

---

35. Cf iconographie c.

36. Cf iconographie d.

Dans un second temps, questionnons-nous sur la fonction sociale des supports ; Le design a-t-il une fonction anthropologique ? Dans le cas de l'armoire provinciale nous voyons que l'objet du quotidien tient une place centrale dans les foyers, nous pouvons alors faire un lien « éducatif » entre le message biblique et le support du quotidien. Nous pouvons alors nous interroger sur le rôle que joue le design en temps que médiateur, à aider la compréhension de certains sujets tabou.

*Quand le médium peut proposer autre chose*

Après nous avoir posé des questions sur le rôle de support, intéressons-nous à la question du médium.

La notion du médium dans une création est très importante. Celui-ci prend le sens d'intermédiaire, de quelque chose qui se tient entre plusieurs corps, entre une idée et sa réalisation. Celui-ci joue un rôle majeur dans la représentation. Le faiseur d'images peut susciter l'inattendu et donner de la mobilité aux images.

J. Rancière contextualise cette notion dans la théorisation moderniste où il explique : « Ce médium à la spécificité duquel il faut être fidèle n'est plus simplement l'instrument de l'art. il devient la matérialité propre qui définit son essence ».<sup>37</sup>

Il explique que le médium a des caractéristiques expressives propres à lui-même. Un même sujet traité selon des techniques différentes n'aura pas le même effet sur le public, ni la même signification. Cela s'appelle « l'expressivité du médium ».

Nous pouvons dire le graphiste est contraint de prendre en compte l'essence technique du médium qu'il utilise. Il doit prendre en compte l'impact qu'elle aura sur le regardeur. Par exemple, une image réalisée en synthèse 3D, n'aura absolument pas le même impact qu'une illustration brodée. Toutefois ce n'est qu'une contrainte, le designer graphique, peut jouer avec celui-ci et créer un écart, un décalage avec son sujet traité. Il peut jouer sur l'incidence qu'aura sa création sur le public, il pourra en effet créer de la surprise et de l'inattendu. Par ce décalage, il sera peut être à même de surprendre le spectateur, et de le retrancher dans ses limites en l'interrogeant.

---

37. Jaques RANCIÈRE, *La fidélité du médium dans la photographie*, revues.org Disponible sur: [en ligne] <http://journals.openedition.org/appareil/135>





**S'il faut conclure ...**



Je rappelle la problématique développée qui est le fil conducteur pour mener cette étude :

« Comment, grâce à l'image, peut on parler et faire passer des messages, liés à des tabous par le biais de la douceur et de la poésie. Comment le design graphique s'organise avec des sujets qui ne sont pas visibles ? »

la première partie intitulée « Ouvrir les yeux » concerne la transmission du message et les stratégies employées pour le diffuser. Je suis remontée aux années 1930 avec la vie d'un homme, E. Berneys, redoutable quant à son domaine d'influence sur le pouvoir, la politique, de la consommation et des méthodes de propagande développées par ses soins et plus que jamais d'actualité.

J'ai recherché comment le métier de graphiste avait été intégré dans la publicité dans ce vingtième siècle, comment il évoluait et cherchait un autre souffle.

La publicité par la transmission de messages a modifié nos modes de vie, de consommation jusqu'à l'excès . Le peuple face à cela s'exprime parfois en opposition, avec les artistes, il était intéressant de rechercher leurs moyens d'expression.

« Voir ce qu'on ne peut pas voir » en deuxième partie se posera sur les zones d'ombre et obscures que constituent les tabous, les interdits et la censure. Nous verrons justement combien celles-ci nous poussent dans nos retranchements par rapport à la créativité.

Trouver les outils et les stratégies menées en douceur et pacifiquement à l'aide de la poésie pour retrouver une part de mystère et de rêve. Cette recherche est l'objet de la troisième partie nommée « Donner à voir autrement ».

Les tabous et les normes sociales génèrent des conflits intimes et beaucoup de conditionnement induits en partie par une transmission défailante ou erronée. Nous sommes souvent convaincus qu'intellectuellement, nous sommes des êtres libres mais intimement ce n'est pas le cas.

Professionnels du design, du graphisme et par conséquent du savoir dire quel rôle d'accompagnateur et de propagateur pouvons- nous avoir pour « *désinterdire – dé-tabouïser – dé-censurer* » ?

Comment en parler ? Choisir son langage de vérité, transmission vraie, respectueuse dans un design de la douceur et de la poésie.

**S'il faut conclure...**

