





Mémoire de master écrit et mis en page par Jérémy Breton sous la direction de Thibaut Robin dans le cadre du Diplôme National Supérieur d'Expression Plastique (DNSEP) à l'École Supérieure d'Art et de Communication de Cambrai durant l'année 2023/2024.

Partie 0	En vrac	p. 06 à 17
	Introduction	p. 19 à 20
Partie 1	Trading card game	p. 23 à 42
	<i>C'est l'heure dududu...duel</i>	<i>Que le.la meilleur.e gagne</i>
	<i>Holo - Graphique</i>	<i>Pause Panini</i>
Partie 2	Jeux vidéo	p. 45 à 65
	<i>Du grenier à YouTube</i>	<i>De la chambre au musée</i>
	<i>Voyage vers la 5e dimension</i>	
Partie 3	Catch attak	p. 67 à 74
	<i>Par dessus la troisième corde</i>	
Partie 4	Rythm and poetry	p. 77 à 86
	<i>Attention Photoshop arrive</i>	<i>They reminisce over you</i>
	Collection	p. 89 à 100
	Bibliographie	p. 102 à 104
	Remerciements	p. 106

1A

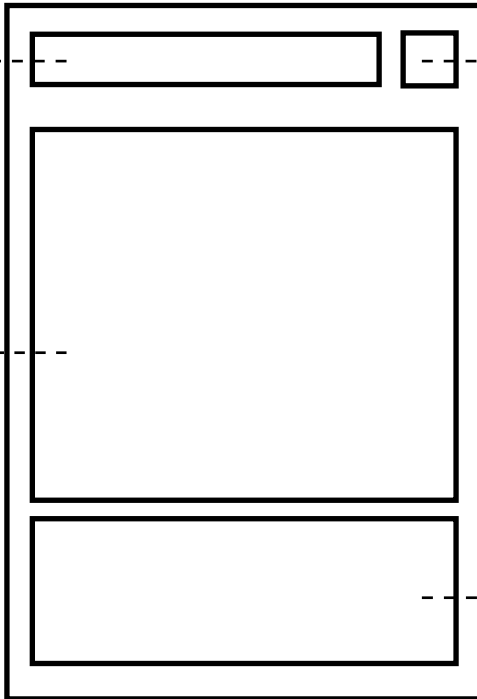
PARTIE 1 / IMAGE A
CARTE TCG

NOM

NIVEAU
POINT DE VIE

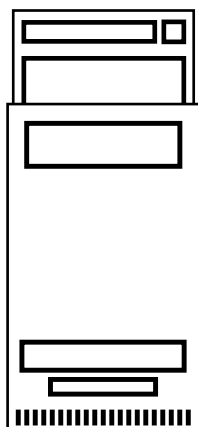
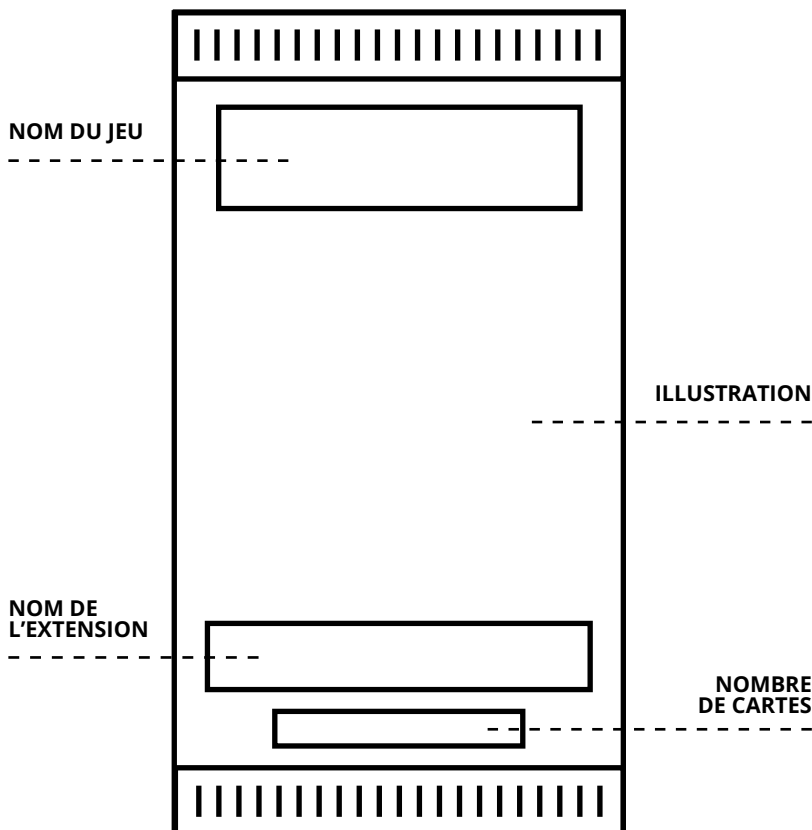
ILLUSTRATION

DESCRIPTION



PARTIE 1 / IMAGE B
BOOSTER DE CARTES

1B



PARTIE 1 / IMAGE C
TAPIS DE JEU

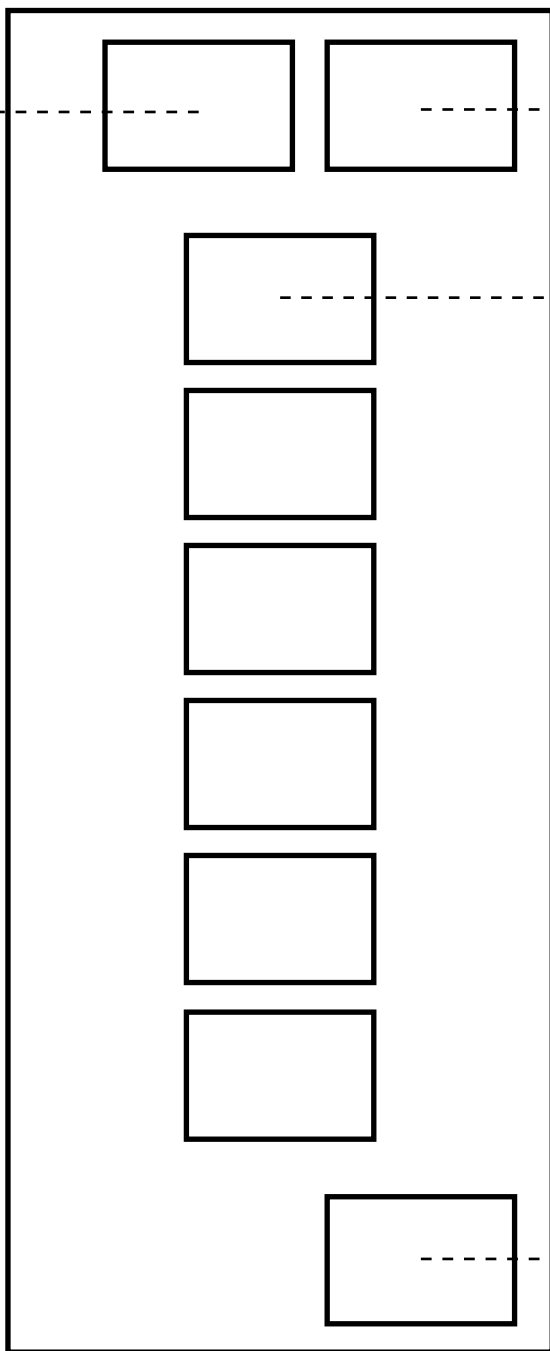
1C

DÉFAUSSE

PIOCHE

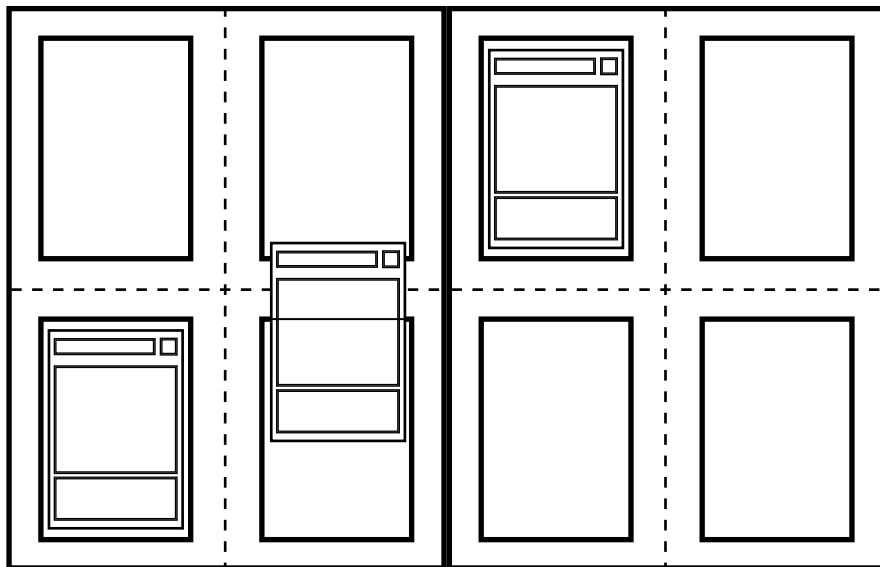
CARTE
JOUABLE

CARTE
SPÉCIALE

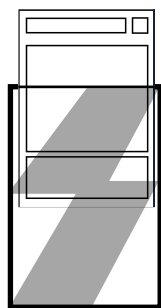


1D

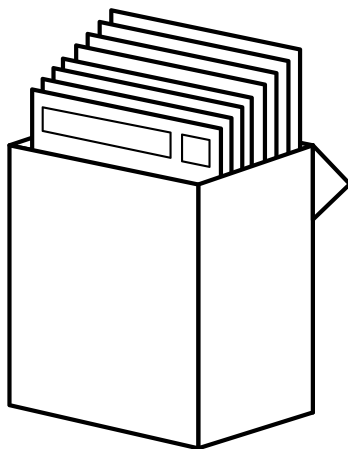
PARTIE 1 / IMAGE D COLLECTION ET PROTECTION DES CARTES



PRO BENDER
CLASSEUR DE RANGEMENT

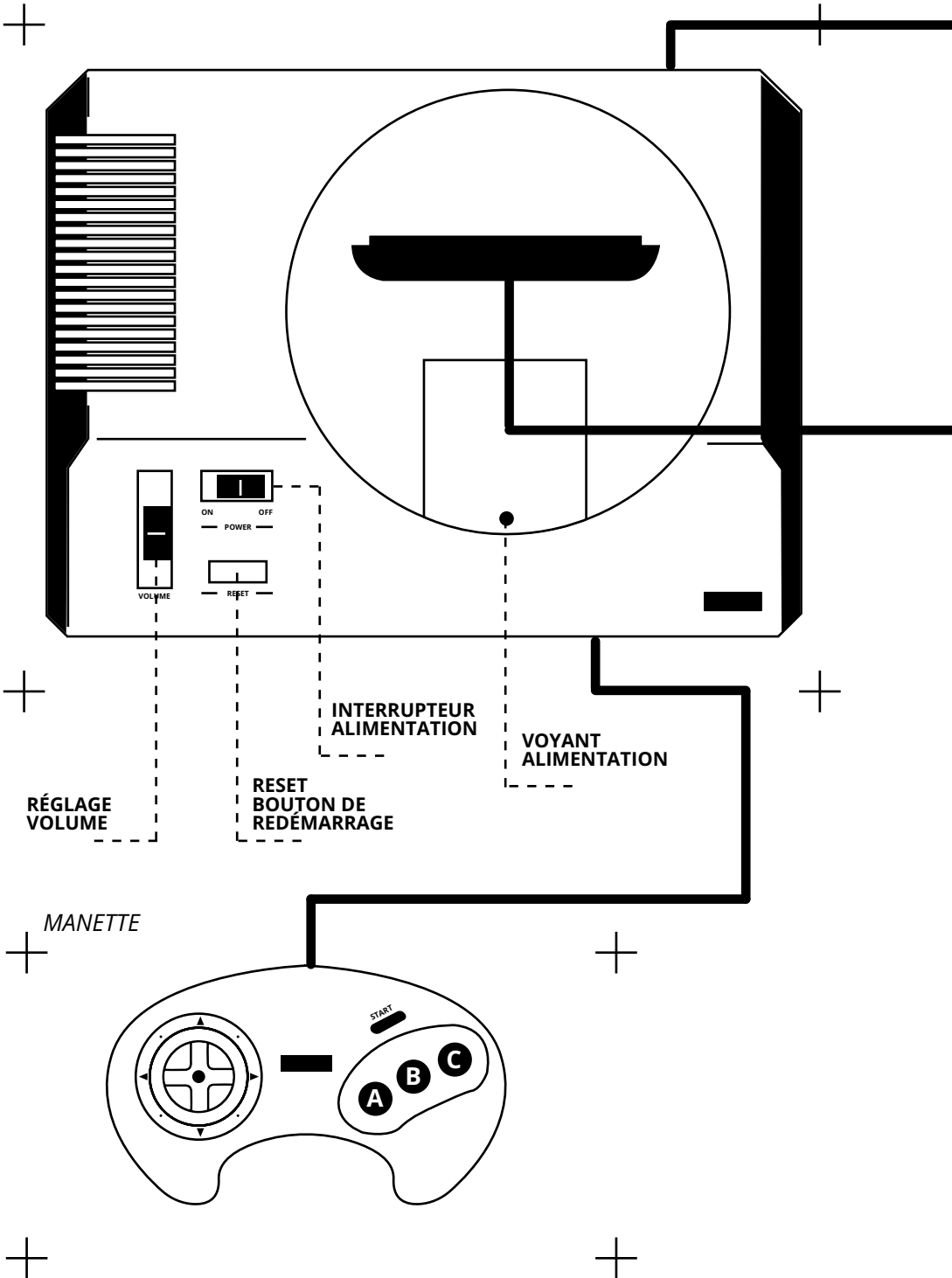


SLEEVES
PROTÈGE CARTE

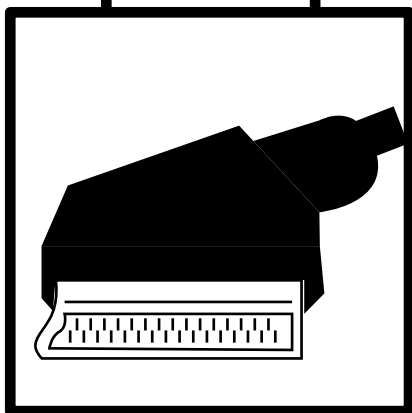
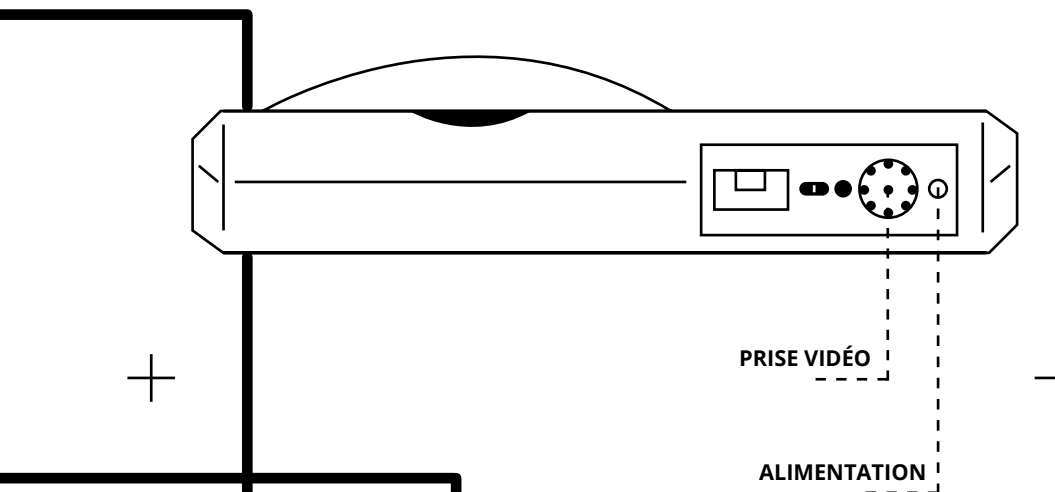


DECK BOX
BOITE DE RANGEMENT POUR LA PIOCHE

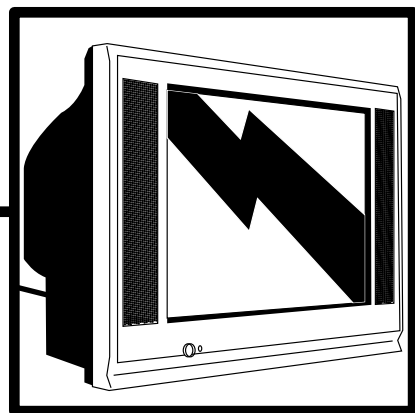
PARTIE 2 / IMAGE A SEGA MEGA DRIVE (GENESIS)



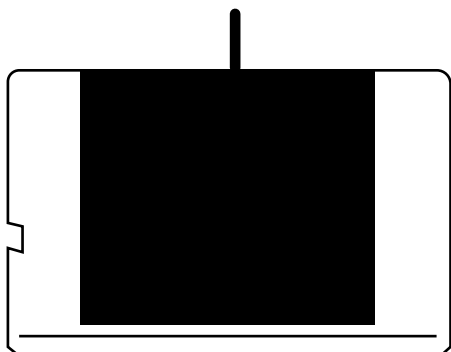
FACE ARRIÈRE
BRANCHEMENT



**PRISE PÉRITEL (Péritélévision)
CONNECTEUR AUDIO ET VIDÉO**



TÉLÉVISION CATHODIQUE

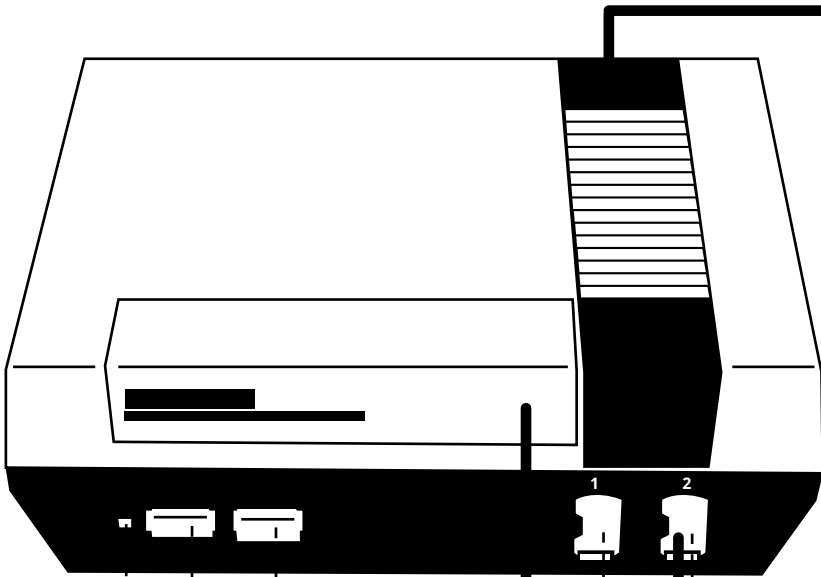


CARTOUCHE DE JEU



PARTIE 2 / IMAGE B
NINTENDO ENTERTAINMENT SYSTEM 5 (NES)

2B



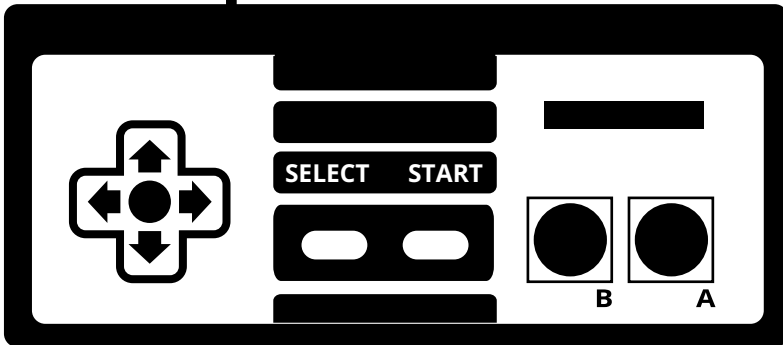
VOYANT
ALIMENTATION

INTERRUPTEUR
ALIMENTATION

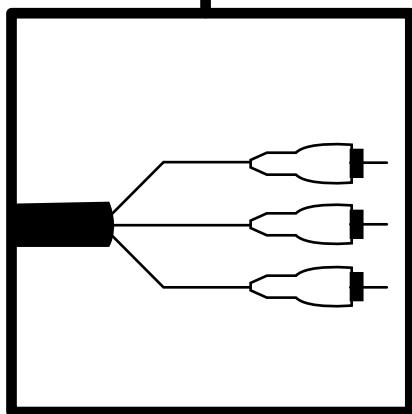
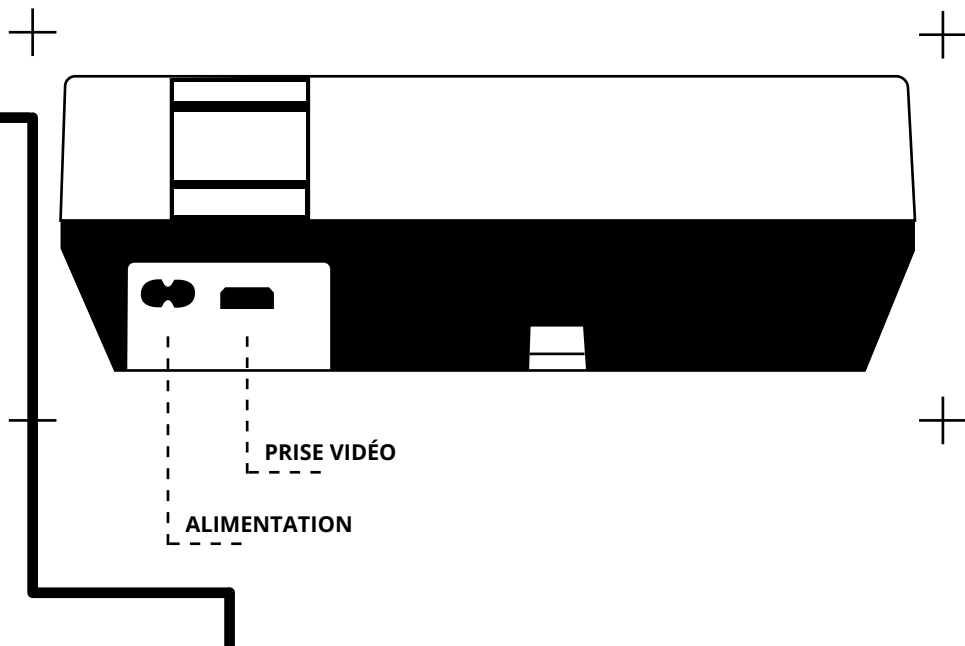
RESET
BOUTON DE
REDÉMARRAGE

PORT BRANCHEMENT
DES MANETTES

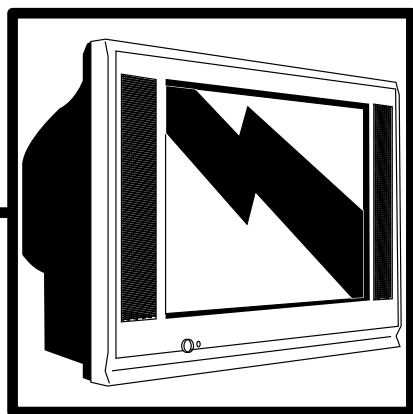
MANETTE



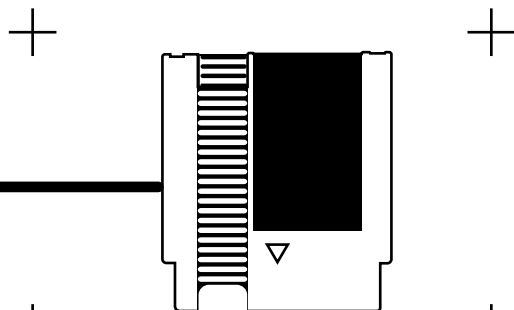
FACE ARRIÈRE
BRANCHEMENT



**CABLE AV TV VIDÉO AUDIO
CONNECTEUR AUDIO ET VIDÉO**

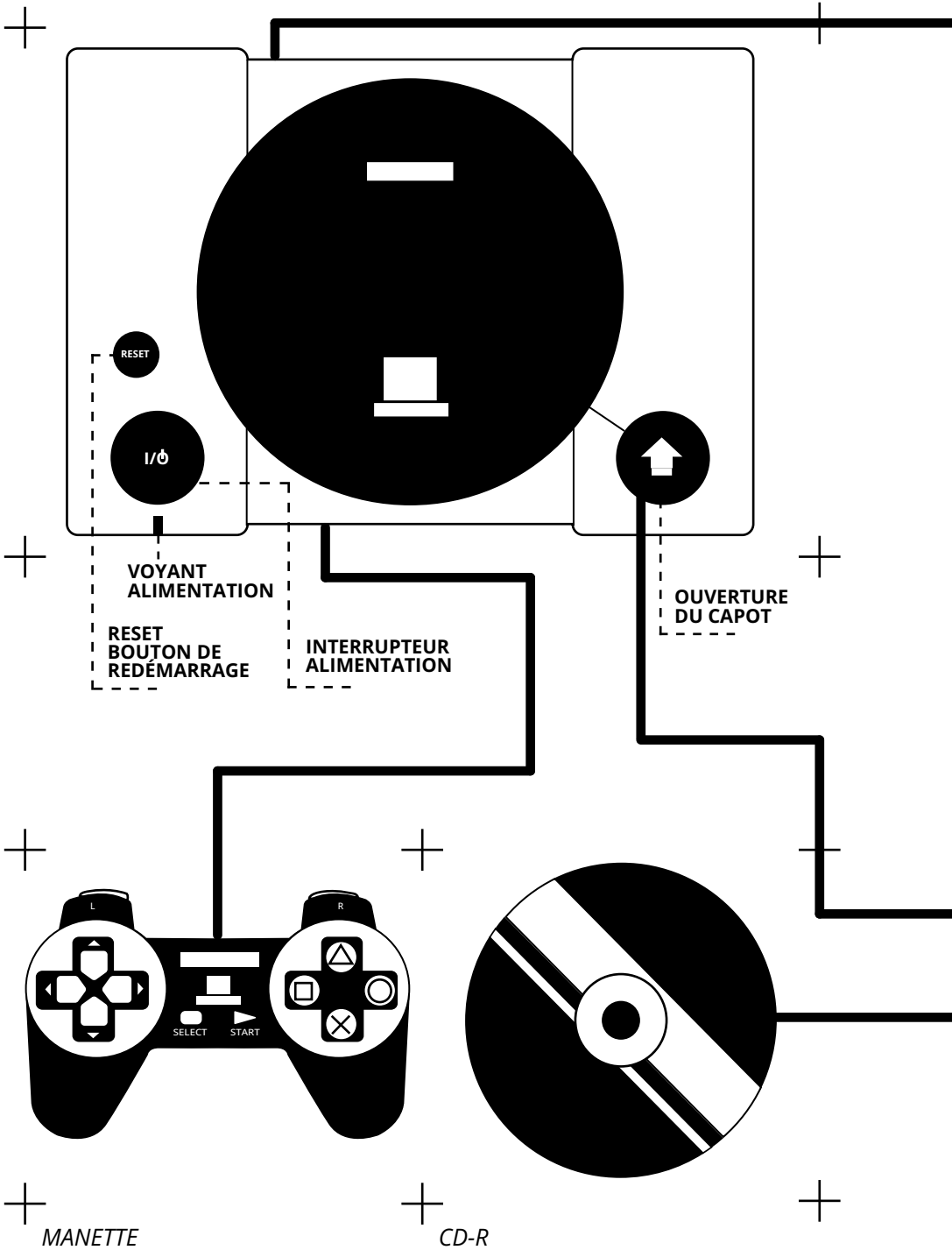


TÉLÉVISION CATHODIQUE

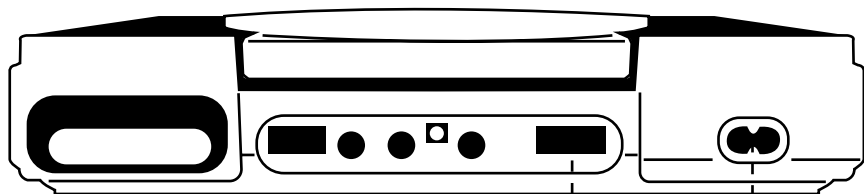


CARTOUCHE DE JEU

PARTIE 2 / IMAGE C PLAYSTATION



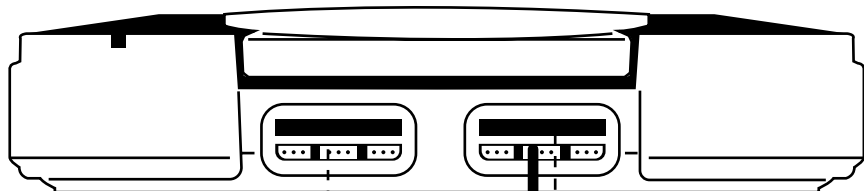
FACE ARRIÈRE



AV MULTI OUT
SORTIE VIDEO
ET AUDIO

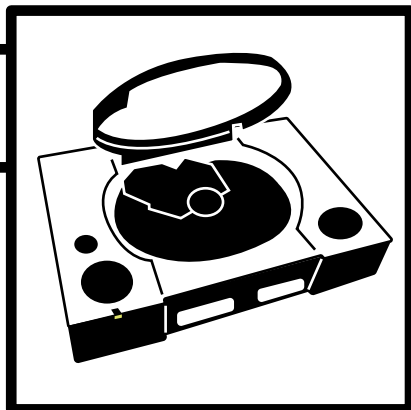
ALIMENTATION

FACE AVANT

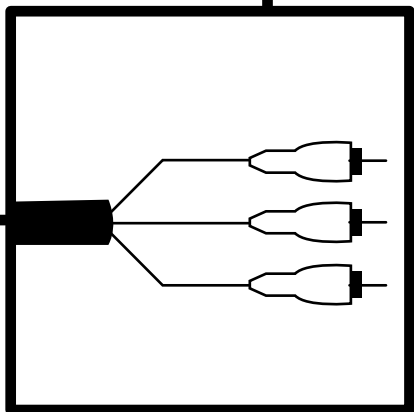


BRANCHEMENT
MANETTE

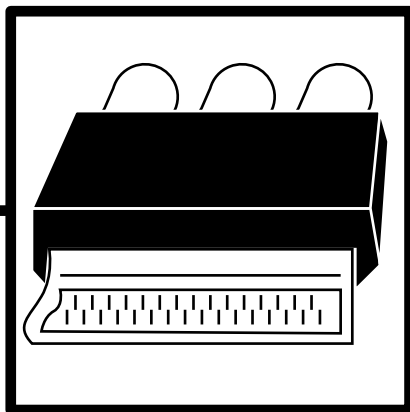
CARTE MÉMOIRE



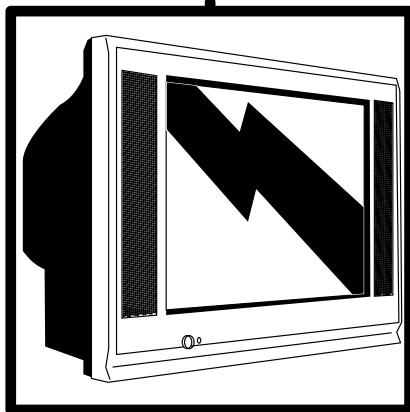
BRANCHEMENT



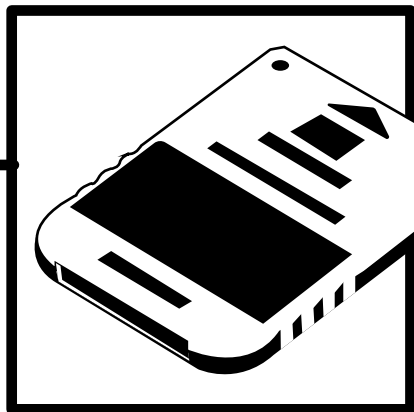
**CABLE AV TV VIDEO AUDIO
CONNECTEUR AUDIO ET VIDÉO**



ADAPTATEUR AV TV / PÉRITEL



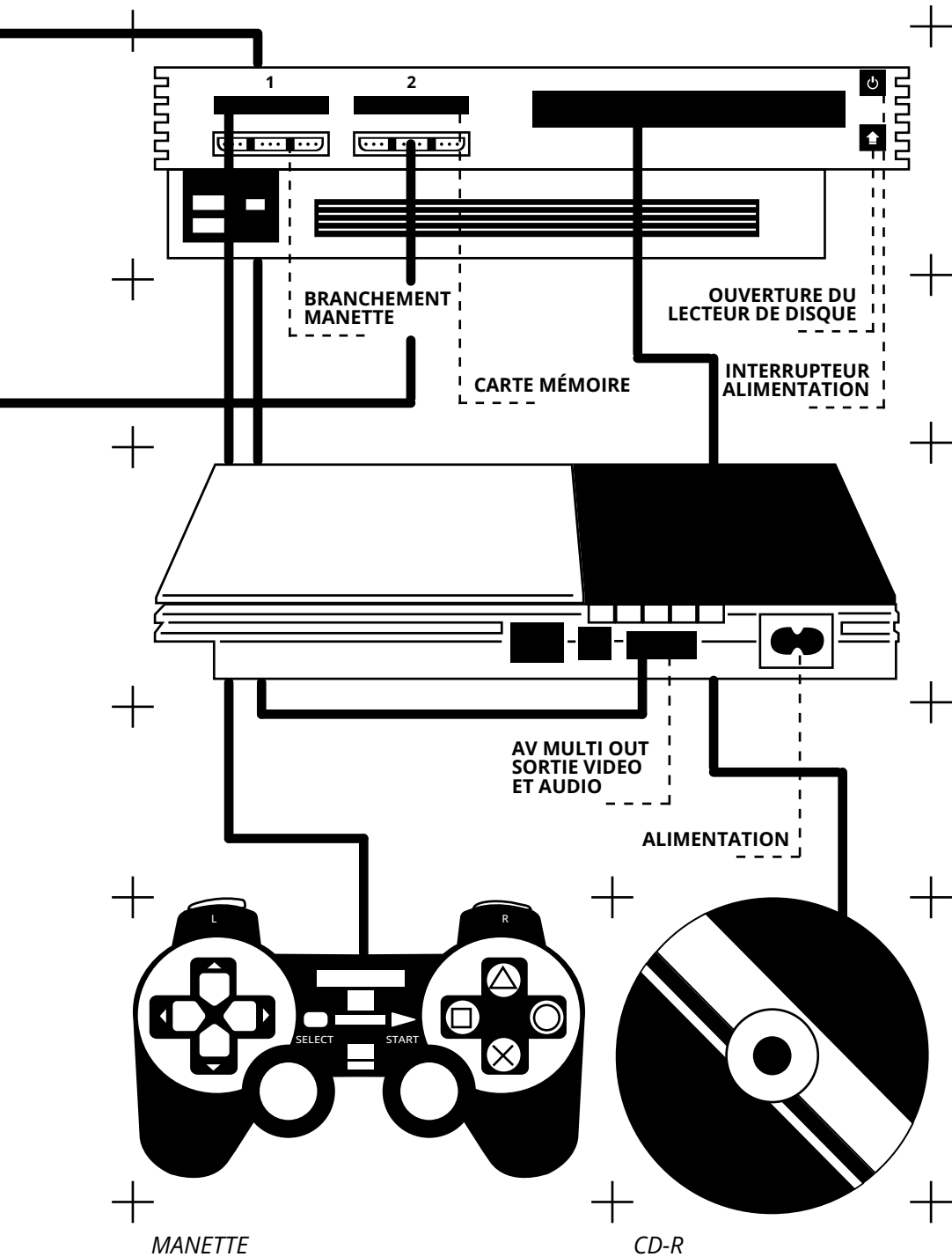
TÉLÉVISION CATHODIQUE



CARTE MÉMOIRE

PARTIE 3 / IMAGE A
PLAYSTATION 2

3A



Le graphisme auquel j'ai eu très tôt accès est ce que j'appelle un graphisme populaire et grand public : celui des cartes à collectionner, des jeux vidéo, du catch américain, des pochettes d'albums de rap... J'ai très vite développé une sensibilité pour ces univers qui continuent de m'inspirer. La question de la légitimité de ces objets comme art ne se pose plus.

Ces domaines de divertissement ne sont plus associés à l'image caricaturale que l'on a pu faire du *geek* enfermé dans sa chambre, mais gagne en légitimité. Elle influence désormais la pratique artistique contemporaine. Ces objets populaires sont maintenant collectionnés par des figures institutionnelles de l'art et des expositions y sont consacrées, nous y reviendrons.

Comment sont conçus ces objets de la culture populaire ? Qui sont les designers graphiques ? À quel moment sont-ils devenus des médiums d'expression artistique ? Pourquoi les collectionne-t-on ?

Ce mémoire traitera de l'imagerie de différentes collections que j'ai constituées durant mon enfance. Elles seront présentées les unes après les autres influencées par la construction graphique de l'anthologie¹ de Roland Barthes : *Mythologie* (1957), et pensées comme de nouvelles mythologies graphiques.

Je suis né à la fin des années 1990 au moment où la culture pop est à son apogée. Vivant en région rurale, la télévision, la radio FM et Internet ont été mes principaux moyens d'accès à la culture. La publicité a aussi eu un rôle important dans la construction de mon univers.



1 Une anthologie est un recueil de textes ou de morceaux choisis partageant les mêmes caractéristiques : thèmes, genres, styles, langues, origines géographiques, auteurs, etc.

La publicité cible et associe des symboles et des marques à une identité de genre². Par exemple, depuis les années 1980, la pop culture associe le rose, les bibelots à paillettes et les jouets aux couleurs criardes au genre féminin. La question des représentations sociales du genre influence les productions de tout ce qui est associé à la pop culture (film, série, dessin animé, jeux vidéo, musique...).

En étudiant le graphisme, j'ai appris à déconstruire les stéréotypes que ces images populaires véhiculent. J'ai pris conscience que les objets dont je vais vous parler et qui ont façonné mon approche du graphisme sont principalement associés au genre masculin.

2 La distinction entre sexe et genre est un concept qui différencie le sexe biologique (l'anatomie d'une personne, le système reproducteur, et les caractères sexuels secondaires) du genre, qui désigne l'identité de genre reconnue par une société à tout individu.



Partie I		Trading Card Game	
C'est l'heure dududu...duel		p. 23 à 26	
Que le.la meilleur.e gagne		Holo - Graphique	

Les cartes à collectionner sont des petits objets imprimés sur du carton et qui tiennent dans la main. Toute l'école primaire en était fan, Pokémon³ et Yu-Gi-Oh!⁴ étaient les plus populaires. On se les échangeait, on y jouait et on se plongeait surtout dans l'univers de nos dessins animés préférés. Ces cartes ont plus ou moins de valeur selon si elles sont brillantes, dorées ou encore pailletées.

- 3 Pokémon est une franchise créée par Satoshi Tajiri en 1996. Dans la série animée, le personnage principal, Sacha, voyage à travers diverses régions fictives dans le but d'attraper de nouvelles sortes de monstres. La franchise est également exploitée sous forme d'anime, de mangas, et de jeux de cartes à collectionner.
- 4 Yu-Gi-Oh! est un *shōnen* manga écrit et dessiné par Kazuki Takahashi. Il a été prépublié entre septembre 1996 et mars 2004. Yu-Gi-Oh! est finalement devenu une franchise incluant de multiples animés, mangas, jeux de cartes à collectionner et jeux vidéo.



On conservait ces cartes dans des classeurs à l'effigie du jeu ou nous les glissions dans des protèges cartes pour pouvoir y jouer sans les abîmer. Les jeux de cartes à échanger ont été pour moi un médium de socialisation d'où leur nom *Trading Card Game* (TCG) ou *Collectible Card Game* (CCG). Ces cartes de mon enfance, que je conserve et que je collectionne encore, ont pour moi une valeur beaucoup plus affective que matérielle à travers les interactions et les souvenirs que ces objets réaniment. J'étais même prêt à en voler au supermarché pour pouvoir combler mon désir de collection.



Totalement différentes des jeux de cartes classiques, les TCG peuvent être personnalisables, notamment avec son *deck*⁵ de jeu qui nous immerge dans un monde fictif fantastique, de science-fiction, parfois inspiré de romans. Elles sont souvent illustrées par des artistes qui doivent une partie de leur notoriété à ces jeux⁶. Le souvenir le plus vieux que j'ai d'objets rattachés au design graphique est lié aux échanges de cartes à jouer lors des récréations animées. Et il faut bien l'avouer, ce domaine de création de cartes m'a davantage influencé dans ma construction artistique que des formes plus institutionnelles. D'une part, parce que j'ai grandi en Eure et Loire et que les musées du département ou à Paris étaient difficiles d'accès. Il fallait d'autre part être véhiculé pour aller à l'arrêt de bus le plus proche, jongler avec différents emplois du temps de travail de mes parents.

- 5 Dans certains jeux de société, lors d'une partie ou d'une manche, le terme *deck* est utilisé pour désigner un paquet de cartes à jouer qui constitue une pioche personnelle à un joueur et que le joueur a constitué en début de partie ou de manche.
- 6 Kazuki Takahashi est l'illustrateur derrière les cartes YuGiOh! ainsi que le manga homonyme. Ken Sugimori réalise les illustrations des premières cartes Pokémon commercialisées en 1999. Christopher Rush est l'un des illustrateurs les plus connus des cartes *Magic* notamment grâce aux cartes la Foudre, le Remue-Meninges ou encore Le Lotus Noir.

L'accès à la culture s'est donc fait (et se fait encore) avec d'autres objets plus proches de mon quotidien et plus faciles d'accès, ce qui m'a amené à m'intéresser à ce type d'objets ou à des œuvres dites « populaires » ou de « culture populaire⁷ ». Je n'imaginai pas à quel point ces cartes et leurs univers graphiques marqueraient ma pratique du design graphique aujourd'hui.

+1A
Carte TCG

Le design des cartes à collectionner parle à tout le monde de près ou de loin. C'est un champ d'expression moins classique et moins institutionnel du design graphique, mais qui demeure exigeant et requiert de la rigueur : une lisibilité, une bonne gestion des tailles des polices, un sens de lecture, une compréhension des différents éléments qui composent une carte... Ce sont des facteurs importants.



De plus, les cartes sont scellées dans un sachet que l'on appelle *booster*⁸. Chaque carte peut être achetée aléatoirement dans des *boosters* ce qui favorise la frénésie de collection. Selon Daniel Ellis Berlyne, psychologue britannique des années 1960-1970 :

+1B
Booster

« l'aspect novateur, l'effet de surprise, le caractère aléatoire et le niveau de complexité d'un jeu étaient [sont] autant de variables contribuant à réduire l'ennui et à favoriser l'attrait d'un jeu ».


- 7 Selon une des différentes définitions de l'auteur John Storey, la Pop Culture se définit par opposition à d'autres formes de culture telles que la culture de masse, *folk culture* ou la culture élitiste et aussi à travers différentes perspectives théoriques telles que la psychanalyse, le structuralisme et le postmodernisme. Les catégories les plus courantes de la Pop Culture sont : le divertissement (les films, la musique, la télévision et les jeux vidéo), les sports, les nouvelles (les *news people*), la politique, la mode et les vêtements, la technologie et l'argot.
- 8 Un *booster* est une pochette scellée de cartes destinée à rejoindre la collection d'un joueur.

Chaque ouverture de *booster* provoque donc un sentiment étrange mêlant l'excitation, la satisfaction et la nostalgie. Sentiment que j'essaie de retranscrire dans ma pratique du design graphique que ce soit pour moi mais aussi pour la personne réceptrice. En psychologie, on pourrait comparer cela au système fonctionnel de circuit de récompense⁹. À l'ouverture d'un *booster* et en découvrant les cartes à l'intérieur, je ressens des sensations agréables liées à la dopamine¹⁰. J'ai soit l'impression d'avoir de la chance d'avoir obtenu une carte rare ou que je désire, soit je suis satisfait d'avoir obtenu une carte aléatoirement et à laquelle je ne m'attendais pas. Les jeux de cartes connaissent encore un succès grandissant auprès d'un large public car ils permettent de jouer partout et sont les vecteurs de lien social (échanges, collections, discussions, fandom...).



9 Système fonctionnel dans le cerveau qui sont impliqués dans des sensations agréables suites à des actions ou des interdictions de notre environnement.

10 La dopamine est un neurotransmetteur, l'une de celles qui influent directement sur le comportement. La dopamine renforce les actions habituellement bénéfiques telles que manger un aliment sain en provoquant la sensation de plaisir ce qui active ainsi le système de récompense/renforcement.

Partie I		<h1>Trading Card Game</h1>	
C'est l'heure dududu...duel		p.27 à 31	
Que le.la meilleur.e gagne		Holo - Graphique	

Le premier TCG appelé *Magic : The Gathering* a paru en 1994, en France. C'était un nouveau type de jeu de cartes, où les joueurs commençaient par acheter des paquets « de départ » (*Starter Deck*) puis élargissent leur collection à travers des *booster*. *Magic : The Gathering* était si populaire qu'il a été vendu dans différents magasins. Les cartes à jouer comme celui-ci suscitent un engouement et est reconnu pour la qualité des illustrations **fig. 1**. *Magic* a inspiré différents fabricants de jeux de société

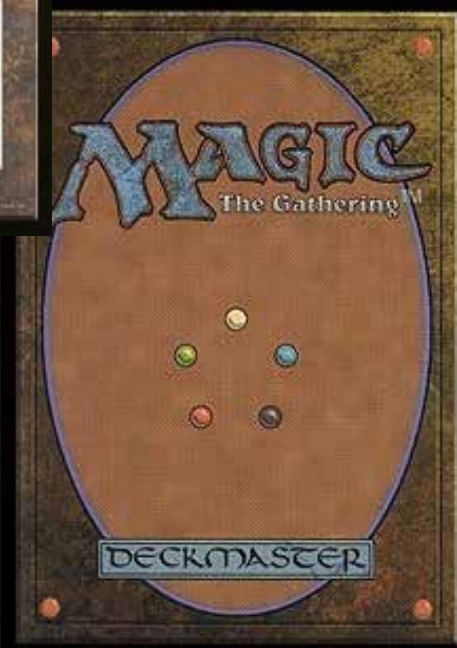


comme le CCG *Spellfire* édité par TSR¹¹ qui sort en 1994, s'inspirant aussi de l'univers *médiéval fantasy*¹². Au début de l'année 1999, les cartes Pokémon TCG sont commercialisées en masse sur le marché des jeux de cartes à collectionner, profitant ainsi du succès du dessin animé éponyme largement diffusé le mercredi après-midi dans les émissions télévisées pour enfants, par exemple le « Club Dorothee ». À l'été 1999, le TCG Pokémon est devenu le second jeu le plus vendu au monde, après *Magic: The Gathering*¹³. Le succès rencontré par Pokémon, influence la tendance croissante à la commercialisation des TCG dont l'univers est tiré d'une émission télévisée, d'un dessin animé et même de romans. C'est ainsi que dans les années 2001 et 2002 sont apparus des TCG tels que *Harry Potter*, *The Lord of the Rings*, *Game of Thrones*, *Buffy contre les vampires*, *Yu-Gi-Oh!* ou encore *Star Wars: Jedi Knights*.



La popularité des TCG a amené les jeux de société vers des jeux de *deckbuilding*, une mécanique de jeux¹⁴ que l'on trouve dans de nombreux jeux de cartes depuis une bonne dizaine d'années. Les jeux de *deckbuilding* consistent à construire son jeu au fur et à mesure de la partie. Toutes les cartes permettant de jouer peuvent être achetées à travers l'acquisition du jeu de société. Puis, on peut l'augmenter à travers des extensions qui sont des *booster* de cartes et qui permettent d'ajouter des fonctionnalités au jeu de base.

- 11 Une société américaine d'édition de jeux de société qui est connue pour la publication du célèbre jeu de rôle *Dungeons & Dragons*.
- 12 Le médiéval fantastique (en anglais *medieval fantasy*) est un sous genre de la littérature dont l'histoire se déroule dans un univers médiéval. Elle se concentre sur des faits imaginaires du Moyen- Âge comme la magie, le surnaturel et des créatures imaginaires. L'auteur le plus connu est J.R.R. Tolkien, auteur de *Bilbo le Hobbit* (1937) et de la trilogie du Seigneur des Anneaux (1954-1955).
- 13 Selon l'article de Aymeric Kiremya, « Les genres du jeu vidéo : trading cards game », *Gameher.fr*, publié le 13 novembre 2019.
- 14 Ensemble de règles qui définissent la manière de jouer à un jeu, d'interagir avec le jeu et les autres joueurs.



15 cartes à collectionner
et à jouer

fig. 1	Lotus Noir	rare	
Christopher Rush	Magic The Gathering		
1999	édition Alpha	Wizards of the Coast	




fig. 2	Ravageur	commune	
Darwin Kastle et Robert Dougherty		Star Realms	
2013	Iello		

Extension de 20 cartes

Le mécanisme du *deckbuilding* a vraiment vu le jour en 2008 avec la sortie du jeu *Dominion*, mais celui qui m'a personnellement marqué c'est *Star Realms* **fig. 2** . Chaque joueur construit son armée galactique en acquérant des bases et des vaisseaux afin de gagner la guerre spatiale contre son adversaire. Une carte est composée en trois parties : en haut le nom, au centre l'image et en bas les informations qui sont nécessaires pour jouer. Autour de l'illustration, le texte est encadré par l'esthétique d'un tableau de bord futuriste inspiré du cinéma comme *Star Wars*. Les jeux de cartes à collectionner nous plongent donc dans différents univers s'inspirant du Moyen Âge avec *Magic* ou encore imaginant le futur avec *Digimon*¹⁵. Chacun de ces univers possède ses propres codes. Les cartes *Magic* sont en quelque sorte un témoignage de l'imagerie du magicien/du sorcier que l'on retrouve également dans le cinéma. Une typographie sans sérif à l'image que l'on peut se faire de l'écriture manuscrite d'un sorcier qui est souvent démesurément âgée, ainsi qu'en arrière plan un travail sur les couleurs qui nous laisse penser à d'anciens grimoires.

15 *Digimon* est une franchise japonaise créée par Akiyoshi Hongō tiré du manga homonyme. Elle met en avant ses créatures numériques, habitantes du digimonde, un monde intégralement composé de données informatiques, parallèle au monde réel, et relié à distance à ce dernier par le biais de réseaux ou portails immatériels et de connexions Internet.

Partie I		Trading Card Game	
C'est l'heure dududu...duel		p.32 à 42	
Que le.la meilleur.e gagne		Holo - Graphique	

Les cartes sont réalisées grâce à la collaboration entre illustrateurs et graphistes. Par exemple, Ken Sugimori est l'un des principaux designers de la franchise Pokémon. Il a dessiné la plupart des 151 premières cartes Pokémon, il est surtout connu pour son style épuré qui constitue la base du design de la plupart des cartes Pokémon qui ont marqué mes collections fig. 3 . Désormais, différentes techniques et médiums sont utilisés pour illustrer ces cartes comme le tricot, la modélisation 3D, la sculpture...



Asako Ito, «Grodoudou», 2021, illustration extraite de la carte

À partir de 2011, de nouvelles cartes sont commercialisées. La composition des cartes laissent plus de place à l'illustration jusqu'à ce qu'elle occupe tout le fond, on les désigne par le terme *full art*. Jusqu'alors, l'illustration était encadrée dans la carte. Les techniques et logiciels utilisés pour le travail d'image se sont améliorés, ces cartes permettent de voir plus en détail le travail d'illustration. Les TCG deviennent en quelque sorte des cartes de visite pour ces artistes comme pour Christopher Rush, qui après avoir travaillé avec *Magic* a pu collaborer avec Pokémon.



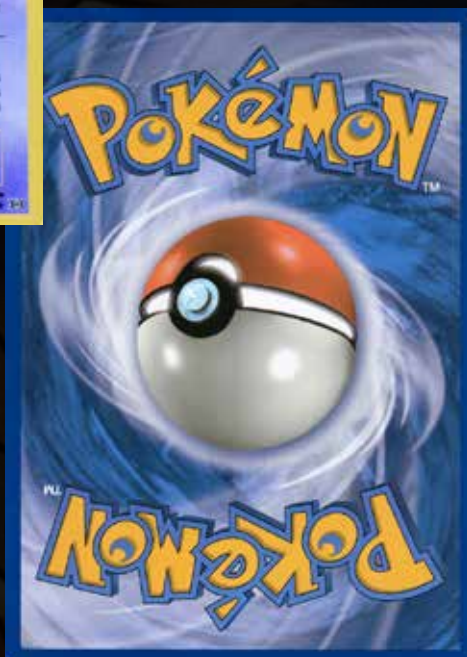


fig. 3	Mewtwo	rare	
Ken Sugimori	Pokémon		
1999	Set de base	Wizards of the Coast	



fig. 4	Magicien Sombre	secret rare	
Kazuku Takahashi		Yu-Gi-Oh!	
2002	Deck de démarrage Yugi	Upper Deck Entertainment	

J'ai longtemps été admiratif des effets de reliefs sur une carte, des effets de brillance et de reflets, des typographies utilisées et des illustrations réalisées pour ces jeux, ce qui expliquerait pourquoi je les collectionne encore. Ces cartes gagnent en valeur sentimentale avec une illustration, par exemple la carte du magicien des ténèbres **fig. 4** qui était très appréciée et demandée dans la cour de récréation. Cette carte est plus rare que les autres (tirée en moins d'exemplaires que d'autres) car c'est un personnage phare du dessin animé Yu-Gi-Oh!. C'était une des seules cartes auxquelles était appliqué un effet de brillance et de texture qui mettait largement en valeur son illustration, son motif et/ou sa typographie. Les cartes étant fabriquées en contre-collage de plusieurs couches, il suffit d'inclure un papier dit holographique parmi les différentes couches afin de reproduire cet effet. Cette méthode pourtant simple suscite beaucoup d'intérêt et rarefie l'objet.



Le design des cartes à collectionner m'a aussi amené vers l'univers des stickers Panini¹⁶, en particulier ceux sur la thématique du football. Mon premier album Panini était à l'effigie des joueurs de la Ligue 1 (ligue professionnelle de football française) de la saison 2007-2008 **fig. 5**. J'en ai collectionné jusqu'en 2015. Ce qui m'attire et les différencie de mes autres collections, c'est leur diversité : alors que le design des TCG évoluent très peu au fur et à mesure des années, les cartes Panini sont complètement différentes d'une année sur l'autre, jusqu'à l'album qui permet de les archiver.

16 Panini est une maison d'édition italienne connue pour l'édition d'albums d'images autocollantes à collectionner. Panini édite également : des magazines pour la jeunesse (*Panini Kids*), des bandes dessinées au travers de ses pôles d'édition Panini *Comics* (*Marvel Comics*), de la bande dessinée asiatique via Panini Manga et Panini *Manhwa* ; des romans via Panini *Books*.



Mais certaines cartes conservent des aspects visuels des TCG comme les effets holographiques par exemple. Aujourd'hui, je collectionne des jeux de carte réalisés par des graphistes/ artistes comme *Windows 93: card game* de Jankenpopp¹⁷ **fig. 6** qui a pour thématique l'informatique et est rempli de références de culture *web*¹⁸ et *geek*¹⁹ auxquelles je m'identifie pleinement. Je pense aussi au projet *Pire to Pire* **fig. 7** réalisé à l'ÉSAC Cambrai, coordonné par Keyvane Alinaghi (enseignant en code créatif), réalisé par la promotion 2023 des étudiant.es de masters. Ce projet, qui s'inscrit dans le cadre du programme de recherche « Retour Aux Sources », s'intéresse notamment à l'usage alternatif du *web* comme l'*Open Source*²⁰. Leur projet de cartes est à l'effigie des artistes de la musique indépendante actuelle et permet de constituer sa *playlist* grâce aux cartes et à leur puces NFC à la manière d'un pokédex²¹.



Silicone Cambrai, *Pire to pire*, 2022, image d'illustration issue du site

- 17 Jankenpopp est un artiste et musicien français influencé par la culture *web*. Il propose des projets artistiques comme *Windows 93*. Un site *web* stylisé pour ressembler et fonctionner comme un système d'exploitation et une parodie de la série *Windows 9x*. Il a été développé et est géré par deux musiciens et programmeurs français qui passent par les pseudos Jankenpopp et Zombectro. Jankenpopp propose des concerts improvisés détournant l'usage de la *Game Boy* afin de produire de la musique en *live*.
- 18 La culture *web* est définie par les nouvelles habitudes culturelles produites par les développements et la diffusion des technologies numériques et en particulier d'Internet et du *web*.
- 19 Ensemble des domaines liés aux « cultures de l'imaginaire », ou encore aux sciences, à la technologie et l'informatique.
- 20 Un logiciel *open source* est un logiciel informatique qui est publié sous une licence dans laquelle le détenteur du droit d'auteur accorde aux utilisateurs le droit d'utiliser, d'étudier, de modifier et de distribuer le logiciel et son code source à quiconque et à n'importe quelle fin.
- 21 Le *Pokédex* est un objet technologique fictif de l'univers Pokémon : il s'agit d'une encyclopédie recensant les créatures fictives connues éponymes. Il permet d'enregistrer les informations sur les Pokémon.



fig. 5	Benoît Pedretti	AJA	
Giuseppe et Benito Panini			
2006	Foot 2007	Panini	



fig. 6	Setup Wizard	
Jankenpopp	Windows 93 Card Game	
2022		



fig. 7	Nabil Vortex		
Silicone Cambrai		Pire to pire	
2022		Ésac Cambrai	



fig. 8	Wrong Perscription	commune	
Beau Van Gisbergen	Mentalmon		
2022	Prototype		



Beau Van Gisbergen, *Mentalmon*, 2022, photographie issue de la Dutch Design Week de Eindhoven en 2022

J'ai également découvert *Mentalmon* **fig. 8** de Beau Van Gisbergen présenté à la *dutch design week* d'Eindhoven en 2022. C'est un jeu de cartes représentant des maladies ou des troubles mentaux différents, que l'on peut échanger et collectionner. Ce jeu a été créé en raison de l'augmentation des problèmes mentaux et selon la pensée que l'autodiagnostic est de plus en plus courant. Le jeu s'inspire des cartes Pokémon et de la façon dont l'artiste les collectionnait lorsqu'il était plus jeune, de sorte que le but

du jeu est de « les attraper tous ». Les TCG ont ainsi un réel impact dans le domaine de la création en s'immisçant dans le design. J'ai conscience que ces collections de cartes dessinées par des graphistes différents de celles de mon enfance : soit elles caricaturent des TCG déjà existants, soit elles proposent un design qui est totalement différent des standards de TCG qui monopolisent le marché.



L'univers Pokémon est devenu iconique de la pop culture grâce aux cartes à jouer, aux dessins animés et aux jeux vidéo.

Ce phénomène des TCG intéresse également les musées au point d'avoir des espaces dédiés. Le Musée Français de la Carte à Jouer à Issy-Les-Moulineaux, a présenté de décembre 2022 à août 2023 une exposition intitulée *Magic, Pokémon & Co.* L'exposition revient sur l'origine des TCG à travers un parcours chronologique qui permettait de découvrir les évolutions graphiques des cartes à jouer et à travers des collections complètes de cartes comme la première édition de Pokémon (1999), très prisée par les collectionneurs. L'exposition permettait d'aborder un point historique en expliquant comment *Magic* a révolutionné



Trading card game - Holo-graphique

le monde des cartes à jouer, permettant ensuite à Yu-Gi-Oh! et Pokémon, entre autres, d'avoir le succès que l'on connaît aujourd'hui. N'étant pas le seul à être nostalgique de ces cartes à jouer, et avec le développement d'Internet, les cartes peuvent désormais se collectionner numériquement par le biais de différentes applications. On peut également créer ses propres cartes avec des projets comme *Cards & Coding*, un projet de création et de collection de cartes numériques, interactives et collaboratives fondé par Nicolas Tilly. Le site présente des créations variées sur le format de la carte à collectionner : animation, image en mouvement, illustration, graphisme, réalité augmentée... Les cartes se collectionnent aussi à travers des jeux vidéo ou des applications mobiles de type Pokémon TCG, *HearthStone*, *Magic : The Gathering Arena*, *Yu-Gi-Oh Duel Links*... Ce projet m'intéresse dans la mesure où les jeux vidéo tiennent également une place importante dans mon accès au graphisme.



Nicolas Tilly, Cards & coding, 2021, image extraite du site



Partie 2		<h1>Jeux vidéo</h1>	
Du grenier à YouTube		p.45 à 52	
De la chambre au musée		Voyage vers la 3 ^e dimension	

La première console de jeu vidéo avec laquelle j'ai joué est la Sega Mega Drive²², une console de la quatrième génération²³. Elle est d'abord commercialisée en 1990 en France. Puis durant les années qui suivent, la console sort dans la plupart des autres territoires. J'y ai joué bien après sa sortie, plutôt vers la fin des années 2000. N'ayant pas les moyens de m'en procurer une, j'allais chez mon voisin au dernier étage de l'immeuble afin de passer des après-midis, voire des week-ends à jouer à des jeux comme *Sonic The Hedgehog* ou *Street of Rage* fig. 9. Ce dernier met en scène trois héros (Adam Hunter, Axel Stone et Blaze Fielding) qui combattent un important syndicat du crime dans une ville en proie au chaos et délaissée par les forces de l'ordre. J'ai ensuite pu jouer à *Super Mario Bros & Duck Hunt* fig. 10 sur Nintendo NES²⁴.

2A

+ Sega Mega Drive

2B

+ Nintendo NES

- 22 La Mega Drive est une console de jeux vidéo conçue et commercialisée par le constructeur japonais Sega Enterprises Ltd. Des jeux comme *Sonic The Hedgehog*, *Street of Rage*, *Mortal Kombat* ou *Aladdin* ont marqué l'histoire de cette console.
- 23 La quatrième génération de console est marquée par la rivalité Nintendo/Sega avec leurs consoles respectives, la Super Nintendo et la Mega Drive, principalement dans les années 1990. Console dont le succès est marqué par des jeux comme *Super Mario World*, *Mega Man 3*, *Final Fantasy 3* ou encore *Tetris*.
- 24 Le *Nintendo Entertainment System* (NES) est une console de jeux vidéo de génération 8 bits fabriquée par l'entreprise japonaise Nintendo et distribuée à partir de 1985 au Japon et 1987 en Europe. Elle est marquée en grande partie par des jeux comme *Super Marios Bros* et *The Legend Of Zelda*.



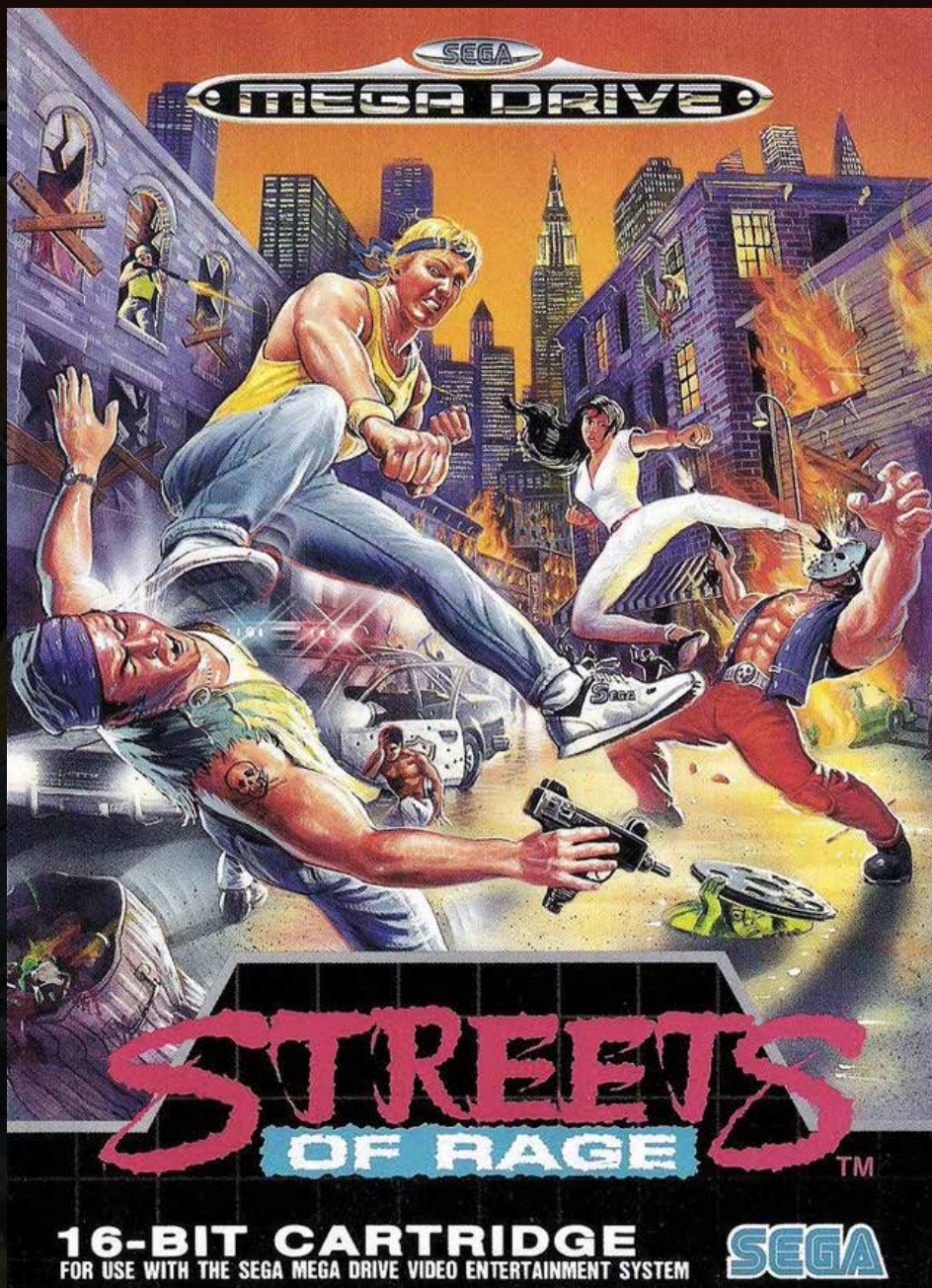
La console a connu un succès mondial, ce qui aida à redynamiser l'industrie du jeu vidéo après le krach du jeu vidéo de 1983²⁵.

J'ai commencé à y jouer au début des années 2010 grâce à mon père qui l'avait récupérée dans une poubelle. La console avait été jetée alors qu'elle fonctionnait. J'ai grandi autour d'objets que l'on récupérait dehors, qui étaient jetés mais auxquels on pouvait donner une seconde vie. C'est quelque chose que je continue à faire aujourd'hui et ces recyclages peuvent également être compris comme « des sculptures de références » que j'amasse.

Je me souviens de journées que j'ai pu passer, et ce pendant plusieurs semaines, à vouloir dépasser certains niveaux sur *Super Mario Bros*. Ma grande sœur, née au milieu des années 1980, a joué à ce jeu pendant son adolescence. Elle n'a eu besoin que d'une après-midi pour le finir. Elle connaissait tous les raccourcis. Elle m'a permis de le finir et de découvrir tous les niveaux. J'ai également connu par la suite diverses consoles comme la Game Boy, la Nintendo DS, et la Playstation. Les jeux vidéo sont devenus rapidement une échappatoire. Même encore aujourd'hui, jouer aux jeux vidéo me permet de penser à autre chose quand mes idées me travaillent.



25 Le krach du jeu vidéo de 1983 est un krach qui a frappé l'industrie naissante du jeu vidéo, principalement aux États-Unis. La production de jeux vidéo ne respectant pas les normes de qualité en 1982, la chaîne de distribution finit par se retrouver submergée. Lorsque, les magasins expédient leurs jeux non vendus aux jeunes éditeurs, ceux-ci n'ont ni les moyens de les rembourser, ni de nouveaux jeux à leur proposer en échange. L'américain Atari, leader mondial du marché a subi des pertes financières abyssales. De nombreux autres constructeurs de consoles de jeux vidéo et d'entreprises liées à cette activité ont dû ainsi déclarer faillite. Ce phénomène s'est étendu de la fin 1983 au début 1984 et n'a pris fin qu'à la sortie de *Super Mario Bros* sur la NES.



16-BIT CARTRIDGE
FOR USE WITH THE SEGA MEGA DRIVE VIDEO ENTERTAINMENT SYSTEM

SEGA

fig. 9

Streets of rage

retro



Ayano Koshiro, Noriyoshi Ohba,
Jordi Asensio et Roel van
Mastbergen

Sega Mega Drive

1991

Jaquette

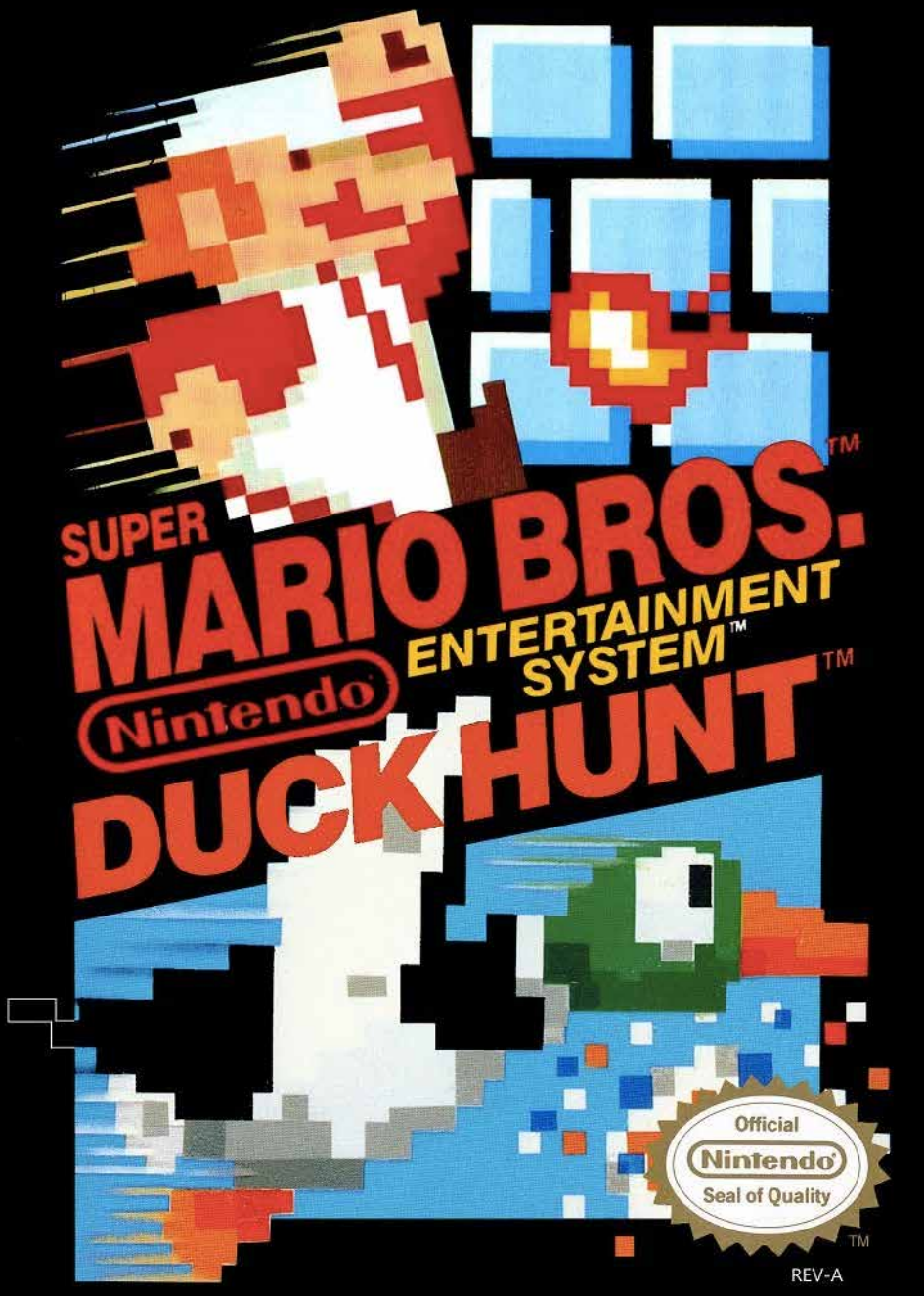



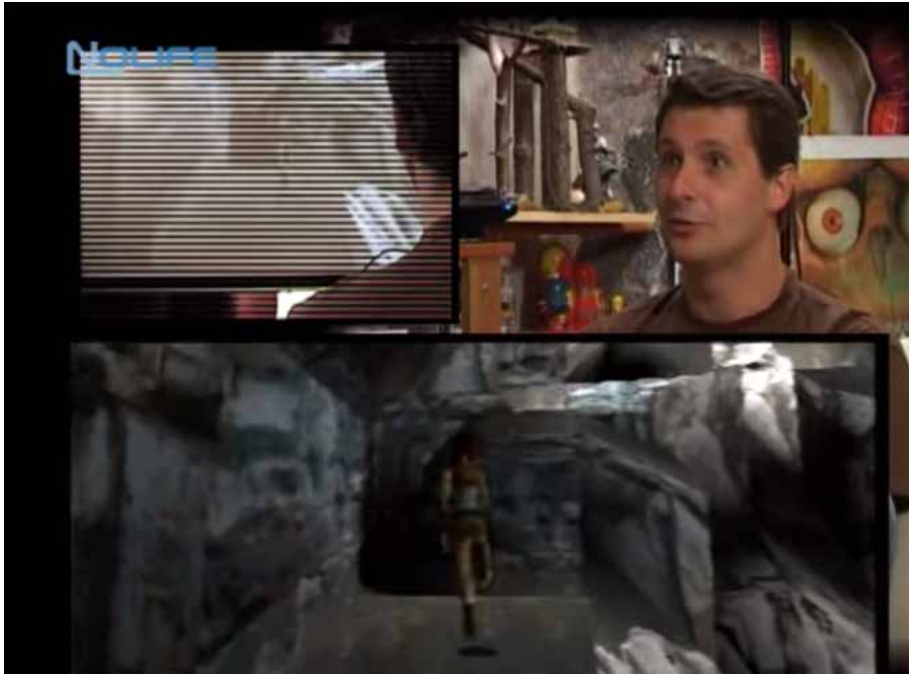
fig. 10	Super Marios Bros & Duck Hunt	retro	
Shigeru Miyamoto	Nintendo NES		
	1988	Jaquette	

Une expérience de « transe domestique²⁶ », un moment où je me concentre uniquement sur l'objectif du jeu. Mais ce qui m'a le plus marqué durant mon enfance, ce fut l'arrivée de l'ordinateur Fujitsu Siemens que ma mère a obtenu car elle travaillait chez Siemens à Rambouillet. C'est à ce moment que j'ai découvert *Paint* qui est un logiciel de manipulation d'images matricielles livré avec toutes les versions de *Windows*. Il a été lancé pour la première fois en 1985. Ce programme permet d'ouvrir et d'enregistrer les fichiers au format bitmap tels que BMP, JPEG, GIF, PNG, et TIFF. Cet ordinateur, comme les cartes et les jeux vidéos m'ont orienté vers le domaine de la création artistique. En parallèle, l'école primaire où j'allais venait d'acquérir de nouveaux ordinateurs sur lesquels étaient installés *Pac Man* **fig. 11**. Ce jeu était utilisé dans le cadre d'un cours où l'on devait imaginer, concevoir et tester nos propres niveaux, ce que l'on peut assimiler à des cours de *level design*. De même que les cartes à jouer, beaucoup de jeux vidéo étaient des produits dérivés tirés de films, de dessins animés et de séries TV (et inversement) comme Lara Croft, Dragon Ball Z, James Bond, Star Wars, Alien vs Predator, Aladin, La famille Adams, Astérix et Obélix, Jurassic Park, Toys Story, Batman, Spider Man, Harry Potter, Terminator, Rocky, Maman J'ai raté l'avion, Judge Dredd, Men In Black, Seigneur des Anneaux, Shrek, et également Pokémon qui a marqué l'enfance de plusieurs générations **fig. 12**.

En 2010, les plateformes de *streaming* n'en étaient qu'à leur début (elles ne s'étaient pas encore démocratisées). Pour voir ces dessins animés, il fallait avoir un magnétoscope ou être présent devant son poste à l'heure de leur programmation pour ne pas les rater.

26 Ferdinand Cazalis, Nathalia Kloos, Interview de Mathieu Tricot dans « Les jeux vidéo sont des distributeurs de petites tranches domestiques », *Jef Klak : Ch'val de course*, n° 4, 2017, p.28.

Les jeux vidéo m'ont aussi permis de pouvoir vivre et incarner ces dessins animés avec une plus grande liberté. Puis *Youtube* (2004) a démocratisé le jeu vidéo avec le concept des *Let's Play*²⁷. Alors qu'auparavant était édité des guides ou des magazines fournissant des astuces afin de finir un jeu, les vidéos *Let's Play* sur *Youtube* présentent une personne jouant à une partie et qui a pour but de capturer l'expérience normale de jouer à un jeu vidéo, accompagnée de commentaires. Ces vidéos avec l'avènement des blogs de jeux vidéos nous permettait d'accéder gratuitement à des tutoriels. Puis, la plateforme de streaming vidéo Twitch s'est développée autour de 2014 grâce à la diffusion de jeux vidéo.



Marc Lacombe et Cyril Lambin, *Chez Marcus*, 2008,
image extraite de l'épisode 06 sur le jeu *Tomb Raider Anniversary*

27 Une vidéo *Let's Play* (« Jouons » en anglais) est une vidéo, documentant un vidéo, incluant toujours le commentaire d'un joueur. En 1998, Marc Lacombe, dit Marcus, invente sans le savoir ce qu'on appellera plus tard le *Let's Play* dans l'émission *Level One*. Une émission de la chaîne *Game One* lors de laquelle est testé chaque semaine un nouveau jeu en direct. Il est le premier à avoir diffusé à la télévision une partie de jeu vidéo qu'il commentait.

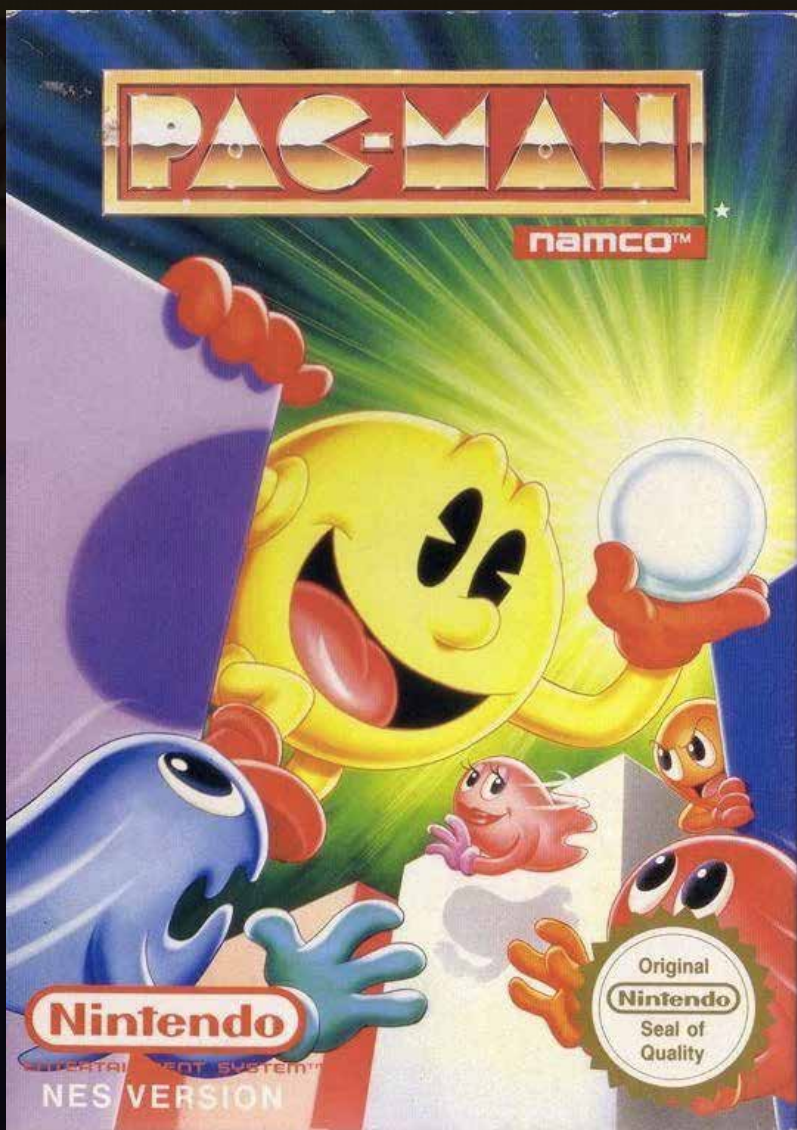



fig. 11	Pac-Man	retro	
Tōru Iwatani	PC		
	2010	Jaquette	

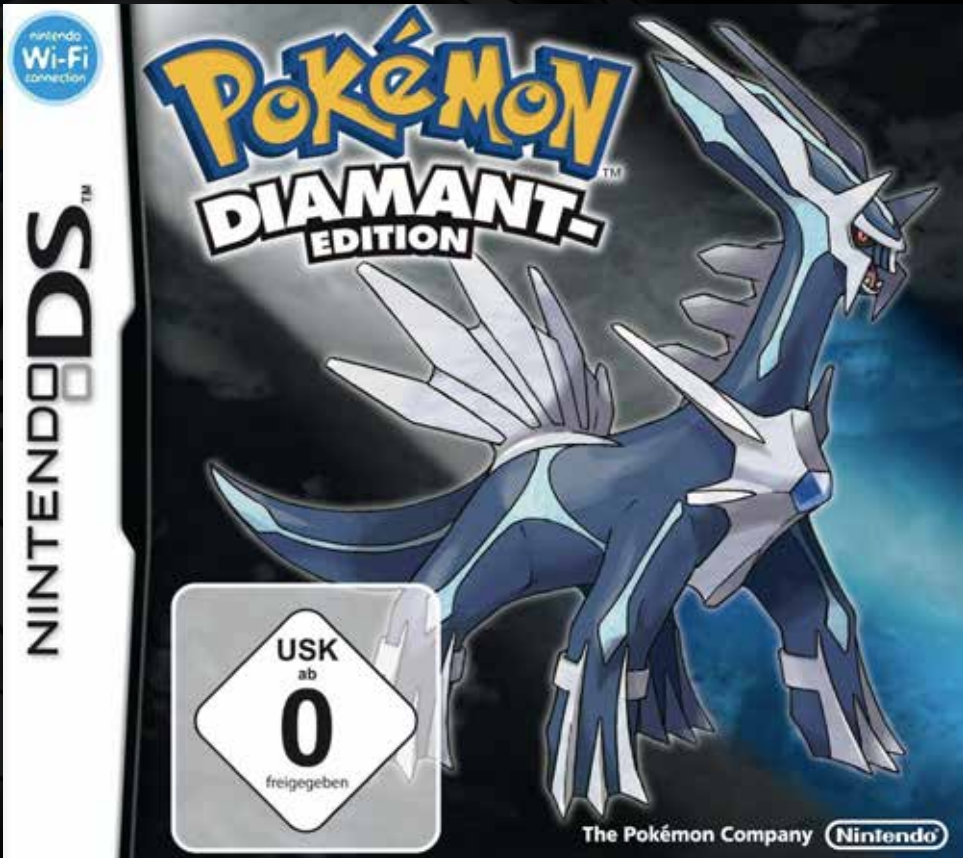



fig. 12	Pokémon Diamant	
Junichi Masuda, Satoshi Tajiri, Shigeki Morimoto, Shigeru Ohmori	Nintendo DS	
	2006	Jaquette



L'imagerie du jeu vidéo est à la fois une esthétique générale très reconnaissable et une pluralité d'univers graphiques totalement différents. Les jeux vidéo sont eux-mêmes inspirés de différents univers issus de la science-fiction. Les artistes nés au tournant des années 1980/1990 ont grandi avec les premiers jeux vidéo disponibles sur ordinateurs personnels puis les consoles de jeux individuelles. Les jeux vidéo sont ensuite devenus multi-générationnels. Ce que l'on considérait comme un secteur de niche auparavant s'est désormais démocratisé. D'autre part, le prix abordable de certaines consoles a aussi été un facteur déterminant pour le succès du jeu vidéo. Avec la PlayStation, proposée à un coût relativement attractif, Sony a contribué à populariser le secteur²⁸. L'objet culturel le plus vendu en 2020 est un jeu vidéo²⁹. Il s'agit d'*Animal Crossing : New Horizons*³⁰.

28 PlayStation Inside, « L'histoire de la PS1 » (PlayStation), *playstationinside.fr*, mis en ligne le 16 décembre 2021.

29 Selon les chiffres de l'institut GFK. Sur ce sujet voir, Chloé Woitier « Le jeu vidéo Animal Crossing en tête des biens culturels les plus vendus en France en 2020 », *Lefigaro.fr*, mis en ligne le 8 février 2021.

30 *Animal Crossing* est une série de jeux vidéo de simulation de vie développée et éditée par Nintendo. Les joueurs manipulent un avatar taciturne, où l'on peut construire une maison et interagir avec les habitants de la ville.

Le jeu vidéo est devenu encore plus populaire et accessible. Les jeux vidéo arrivent également dans les musées avec par exemple l'exposition *Ultima* au Lieu Unique de juillet à septembre 2015, à Nantes. Les jeux vidéo sont désormais collectionnés par des institutions comme le Musée des Arts et des Métiers. Lors de l'exposition *MuseoGames* de juin à novembre 2010, on pouvait retrouver une collection d'une vingtaine de consoles. En essayant l'Atari 2600 (1981) jusqu'à la Xbox (2003) on pouvait revivre et se plonger dans l'histoire du jeu vidéo.



Pierre Giner, *Ultima*, exposition de juillet 2015 à décembre 2015 à Le Lieu Unique à Nantes, image extraite du site Poptronics.fr

L'imagerie du jeu vidéo influence les pratiques des artistes comme le montre l'exposition *Worldbuilding*³¹, organisée par Hans Ulrich Obrist, au Centre Pompidou Metz de juin 2023 à janvier 2024. La sélection des œuvres de l'exposition permet de constater que le jeu vidéo implique des enjeux sociaux, politiques et esthétiques.

31 Il y a eu également l'exposition *L'art dans le jeu vidéo : inspiration française* au Musée d'Art Ludique à Paris en 2016, considéré comme l'une des premières grandes expositions sur cette thématique en France. Mais aussi l'exposition *Open Museum* au Palais des Beaux Arts de Lille, dont la première édition commence en 2014, mêlant en 2023 et pour la huitième édition les œuvres de la collection du musée avec différents aspects du jeu vidéo.



Theo Triantafyllidis, *Pastoral*, 2023, jeu vidéo, image extraite du site du musée centrepompidou-metz.fr

Les artistes qui y ont contribué.e.s s'approprient l'esthétique et la technologie des jeux comme médium d'expression artistique. Ils dépassent les archétypes généralement associés au jeu vidéo pour les questionner et en faire une nouvelle forme d'art numérique, comme pour aborder par exemple, la question de la représentation du genre féminin dans les jeux vidéo.

Dès l'arrivée des jeux vidéo, et davantage dans les années 1980, les femmes ont été exclues de ce domaine du divertissement³². Cependant, dès 1986 soit 15 ans après *Pong*³³, l'héroïne Samus Aran devient l'icône du jeu *Metroid*. Mais, ce qui m'a fait vraiment prendre conscience de la sexualisation du corps féminin dans les jeux vidéo, c'est Lara Croft³⁴. Depuis sa première apparition en 1996, elle a été critiquée en particulier pour la taille peu réaliste de sa poitrine, il est dit que Lara personnifie :



« un continuuel clash de cultures sur le genre, la sexualité, la prise de pouvoir et l'objectivation³⁵ »

- 32 Observatoire des images, « Le jeu vidéo : un no woman's land », *Focus*, n°21, observatoiredesimages.org, mis en ligne le 22 mars 2023.
- 33 *Pong* est un des premiers jeux vidéo d'arcade et le premier jeu vidéo d'arcade de sport. Il a été imaginé par l'Américain Nolan Bushnell et développé par Allan Alcorn, et la société Atari le commercialise à partir de novembre 1972.
- 34 Lara Croft est un personnage fictif d'une série de jeux vidéo du même nom. Dans le premier jeu, elle incarne une aventurière qui vient d'être engagée par un puissant syndicat pour retrouver les fragments d'une ancienne relique connue sous le nom de Scion. Dans son style acrobatique et intrépide, elle court, saute, nage et grimpe à la recherche de l'origine et des pouvoirs du Scion.
- 35 Zoe Flower, « Getting the Girl: The myths, misconceptions, and misdemeanors of females in games », *1UP.com*, mis en ligne le 9 septembre 2007.



Plus globalement dans le jeu vidéo, les représentations des femmes dans un contexte fantastique sont caractérisées par des armures qui « mettent en avant » les caractéristiques physiques de l'avatar et ne protègent pas vraiment ses points vitaux. Elles sont donc complètement inefficaces en termes de protection. Un exemple courant de cas de sexualisation fréquente de la femme dans la culture *geek*.

« Quand je jouais pendant 6 heures d'affilée, je préfère voir une nana avec de gros nénés et une mini jupe plutôt que de voir un mec, un gros balèze³⁶ »

Selon *l'Essentiel du Jeu Vidéo*, en 2021 près d'un joueur sur deux est une joueuse. Cependant, certaines représentations caractéristiques de la sexualisation des personnages féminins dans le jeu vidéo sont encore présentes : mensurations irréalistes, démarches chaloupées, airs niais ou aguicheurs³⁷...

Malgré cela, les personnages féminins souffrent encore d'une manifestation particulièrement extrême du « regard masculin³⁸ » même si cela a tendance à changer. Toujours avec l'exemple de Lara Croft qui a vu son avatar changé depuis *Tomb Raider: Game of the Year Edition* (2014) où l'équipement de son personnage est davantage pensé pour le côté survivaliste du jeu.



36 Simon Massei, interview d'un *gamer* dans « C'est plus agréable de stuffer une elfe en mini-jupe », *Jef Klak : Ch'val de course*, n° 4, 2017, p.34.

37 Martin Vasseur, « Les femmes dans les jeux vidéo », *heconomist.ch*, mis en ligne le 22 mars 2023.

38 Le regard masculin, également appelé vision masculine ou *male gaze*, est un terme qui désigne l'idée que la culture visuelle dominante impose une perspective d'homme cisgenre hétérosexuel. Ce concept a été proposé par la réalisatrice et critique de cinéma Laura Mulvey dans son article *Visual Pleasure and Narrative Cinema* (Plaisir visuel et cinéma narratif) publié en 1975. On parle de *male gaze* lorsque les personnages féminins sont sexualisés et que la caméra s'attarde, par exemple, sur les formes d'un corps féminin. Ce concept est considéré comme le signe d'un pouvoir asymétrique.

De plus en plus d'organismes dénoncent et critiquent cette représentation du jeu vidéo comme *Women In Games* qui organise en février 2022 l'évènement #GenderSwap. Une expérience qui revisite les plus grandes licences du jeu vidéo en appliquant aux personnages masculins les attitudes initialement pensées pour les héroïnes féminines.



Women In Games et BETC, #Genderswap, modélisation 3D, image extraite du site betc.com

Cette nouvelle vision à l'égard du jeu vidéo inspire des artistes comme Chloé Desmoineaux (chloedesmoineaux.surf) qui aborde les questions de genre, d'identité à travers le détournement de jeux vidéo et d'ateliers d'initiation à la création vidéoludique. À travers ses ateliers, sont conçues des manettes de jeu vidéo alternatives *low tech*³⁹ à partir de pièces préexistantes et de matériels



Chloé Desmoineaux, Scylle 3000, 2018, installation interactive, image extraite du site de l'artiste

39 Il se caractérise par la mise en œuvre de technologies simples, peu onéreuses, accessibles à tous et facilement réparables, faisant appel à des moyens courants et localement disponibles (dont la réutilisation ou le recyclage d'objets et/ou de matériaux usuels).

que l'on peut facilement trouver comme du carton. En opposition à l'industrie du jeu vidéo, dont la fabrication nécessite l'extraction de matériaux rares pour une technologie dont l'obsolescence est programmée à être renouvelée à chaque nouvelle commercialisation. La complexité graphique a également une incidence sur l'impact écologique d'un jeu.

À titre de comparaison,

« La consommation d'électricité annuelle mondiale requise pour l'utilisation des jeux vidéo représente celle utilisée par dix réacteurs nucléaires⁴⁰ ».



Lors du *workshop* Ramasse miette, Récupérateur de mémoire et Glaneur de cellules animé par Chloé Desmoineaux, j'ai découvert des outils comme Bitsy ou Pico-8. Qui sont des logiciels avec lesquelles il est possible

de réaliser des jeux vidéos 8-bits⁴¹, et qui nécessite donc très peu de ressources. Ces logiciels alternatifs de conception de jeux vidéo sont simples à prendre en main et sont accompagnés de documentations détaillées. Cet atelier était également accompagné de la conception de contrôleurs alternatifs à partir de pièces d'anciennes consoles que l'on peut largement retrouver dans diverses ressourceries.



Ed Key, Silveryield, 2021, jeux vidéo, image extraite de l'article « How small game makers found their community » de Adam Dixon mise en ligne le 23 février 2018 sur Rockpapershotgun.com

40 Virginie Hilssone, « Qu'est ce qu'on fait ? : L'industrie du jeu vidéo rejeterait 37 millions de tonnes de CO2 », *Mouv' Radio.fr*, podcast mis en ligne le 31 mars 2023.

41 L'appellation 8-bits est donnée à partir des années 2000, lors de la démocratisation des ordinateurs à des jeux vidéo utilisant des graphismes comportant des gros pixels, dans le style du *Pixel art*.

Jeux vidéo - De la chambre au musée

La surproduction de matériels de jeux vidéo dans les années 1990-2000 m'a amené à découvrir des jeux vidéo bien après leur première commercialisation. Le matériel informatique rudimentaire et raisonnable est également mis en valeur lors d'exposition comme *Eniarof* durant lequel des artistes exposent de nouvelles formes de jeu. L'événement revisite la fête foraine sous forme de salle d'arcade alternative et *low tech*. Cet événement se rapproche davantage des salles d'arcades françaises qui mêlent quelques bornes d'arcade mais avec des attractions de fêtes foraines comme le punching ball et la machine à basket électronique, donc plutôt éloigné de l'imagerie de la salle d'arcade américaine que l'on a pu fantasmer à travers le cinéma, rempli de borne d'arcade Atari⁴² et de néon coloré. Je compare le jeu vidéo au cinéma, il est pour moi un film augmenté dans lequel on incarne un avatar mais on contrôle également les cadrages, les mouvements, l'orientation de la caméra, on peut faire des choix, ...




*Pang Pang Club, Errance-s, 2022,
installation interactive, image extraite du site de Eniarof*

42 Atari est une marque historique de l'industrie du jeu vidéo. Elle crée en 1972 avec la fondation d'Atari Inc., une entreprise considérée comme pionnière et fondatrice de l'industrie du jeu vidéo avec par exemple la commercialisation de l'Atari 2600 (1977) la Jaguar (1993) et la borne d'arcade *Pong* (1972).






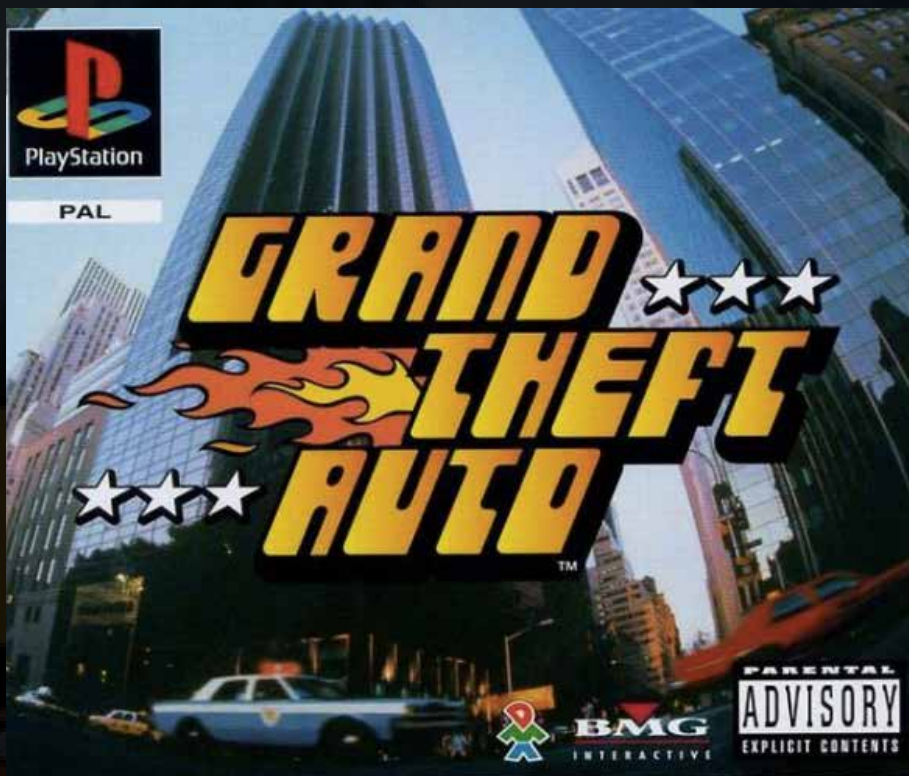
Ce rapport entre le jeu vidéo et le cinéma, je la relativise aujourd'hui, sachant que toute équipe de designers et d'infographistes travaillent sur la conception du jeu. Ce qui m'intéresse, c'est la partie graphique des jeux vidéo : les menus, les titres, l'affichage des options, les barres de points de vie, les tableaux des habiletés, la jaquette, qui sont pensés et conçus par des designers graphiques. Mais également comment l'imagerie du jeu vidéo a influencé et s'est mêlé à celle du graphiste. À titre d'exemple, Psygnosis, le développeur du jeu *Wipeout*⁴³ fig. 13 a demandé à The Designers Republic⁴⁴ de produire une série de marques pour chacune des équipes de course futuristes du jeu. Chaque équipe a son propre logo et son propre langage de marque, que l'on retrouve dans les publicités en bordure de piste, dans les logos des sponsors et les panneaux d'affichage en arrière-plan. Chaque piste est jonchée de publicités pour des équipes de jeu et de produits fictifs aux côtés de publicités Red Bull du monde réel. The Designer Republic a réalisé des visuels qui ont marqué la culture populaire : de la série de jeux vidéo *Wipeout* sur Playstation dès 1995,  au premier *Grand Theft Auto* fig. 14.

43 Un jeu de course futuriste dans lequel on incarne un pilote de vaisseau spatial polygonal et qui m'a largement marqué.

44 *The Designers Republic* est un studio anglais de design graphique principalement connu pour avoir créé le design de la série *Wipeout* sur PlayStation dès 1995. Ils sont également connus dans le domaine de la cover de pochette d'album comme pour l'album *Don't get mad... Get even* de *Age of Chance* en 1987.




fig. 15	WipeOut		retro 
Psygnosis		Playstation	
		1995	Jaquette



PlayStation™

76806 4239521

fig. 14	Grand Theft Auto	retro	
David Jones et Billy Thomson	Playstation		
	1997	Jaquette	



Les jeux vidéo rétro ont inspiré une écriture artistique de notre époque avec les écrans LCD qui affichent des éléments noirs sur un fond verdâtre comme la Nintendo Game Boy, des graphiques vectoriels à la manière du film *Tron* ou du jeux vidéo *Battlezone*, des niveaux pixelisés comme *Pac Man*, une palette de couleurs vives qui paraît presque fluorescente rappelant l'univers des bornes d'arcade et des typographies monospaces pixelisées nous incitant à presser le bouton start.

« Le marketing de la nostalgie est d'autant plus efficace lorsqu'il cible les « millennials » et s'inspire des souvenirs d'une époque « plus simple », avant internet, où l'on pouvait s'asseoir et profiter d'un jeu 8 bits et de sa bande-son à répétition⁴⁵ ».

Ayant grandi à l'ère des jeux vidéo de cinquième génération⁴⁶, l'esthétique des jeux vidéo tend à vouloir être plus réaliste grâce à la modélisation 3D. Une esthétique appelée *Low Poly* inspirant différents aspects de la création tant dans le design graphique que dans les jeux vidéo indépendants. Une esthétique de modèle 3D avec un faible nombre de polygones. En effet, les éléments apparaissant dans le jeu vidéo sont modélisés en facettes qui forment des polygones. Plus le nombre de facette est élevé, plus les informations sont lourdes à traiter.



45 Pomerleau Colette, « L'influence durable du design de jeux vidéo des années 80 », *99design.fr*, publié en 2021.

46 Les consoles de jeux vidéo de cinquième génération représentent l'ère des consoles dans le milieu des années 1990 jusqu'au milieu des années 2000 avec la sortie de la Playstation 3 en 2006. Le marché est dominé par trois consoles, la Playstation, la Saturn et la Nintendo 64.

Dans le style *Low Poly* (signifiant peu de polygones), les volumes 3D sont constitués de moins de facettes que les jeux vidéo actuels à l'aspect lisse et réaliste. Des formes 3D simples comme des graphiques vectoriels, des sphères et d'autres formes géométriques viennent donner une profondeur dans l'espace 2D. J'entends ici qu'une illusion de profondeur et de 3D est perceptible par nos yeux sur une surface, celle de l'affiche, qui est plane.

« Il est paradoxal de constater que les volumes simples (...) sont convoqués dans des productions de designers graphiques contemporains (...) alors qu'il y a 40 ans cette esthétique rudimentaire était subie⁴⁷... ».

L'esthétique des jeux vidéo a énormément changé depuis. Les développeurs sont à la recherche de photoréalisme dans leur jeu tandis que le graphiste réalise des éléments simples de modélisation 3D. Aujourd'hui, l'amélioration de la puissance des ordinateurs et des capacités des logiciels comme *Blender*⁴⁸ permettent de pouvoir réaliser de la modélisation 3D depuis un ordinateur portable, il est même possible de détourner *Illustrator*⁴⁹, qui propose depuis peu un nouveau service de modélisation 3D. Ce qui me fait réagir et apprécier des projets qui incluent la 3D, c'est que cela ravive dans mes souvenirs d'anciens jeux auxquels j'ai pu jouer.

47 Jean-Michel Géridan, « Du rectangle aux polygones : l'irruption des technologies 3D dans l'affiche contemporaine », *Back Office*, n° 5, 2023, p.26.

48 Blender est un logiciel libre de modélisation, d'animation par ordinateur et de rendu en 3D, créé en 1994. Il est actuellement développé par la Fondation Blender. Depuis 2019 le logiciel Blender est de plus en plus reconnu par les entreprises du secteur de l'animation 3D, comme Epic Games, Ubisoft et NVIDIA.

49 Adobe Illustrator est un logiciel de création graphique vectorielle. Mais il permet également de réaliser de la modélisation 3D.

On voit donc cette pratique se démocratiser et se mêler à celle du design graphique comme dans celle de Golgotha, qui est un studio de création fondé par Antoine Aillot, Marvin De Deus Ganhitas et Guillaume Hugon, dont la pratique est influencée par une sensibilité particulière pour les jeux vidéo. La modélisation 3D utilisée dans leurs travaux fait directement référence à l'imagerie du jeu vidéo ainsi qu'à leurs effets spéciaux, loin de formes élémentaires de base.

Dans cette esthétique colorée inspirée de la culture pop, Mathias Schweizer réalise un catalogue anniversaire à l'occasion de la 4^e biennale internationale de design graphique à Chaumont, l'exposition célèbre le 30^e anniversaire du concours international d'affiche. Le catalogue et l'affiche pensés par Mathias Schweizer sont composés d'une multitude de couleurs acidulées. La surcharge de ces éléments et les couleurs utilisées qui sont typiques des années 1980 peuvent être inspirées du *Memphis design*. Une esthétique qui se démarque par ses couleurs rouge, jaune, bleu et vert qui font références à l'anti-bon goût prôné par le groupe *Memphis*⁵⁰. Un style lié à son époque qui rend la frontière entre le rétro et le vieux-jeu très fine. De plus, le motif de dragées présent sur la tranche du catalogue rappelle le motif Bacterio largement utilisé dans le design *Memphis*.



Mathias Schweizer, 4^e Biennale internationale de design graphique, édition.

50 Fondé à Milan en 1980 par Ettore Sottsass, le groupe Memphis est un rassemblement d'architectes, de jeunes créateurs et de designers. Il s'ouvre davantage sur la mode et les mouvements artistiques internationaux du moment tels que le *Pop Art*. Il déstabilise d'emblée les codes du design post-Bauhaus en introduisant une gamme beaucoup plus large de couleurs, le motif kitsch et l'usage du stratifié dans le mobilier. Plus généralement, il est à l'origine de formes nouvelles dans l'univers du mobilier, luminaires et l'art de la table.



La première fois que j'ai regardé un match de catch c'était en zappant les chaînes à la télévision. Je me suis alors retrouvé sur la chaîne NT1 (aujourd'hui TFX) qui diffusait le week-end les shows américains de catch. Le catch est une forme de divertissement combinant performances sportives et théâtrales dans un ring qui ressemble visuellement à la lutte professionnelle. Les matches de catcheur.euse.s de la *World Wrestling Entertainment*⁵¹ (WWE) sont diffusés à la télévision à travers deux *roster*⁵² : une émission le vendredi soir *RAW* et une émission le samedi soir *SMACKDOWN*. Par la suite, les deux émissions étaient diffusées à la télévision le samedi sous le format intitulé *Catch Attack*. L'émission était accompagnée par Philippe Chéreau et Christophe Agius, deux commentateurs iconiques qui sont devenus les voix du catch américain en France. Je partageais ce moment de télévision avec ma petite sœur en criant une phrase qui résonne encore dans nos têtes : « PAR DESSUS LA TROISIÈME CORDE » lorsque l'un.e de nos catcheur.euse.s favoris tels que John Cena, Triple H, Randy Orton, Rey Mysterio, Jeff Hardy, Mickie James, Natalya ou encore Beth Phoenix propulsait son adversaire en dehors du ring.

51 La *World Wrestling Entertainment* est une entreprise américaine spécialisée dans l'organisation d'événements de divertissement, principalement de catch.

52 Terme américain désignant la liste des catcheurs et catcheuses employés à un moment donné dans une structure de catch, composant une catégorie, une émission ou une organisation.

En France, cette génération de catcheur.euse.s est nommée également *Catch Attack* ou génération NT1, tant cette émission a popularisé le catch américain en France entre les années 2000 et 2010. Même si l'on était prévenu à chaque début d'émission avec cette phrase courte en fin de générique : « N'ESSAYEZ PAS ÇA CHEZ VOUS », on ne pouvait s'empêcher de reproduire les mouvements que l'on voyait à la télévision que ce soit sur un lit ou sur un trampoline.

Les catcheur.euses sont devenu.es des superstars durant mon enfance, comparables aux supers héros de chez DC Comics ou Marvel. Notamment avec une multitude de produits dérivés : des t-shirts, des jeux vidéo, des cartes à jouer jusqu'aux objets les plus improbables. Mais le produit dérivé qui a marqué les fans de catch américain est la série de jeux vidéo de catch *Smackdown vs Raw* fig. 18 fondée sur la promotion de la franchise professionnelle de catch WWE produite de 2004 à 2011. Ces jeux ont eu un succès dans le monde entier et sont apparus en France lorsque le catch était le plus populaire. Ils permettaient de pouvoir personnaliser son propre catcheur et d'élaborer sa propre identité visuelle : des motifs tribaux, différentes typographies... On pouvait également personnaliser l'identité visuelle de tous les autres catcheurs existants, allant des pancartes des fans, de l'habillage télévisuel, des plans de caméra, des effets pyrotechniques, de la vidéo de l'entrée, de la tenue jusqu'à son logo. Cette possibilité de personnalisation et de création a fait partie selon moi de l'une de mes premières approches du design graphique. Les derniers jeux vidéo de catch ou d'autres jeux de simulation de sport comme les séries de jeux vidéo *Fifa*⁵³ ou *NBA 2K*⁵⁴

53 *Fifa* est une série de jeux vidéo de simulation de football développée par EA Vancouver et éditée annuellement par *Electronic Arts* depuis 1993. Le dernier volet EA Sport FC est le trente-et-unième volet de cette série.

54 *NBA 2K* est une série de jeux vidéo de basket-ball développée par *Visual Concepts* et éditée par *Sega Sports*, puis par *2K Sports* depuis 2005. La série est apparue en 1999 avec *NBA 2K* et en est à son vingt-cinquième opus en 2023 avec *NBA 2K24*.

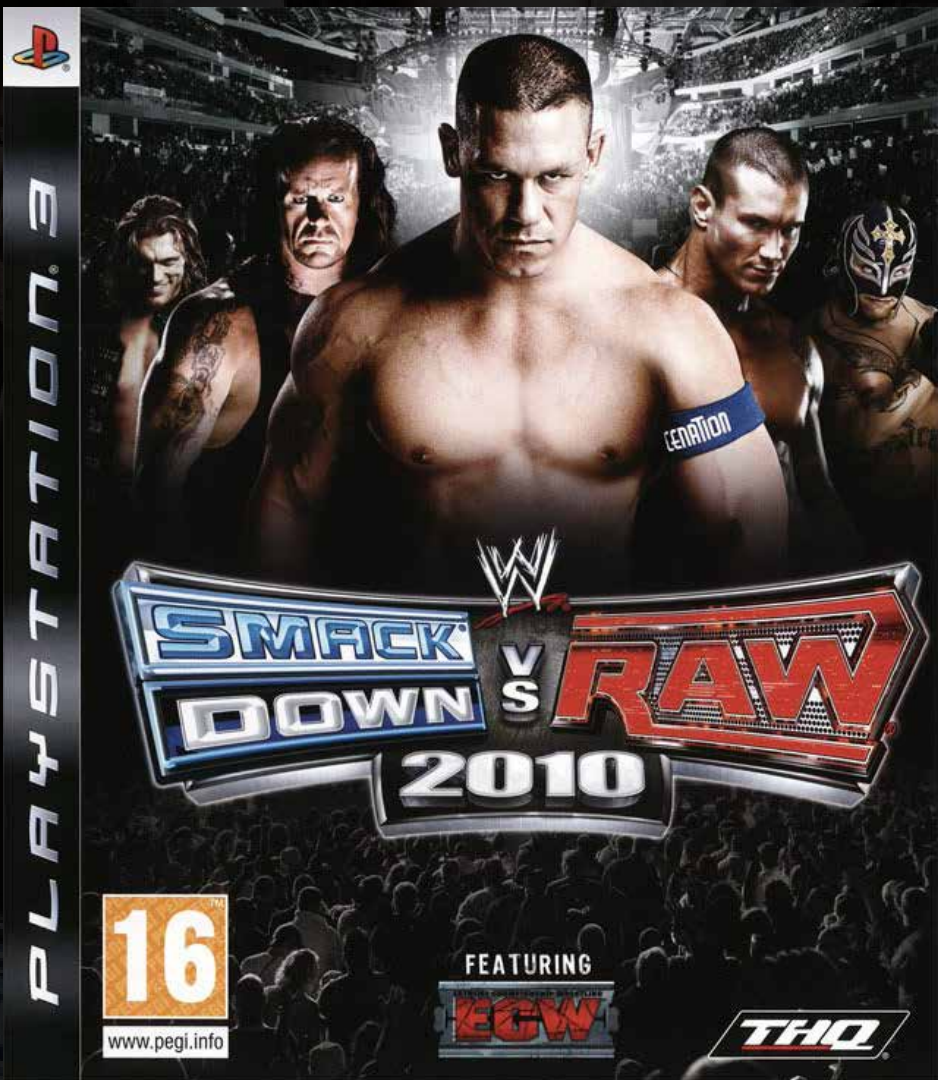
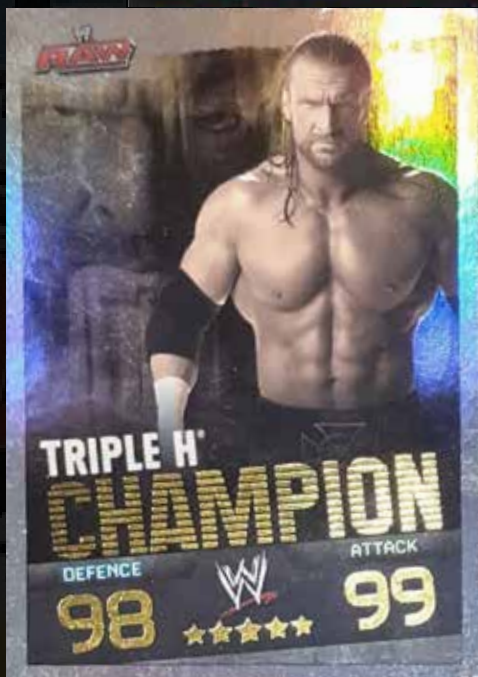


fig. 15	SmackDown vs Raw 2010	
Osamu Hashimoto et Kentaro Arai	Playstation 3	
	2009	Jaquette



TOPPS
Trading Cards
© Topps Europe Limited 2008
© 2008 World Wrestling Entertainment, Inc. All Rights Reserved



TOPPS
Trading Cards
© 2008 World Wrestling Entertainment, Inc. All Rights Reserved
© Topps Europe Limited 2008

avaient même la possibilité d'inclure des créations réalisées à partir de certains logiciels de la suite Adobe. J'ai pratiquement joué à tous les jeux de cette série. Cette admiration du catch américain a aussi été renforcée par les jeux de cartes de catch *Slam Attax* fig.19 paru en 2006 et *Slam Attax Evolution* paru en 2009 fig.20 ,mettant en scène des *Superstars* de la WWE des roster⁵⁵ *Raw*, *Smackdown* et *ECW*, ainsi que des *Divas*⁵⁶ et des légendes de la WWE. Chaque *Superstar* avait une note d'attaque et de défense sur 100, et une note d'étoile sur 5. La première édition (2006) n'est pas celle qui m'a le plus marqué visuellement. Celles pour lesquelles j'ai le plus d'affect sont les cartes avec des reflets argentés et dorés malgré un fond récurrent dont seuls quelques couleurs les différencient. Dans la deuxième édition, le fond est légèrement différent selon les cartes comme la couleur qui est attribuée selon la particularité du personnage représenté sur la carte, on trouve plus d'éléments détaillés en arrière plan : le visage en fondu, une typographie qui évoque l'affichage sur écran géant. Tous ces éléments qui m'ont durablement marqué et donné envie de les collectionner.



fig. 16	John Cena	champion	
2006	Topps Trading	Slam Attax	

fig. 17	Triple H	champion	
2009	Topps Trading	Slam Attax Evolution	

55 Casting de personnages d'un jeu.

56 Division féminine du catch américain de la *World Wrestling Entertainment*.

Catch attak - Par dessus la 3^e corde

La WWE collectionne elle-même des tenues et divers objets liés à la lutte professionnelle ainsi que des produits dérivés à travers plusieurs musées de la WWE. Cette collection explore l'histoire et les souvenirs liés à l'entreprise et à ses catcheur.euse.s. Un projet de musée qui rassemblera tous ces objets est en cours de construction à Orlando, une ville dans laquelle la WWE a déjà installé son centre de formation.

Le catch français a quant à lui pratiquement disparu des médias⁵⁷ mais il existe des expositions qui lui sont consacrées comme Kitsch Catch de décembre 2008 à mai 2009 au Musée Internationale des Arts Modestes (MIAM). À travers des costumes, des produits dérivés et des affiches, l'exposition nous remémore le catch français des années 1950 à 1970, ce qu'on désigne comme l'Âge D'or du catch en France. Durant cette période, des noms comme André le Geant, l'Ange Blanc ou le Boureau de Bethune étaient adulés par le public, dans les cirques et les foires qui organisaient ces soirées.



Collectif Dragopole et Jeremy Deller, Drag & Catch, 2023, performance, musée des Beaux-Arts de Rennes, œuvre en hommage à Adrian Street un des premiers catcheur.euses androgyne connu.e.



Cassandro The Exotic, catcheur.euse drag queen, photo de promotion extrait de l'Universal Wrestling Association

57 Dans la mesure où le catch français est resté beaucoup moins médiatisé que le catch américain. Cependant, le catch français regagne en popularité aujourd'hui grâce à Tom La Ruffa, Tristan Archer, Aigle Blanc ou encore Amale qui catch dans des sociétés plus médiatique et reconnu de la lutte professionnelle.



Liz Flahive et Carly Mensch, *Glow*, série de 30 épisodes, couleur, 37min, 2017

Le catch américain étant conçu pour être un spectacle, l'entrée des catcheurs sur le ring est accompagnée de différents visuels projetés sur un écran géant que l'on appelle « Titantron ». Ces effets maintenant considérés comme démodés, « kitsch », habillent les différents logotypes et typographies représentant les catcheurs. Des typographies en 3D légèrement animées, inspirées d'une esthétique stéréotypée de groupe de rock ou de métal, parfois punk allant jusqu'au rap nous permettent de rapidement comprendre la personnalité du personnage incarné. Des vidéos dynamiques avec beaucoup de *cut*⁵⁸, des effets de texture, de foudre, des flammes voire même de la dorure, mettent en scène des moments marquants ou spectaculaires dits *highlights*⁵⁹ du catcheur qui sont projetés à tout le public.

Les entrées des catcheurs sont également accompagnées de musique composée spécialement pour l'événement ou accompagnées de morceaux joués par des compositeurs reconnus comme les groupes de metal Alter Bridge, Motörhead, qui ont été utilisés par les superstars. Ainsi, CFO\$, Kid Rock, The Chris Warren Band et Jim Johnston ont composé la plupart des morceaux pour la WWE. Jimmy Hart est aussi l'artiste qui a conçu énormément de morceaux cultes pour le catch américain comme *American Made* pour Hulk Hogan.

58 Passage sans transition d'un plan à un autre.

59 Temps fort, moment le plus marquant, point culminant.

Catch attak - Par dessus la 3^e corde

Les thèmes d'entrée des catcheurs rappellent les caractéristiques du personnage incarné par le catcheur. Leur meilleurs moment ou les plus spectaculaires sont également présentés dans les vidéos qui accompagnent le show. Parmi les morceaux de musique qui m'ont marqué, je peux citer *Natural Born Killaz* de Dr. Dre et Ice Cube pour New Jack, *What's Up* de R-Truth, *Bringin' Da Hood T U* de Jim Johnston pour Crime Time qui m'ont fait découvrir puis aimer le rap. Durant mes études, j'ai compris que je pouvais tout mixer : à la fois mon attrait pour l'univers décalé et populaire du catch et la culture hip-hop.







L'arrivée du décodeur à la maison m'a permis de découvrir MTV, une chaîne de télévision américaine autrefois spécialisée dans la diffusion de vidéo clips musicaux, et devant laquelle je pouvais passer mes journées. C'est aussi grâce au jeu vidéo en particulier *NBA street vol. 2* et *Def Jam Fight for NY*, que j'ai découvert de nombreux morceaux cultes et *old school*⁶⁰ de rap américain comme *They Reminisce Over You* de C.L. Smooth et Pete Rock **fig. 21**. J'étais, de fait, très attiré par les visuels des pochettes de CD, en particulier celles datant des années 1990-2000. Des pochettes d'album criardes et oniriques qui perpétuent sans retenue l'hyper-masculinité hétérosexuelle⁶¹ que l'on retrouvait déjà dans l'imagerie du rap. Ces pochettes d'album mettent en scène un paysage offrant des collages Photoshop vibrants de palmiers et d'ananas, de voitures type *Hummers* et d'hélicoptères, de têtes de morts, d'horizons urbains et de gobelets cloutés de diamants. Il y avait presque toujours des bouteilles de champagne, des éclairs et des voitures de luxe aux couleurs pastel, ou encore de femmes souvent hyper-sexualisées.



60 Le rap *old school* est principalement caractérisé pour des techniques très basiques et des thèmes, pour la plupart, revêtant un caractère festif. Il est instauré par les figures telles que Afrika Bambaataa, Grandmaster Flash, Busy Bee Starski et Kool Moe Dee.

61 L'hyper-masculinité est un terme psychologique qui désigne l'exagération du comportement masculin stéréotypé tel que l'importance donnée à la force physique, l'agressivité et la sexualité.



Le tout soigneusement disposé dans des cimetières, des déserts ou des marécages, sur les pelouses de domaines somptueux ou sur la lune. Les polices de caractère avaient tendance à être tridimensionnelles, apparemment coulées dans de l'or ou d'autres métaux précieux, une typographie métallisée, avec des diamants, des ornements très « bling bling⁶² » représentant leur nom.

J'ai appris bien plus tard que ce style de pochette portait un nom : l'art Pen & Pixel et s'ancre dans l'esthétique *mixtape*. Selon Kid Eight, graphiste anglais spécialisé dans la cover de disque :

« Une bonne pochette doit obligatoirement se démarquer des autres sorties, et cela implique qu'il ne faut pas hésiter à explorer à fond les possibilités de Photoshop, à exagérer le message souhaité⁶³. »

Ces mises en situation fantasmées et ostentatoires de richesse contrastent avec la réalité des quartiers défavorisés des États-Unis ainsi que la condition de vie des minorités comme la communauté afro-américaine et latino-américaine, mais elles incarnent le rêve américain auquel tout le monde aspire. L'esthétique *mixtape* se caractérise par sa démarcation des autres pochettes de disques avec des visuels qui sautent aux yeux.



62 Tape-à-l'œil, destinée à montrer la richesse de celui qui la porte (souvent des bijoux, bagues ...).

63 Maxime Delcourt, « Faste et furieux : dans l'univers outrancier des pochettes de mixtape », *vice.com*, mise en ligne le 11 avril 2017.

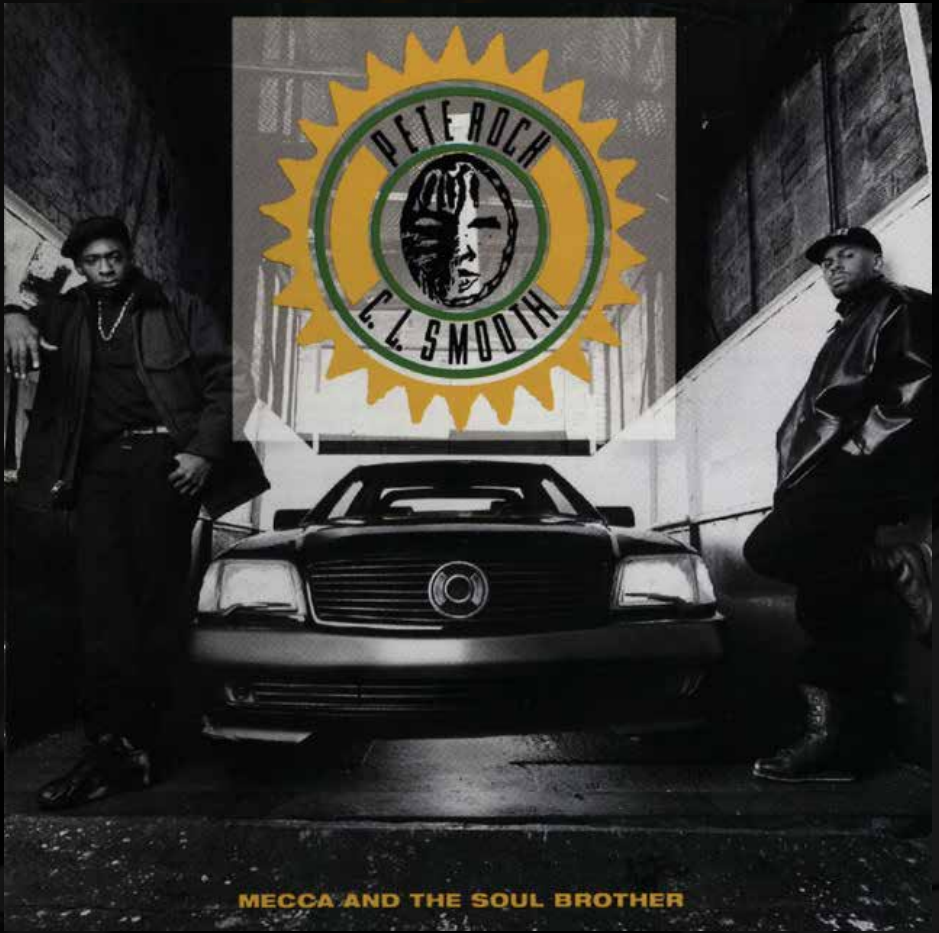


fig. 18

They reminisce over you

Old school



Pete Rock et C.L. Smooth

1992

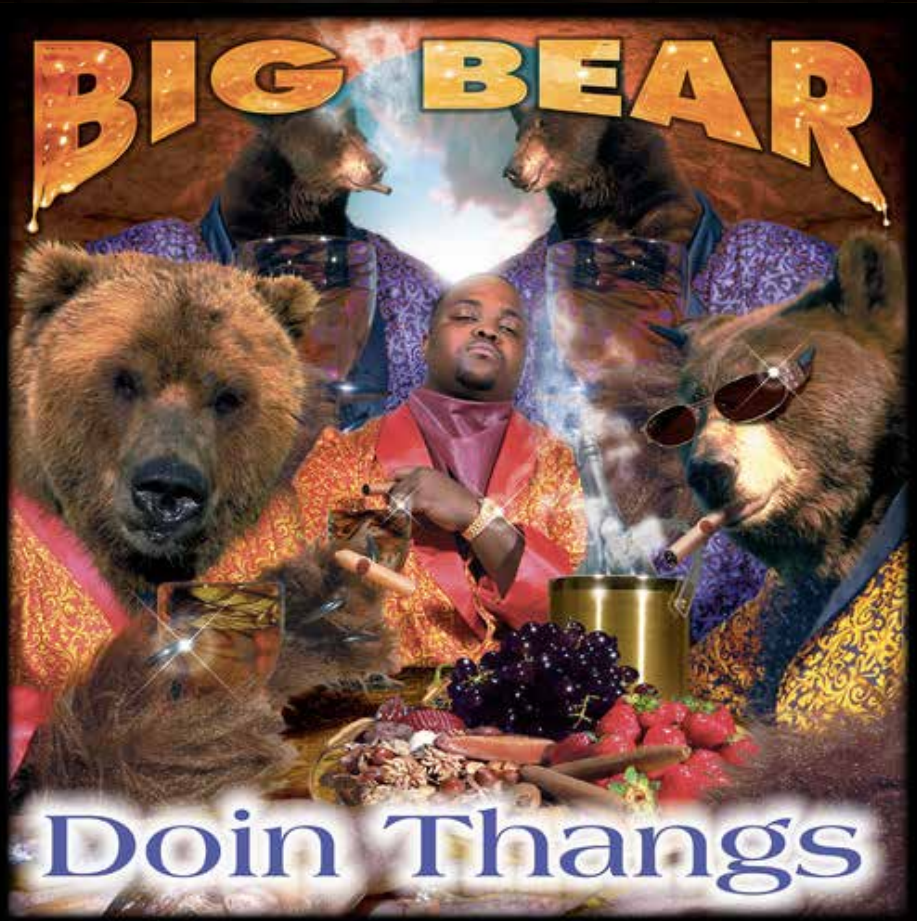


fig. 19

Doin Thangs

Old school



Big Bear

1998

Kid Eight le justifie :

« Si un MC rappe qu'il veut devenir riche, pourquoi ne pas jouer avec cette image ? Plus c'est gros, plus ça risque d'attirer le regard ou de susciter un buzz, qu'il soit bon ou mauvais⁶⁴. »

Il faut provoquer, attirer le regard, que ce soit par fascination ou par dégoût, constamment dans la surenchère. Cette surenchère est représentée par la multitude de collage d'éléments qui viennent saturer le format.



La culture hip-hop émerge à New York dans les années 1970, avant la globalisation de la radio, la musique se partageait alors de main en main avec des cassettes contenant un album ou, dans la majeure partie des cas, une compilation de morceaux d'artistes différents⁶⁵. La caractéristique du format *mixtape* est de correspondre à un usage « pirate ». Les cassettes ne sont pas des sorties officielles des artistes qui prennent davantage la forme d'un *bootleg*⁶⁶ en compilant des morceaux rares et exclusifs obtenus par un dj ou un fan lors de concert.

64 *Ibid.*

65 Corentin Picaut, «L'histoire de la cassette audio et de la mixtape», *likefire.fr*, mis en ligne le 7 juin 2023.

66 Un enregistrement pirate ou *bootleg* est un enregistrement d'un concert depuis le public ou récupéré sur la table de mixage voire un enregistrement studio dérobé, et cela sans aucune autorisation.

« Les mixtapes ont été essentielles à l'essor du hip-hop et de la musique rap⁶⁷ et elles restaient la seule manière de découvrir de nouveaux artistes, parfois en public avec les nombreuses boombox⁶⁸ qui peuplaient les rues du Bronx⁶⁹. »

Shawn Brauch, un ancien graphiste du label Rap-A-Lot Records, fonde avec son frère le studio graphique Pen & Pixel. En utilisant toutes les possibilités qu'offre le logiciel Photoshop, qui est en 1992, un tout nouveau logiciel de retouche photographique et de dessin. Ce logiciel a donc été utilisé par le studio pour fournir à bas coût des images pouvant répondre aux fantasmes les plus fous des rappeurs. Ce studio graphique a donc bousculé et exagéré certains codes associés au rap. En 1991, aux États-Unis, naît un rap plus revendicatif évoquant une vie difficile, très souvent précaire, et qui le dénonce ou qui propose

- 67 Le rap est un mode d'expression qui permet de revendiquer des opinions à travers des rythmes musicaux. Le hip-hop est un mouvement culturel et artistique plus global dont le rap fait d'ailleurs partie, tout comme le *breakdance*, le graffiti et le *beatbox*.
- 68 Une programmation rap/hip-hop qui donne à voir et à écouter des artistes issus de la scène hip-hop alternative internationale. Artistes en développement ou expérimentaux, figures anglo-saxonnes de la nouvelle scène absents des circuits de tournées.
- 69 Corentin Picaut, « L'histoire de la cassette audio et de la mixtape », *likefire.fr*, mis en ligne le 7 juin 2023.
- 70 Laurent Noel, « Résoudre la naissance sous x du rap », *Karoo.me*, mis en ligne le 7 novembre 2016.
- 71 *Ibid*. Le gangsta rap est un sous-genre du hip hop ayant émergé à la fin des années 1980 sur la côte ouest des États-Unis, et qui fut principalement véhiculé par des artistes comme Dr. Dre, Tupac, Snoop Dogg, Too Short, Ice T ou le groupe N.W.A. Les premiers rappeurs gangsta sont issus de gangs, et racontent leur vie dans la violence. C'est une des raisons pour lesquelles certains thèmes sont récurrents, comme la drogue, la haine des représentants de la loi, le proxénétisme et l'argent. Cependant, au fil des années, les thèmes abordés par le genre évoluent pour être finalement présentés de façon idéalisée et erronée.



des messages de paix⁷⁰. Tandis qu'au milieu des années 1990, toujours aux États-Unis, le *gangsta rap*⁷¹ apparaît. Les rappeurs abordent les thématiques de querelle entre gang, d'arme à feu et d'*ego trip*⁷² qui les a amené à un succès matériel. Ce sont ces thématiques qui vont influencer profondément plusieurs décennies de rappeurs et de graphistes hip-hop. On peut le constater avec *Savage Mode II* (2020), un album commun des rappeurs américains Metro Boomin et 21 Savage. Pour ce disque, le studio Pen & Pixel est sorti de sa retraite afin de concevoir une pochette ornée de thèmes typiques que l'on aurait pu voir sur une couverture d'album de rap il y a 25 ans. Il comporte un dé roulant, des Lamborghini nichées dans chaque coin, un grand manoir de style Malibu à l'arrière et un couteau orné de cristaux avec des impacts de balle dégoulinant de sang.



Pen & Pixel, *Savage Mode II*, cover, 2020.

Une des covers les plus connues, réalisée par Pen & Pixel est celle de *Doin Thangs* pour Big Bear étant devenu un mème⁷³ sur internet **fig. 22**. Une pochette d'album qui véhiculait des fantasmes aujourd'hui kitsch⁷⁴ de capitalisme poussés à leurs extrêmes illogiques, les rendant à la fois plaisantes à regarder mais aussi humoristiques.

- 72 Démarche menant à flatter ou embellir l'ego d'une personne. *L'egotrip*, dans le rap, veut attirer l'attention, généralement en exagérant, sur son importance, son influence ou son pouvoir. C'est un style de musique qui permet à l'artiste de faire sa promotion, de se mettre lui et/ou ses œuvres en avant devant son public.
- 73 Une image, photo ou GIF humoristique repris et décliné en masse issues de différentes sources (film, série, cartoon, bande dessinée, d'une autre photo...) et avec une phrase d'accroche, partagé sur Internet.
- 74 L'usage voulu ou non, dévié, d'éléments démodés, de mauvais goût, voire vulgaire, réjouissent certains ou déçoivent les autres.

Certaines pochettes comme celle de MF DOOM utilisent l'image des comics américains, ici un super-vilain de l'univers de Marvel Docteur Fatalis (Doctor Doom en anglais). Il renvoie leur image à celle de super-héros, un style de bande dessinée qui me plaisait beaucoup lorsque j'étais au collège et qui m'a fait découvrir puis aimer les *comics* en particulier ceux dont l'univers est plutôt sombre avec un anti-héros comme protagoniste : The Punisher, Blade ou Spawn.

Au fur et à mesure que je m'intéressais aux pochettes d'album de CD, je découvrais la collection de CD de rap français de ma mère allant de 113, Arsenik, Assassin, MC Solaar, Ministère Amer, NTM, IAM, Sinik à Sniper. La plupart des *covers* de ces artistes ont été réalisées par Fifou, pseudonyme d'un photographe et graphiste qui a conçu près de 600 pochettes d'album du rap français et est considéré comme une personnalité importante dans le milieu.

Certaines pochettes tendent vers des éléments graphiques déterminés par le rap américain comme la typographie et le décor de l'album Éclipse (2002) de Busta Flex, tandis que d'autres pochettes sont composées à partir de photos prises dans des chambres, dans la rue ou avec des prises de vue de mobilier urbain comme l'album Fout La Merde (2002) du groupe 113.



Busta Flex, Eclipse, 2002, pochette d'album réalisé par Noé2, graffeur parisien.



113, Fout La Merde, 2002

Ces pochettes étaient moins extravagantes mais avaient pour moi plus d'impact. Que ce soit du côté de rap français *funky*⁷⁵ ou du rap *hardcore*⁷⁶, la photographie des pochettes d'album de rap français est pensée pour mettre en avant une certaine franchise loin de la flatterie de l'égotrip et du fantasme de richesses américains. J'apprécie les pochettes simples mais où, souvent, la typographie saute aux yeux et donne le ton de la photographie, de la pochette et de la musique. C'est bien plus tard que je me suis mis à conserver ou collectionner ces CD. Je ne peux m'empêcher aujourd'hui d'acheter ou de racheter des CD tant comme des références visuelles que comme des objets qui ont une signification personnelle et qui réveillent des souvenirs.

Depuis 2022, une nouvelle génération de rappeurs francophones qui, à travers des morceaux et des visuels plus expérimentaux, bouscule les stéréotypes que l'on peut avoir du rap. Des couvertures d'album proposant des peintures, des illustrations, des visuels d'artistes 3D, de la photographie, ...



Botta, 444, 2022, pochette d'album réalisé par Orlando Elias Adam



Esso Luxueux, Liaisons dangereuses, 2023, pochette d'album réalisé par Metanoia

- 75 Le *funk* est un genre musical ayant émergé vers le milieu des années 1960 aux États-Unis, qui vient de la soul et du disco. Ici est dit *funky* un aspect détendu et festif du début du rap français représenté par exemple par MC Solaar, IAM ou Doc Gyneco.
- 76 Le rap *hardcore* est un style de rap aux paroles crues qui témoigne d'une précarité ou dénonce certains sujets comme la violence policière par exemple. Il est représenté par des artistes comme le groupe NTM ou Assassin.

La cover ne met plus en scène un fantôme du rappeur ou à l'inverse une retranscription de ces conditions de vie mais plutôt comme une atmosphère, qui se veut en lien avec celui du musicien et de son identité artistique.

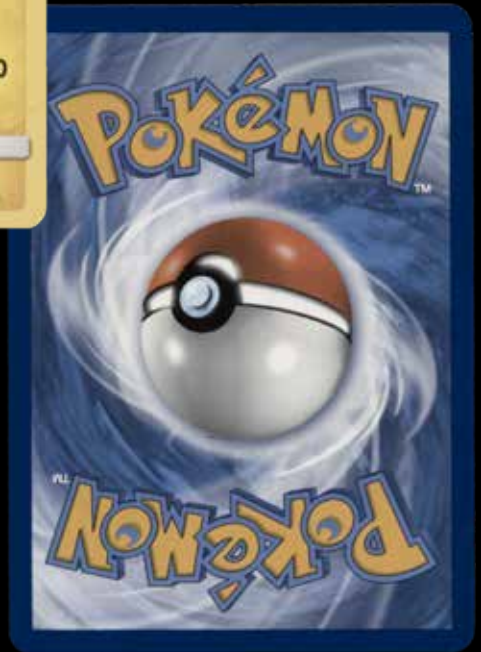
L'exercice de la cover s'est transformé en un médium d'expression artistique. Désormais le rap s'invite même au musée avec des expositions qui y sont dédiés. De décembre 2021 à juillet 2022, la Philharmonie de Paris organise Hip-hop 360. L'exposition reflète les expressions plurielles de l'histoire du hip-hop en France à travers le beatbox, le DJing, le rap, le graff et la danse. On peut également découvrir une petite partie de l'histoire de la pochette d'album issus de la collection personnelle de Dee Nasty⁷⁷.



77 Dee Nasty est un DJ français qui à popularisé le hip-hop en France. Son premier album Paname City Rappin' est considéré comme le premier album de rap français.

Ces objets populaires sont donc d'abord passés par une artification grâce à des expositions dédiées. Les musées étant des institutions de l'art qui légitiment ces derniers comme tels et qui permettent leur démocratisation. Ces objets sont popularisés et permettent aux artistes de s'approprier leurs médiums ou leurs esthétiques. Depuis le début de mes études en design graphique, je m'amuse, je m'interroge, je joue, je déjoue, ou encore je détourne, les images qui m'ont largement influencé dans mon enfance. Le pop art montre qu'il est possible d'utiliser les images produites par la société de consommation pour la critiquer. De mon côté, je travaille avec les archétypes des images populaires des années 1990 et 2000 pour les tourner en dérision par le biais de l'humour.

Ce mémoire m'a permis de questionner cette collection de diverses passions et de mieux comprendre pourquoi je les intègre dans mes productions graphiques. Cet écrit m'a également permis de prendre du recul dessus car pendant mes années d'études je me suis surtout concentré sur l'aspect matériel et graphique de ces images sans vraiment établir une réelle critique sur le regard nostalgique que je porte sur elles. Cette vision nostalgique que j'assume enfin je la mélange avec des éléments graphiques ou thèmes de la pop culture de ces cinq dernières années mais je ne suis pas le seul. C'est une pratique que l'on retrouve chez les jeunes graphistes contemporain.e.s (comme Osheyi Adebayo, Bráulio Amado, Julia Von Dorpp...).



Pikachu		rare	
Sanosuke Sakuma		Pokémon	
2021	Pokémon 25e anniversaire		



fig. 4	Magicien Sombre	secret rare	
Kazuku Takahashi		Yu-Gi-Oh!	
2002	Deck de démarrage Yugi	Upper Deck Entertainment	



fig. 6	Setup Wizard	
Jankenpopp		Windows 93 Card Game
2022		




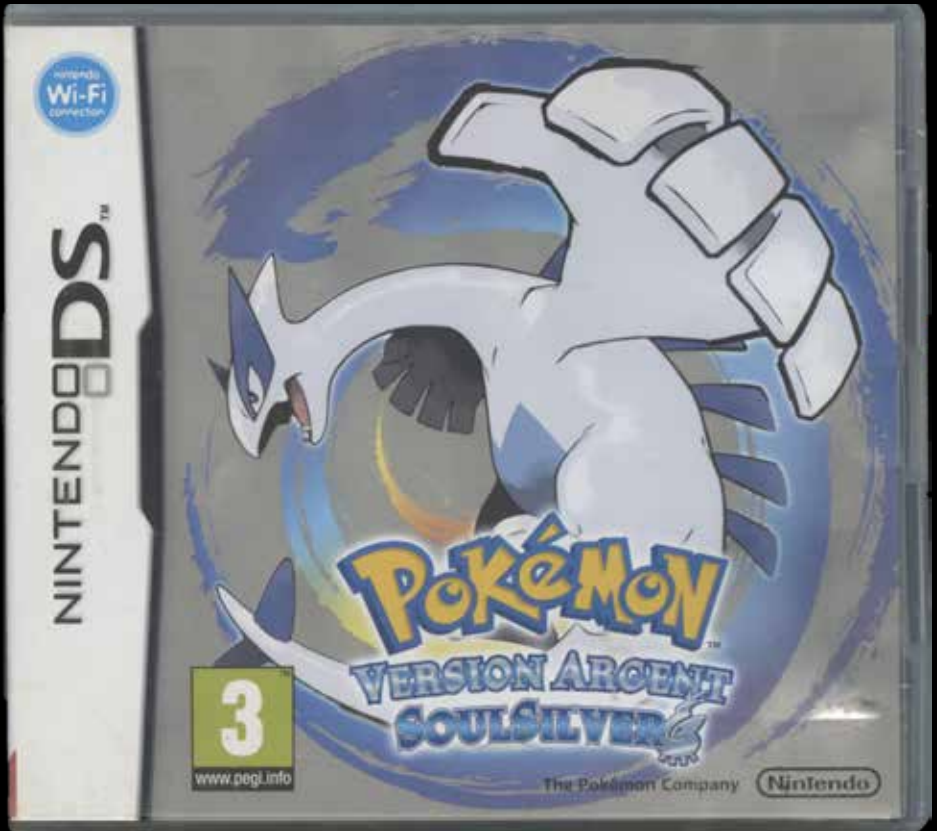
fig. 7	Nabil Vortex	
Silicone Cambrai	Pire to pire	
2022	Ésac Cambrai	



fig. 8	Wrong Prescription	commune	
Beau Van Gisbergen	Mentalmon		
2022	Prototype		



fig. 12	Pokémon Perle		
Junichi Masuda, Satoshi Tajiri, Shigeki Morimoto, Shigeru Ohmori	Nintendo DS		
	2006		Jaquette



Pokémon Argent Soulsilver		
Junichi Masuda, Shigeki Morimoto,	Nintendo DS	
	2009	Jaquette

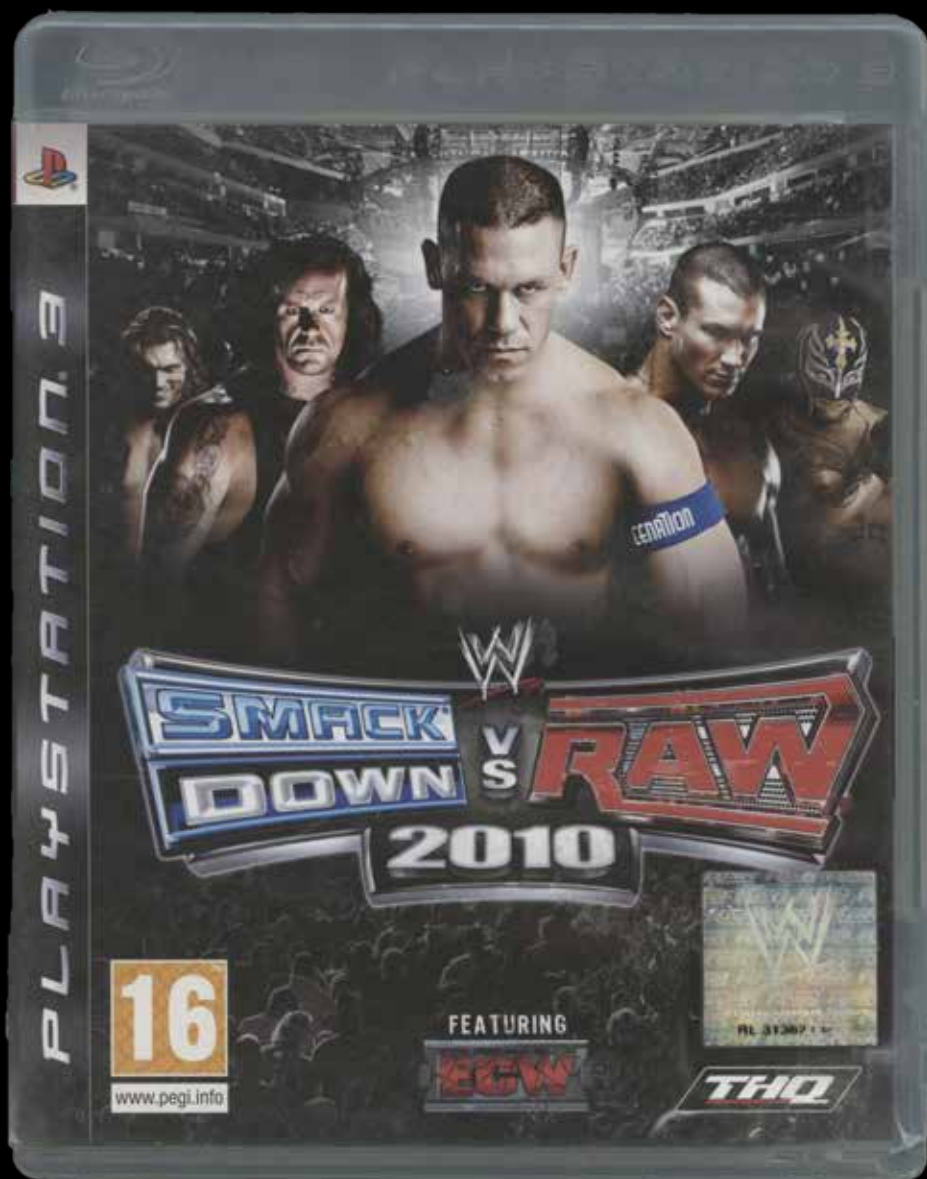
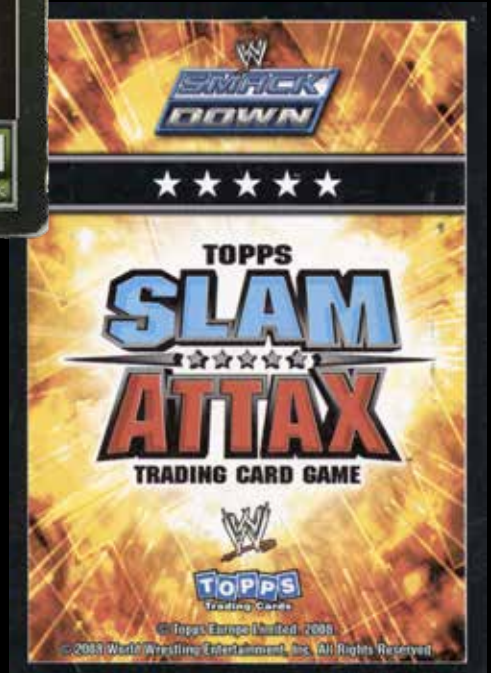
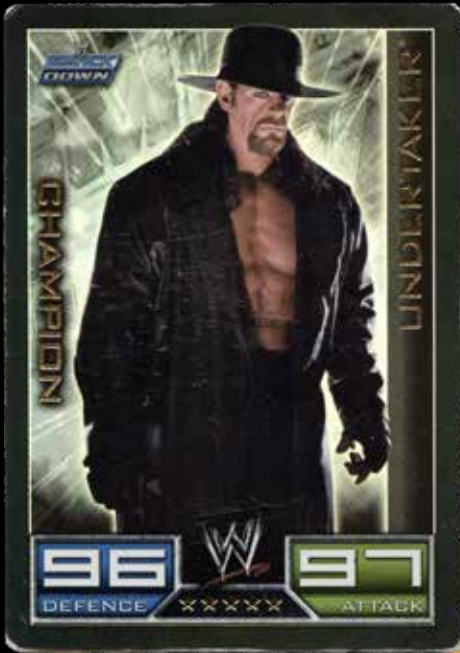

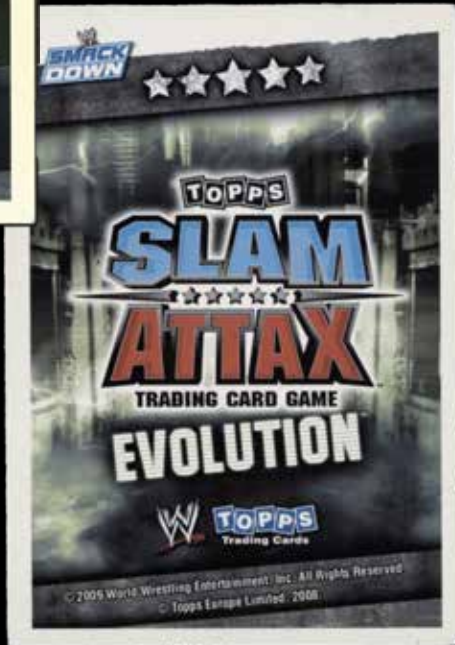
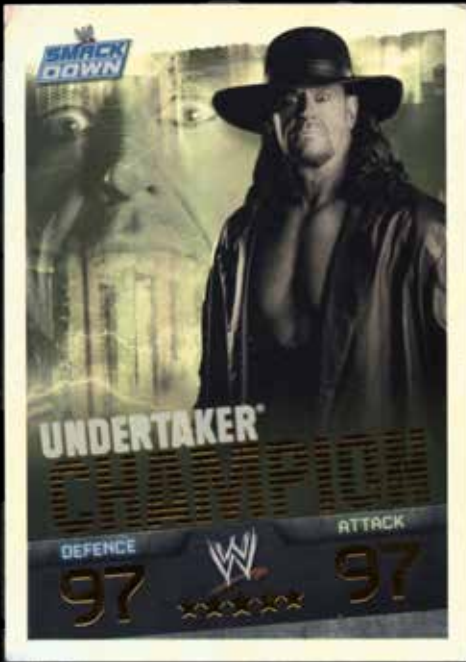


fig. 15	SmackDown vs Raw 2010	
Osamu Hashimoto et Kentaro Arai	Playstation 3	
	2009	Jaquette



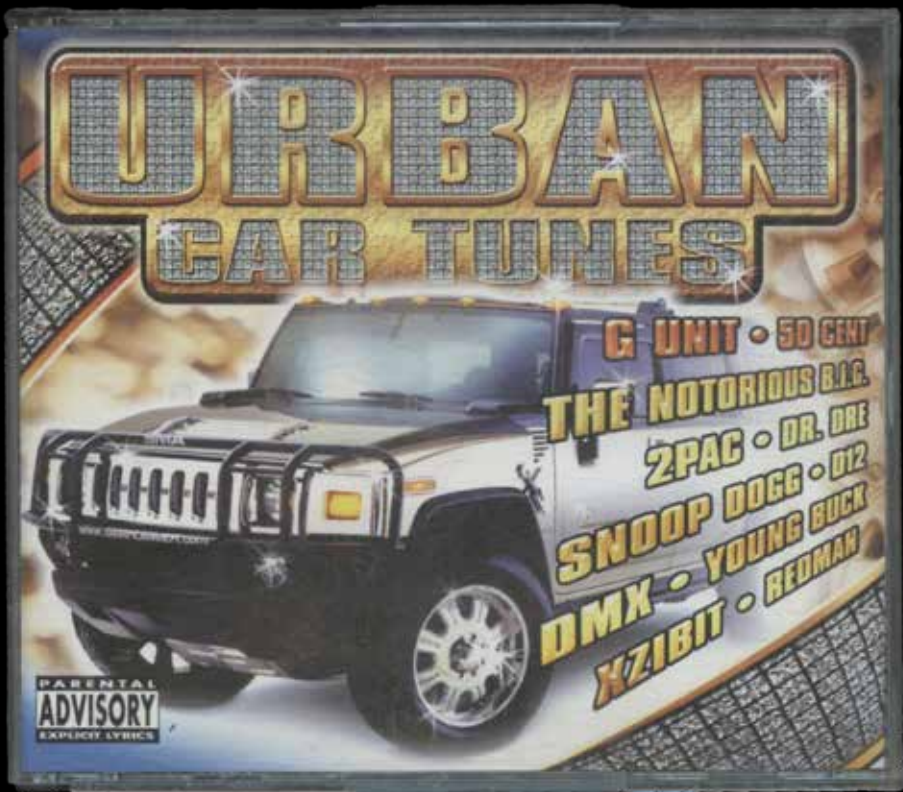
Undertaker		champion	
2006	Topps Trading	Slam Attax	



Undertaker		champion	
2009	Topps Trading	Slam Attax Evolution	



Fout La Merde		Old school	🔦
113	2002		



Urban Car Tunes	Old school 
Kwk	2005

Ouvrages et articles

. BARTHES Roland, *Mythologies*, Paris, Éditions du Seuil, 1957.

. CAZALIS Ferdinand, KLOOS Nathalia, Interview de Mathieu Triclot dans « Les jeux vidéos sont des distributeurs de petites transes domestiques », *Jef Klak : Ch'val de course*, n° 4, , 2017.

. DELANNOI Quentin, *Le hip-hop des 90s ou l'illusion du sacré*, *Audimat*, n° 5, Toulouse, Audimat Editions, 2015.

. DONNOT Kévin, GAY Élise, MASURE Anthony, *Une archéologie des textures*, *Back Office*, n° 5,, 2023.

. FINTONI Laurent, *Gangsta-Rap : un post-scriptum*, *Audimat*, n° 5, Toulouse, Audimat Editions, 2015.

. FISHER Mark, *Ghost of my life*, Genève, Éditions Entremonde, 2014 (2021).

. GÉRIDAN Jean-Michel, *Du rectangle aux polygones : l'irruption des technologies 3D dans l'affiche contemporaine*, *Back Office*, n° 5, 2023.

. MASSEI Simon, interview d'un gamer dans « C'est plus agréable de stuffer une elfe en mini-jupe », *Jef Klak : Ch'val de course*, n° 4, 2017.

. STISI Bastien, *Du physique au streaming : quelles pochettes de disques à l'heure du digital ?*, *Kiblin Magazine*, n° 80, , 2022.

Catalogue d'exposition

. *Sound Of Music*, cat. exp., Dunkerque, FRAC NORD, 2008.

. *Hip-Hop 360*, cat. exp., Paris, Philharmonie de Paris, 2021.

. *Année 80 : mode, design et graphisme en France*, cat. exp., Paris, Les Arts Décoratifs, 2022.

Articles en ligne

. BAILEY Jennifer, « Design des années 1990 : le marketing de la nostalgie », *99designs.fr*, mis en ligne en 2022, www.99designs.fr/blog/inspiration-graphique/design-des-annees-90/, (consulté en octobre 2022).

. BARGIACCHI Marion, #GenderSwap : Women in Games renverse les clichés sexistes, *ouest-france.fr*, mis en ligne le 15 février 2022, www.ouest-france.fr/gaming/jeux-video-genderswap-women-in-games-renverse-les-cliches-sexistes-bfe0806c-8db0-11ec-a6c9-d7629b-bac447, (consulté en septembre 2023).

. BENESSAVY Abdel, BOUILLEAU Severine, KADÉJAT Dahou-Fredi, LEGRAND Julie-Anne, SIMON Marine, TROYER Émilie, « Le graffiti, un outil au service de la ville éducatrice », *Spécificités*, n°3, Champs Social Éditions, 2010, www.cairn.info/revue-specificites-2010-1-page-213.htm#:~:text=Le%20graffiti%20est%20une%20inscription,comme%20d%C3%A9gradations%20urbaines%20%5B8%5D., (consulté en juillet 2023).

. BOQQUE Antoine, « L'histoire de la mixtape rap raconté par Sylvain Bertot », *thebackpackerz.com*, mis en ligne en 2017, www.thebackpackerz.com/histoire-mixtape-rap-livre-sylvain-bertot/, (consulté en septembre 2023).

. BROWNE David, « How it all got started' : DJ Kool Herc talks auction of vintage hip-hop memorabilia », *rollingstone.com*, mis en ligne le 29 juillet 2022, www.rollingstone.com/music/music-pictures/dj-kool-herc-hip-hop-memorabilia-christies-1388186/, (consulté en janvier 2023).

- . DALY Natasha, « Les filles, les garçons et les jouets genrés », *nationalgeographic.fr*, mis en ligne le 12 juin 2018, www.nationalgeographic.fr/sciences/les-filles-les-garcons-et-les-jouets-genres, (consulté en septembre 2023).
- . DELAGE Aurélie, « Le Bronx, des flammes aux fleurs : combattre les inégalités socio-spatiales et environnementales au cœur de la ville globale ? », *geoconfluences.ens-lyon.fr*, mis en ligne le 15 janvier 2016, www.geoconfluences.ens-lyon.fr/informations-scientifiques/dossiers-regionaux/etats-unis-espaces-de-la-puissance-espaces-en-crisis/articles-scientifiques/le-bronx-des-flammes-aux-fleurs, (consulté en janvier 2023).
- . DELCOURT Maxime, « Faste et furieux : dans l'univers outrancier des pochettes de mixtape », *vice.com*, mis en ligne le 11 avril 2017, www.vice.com/fr/article/mgd8jp/faste-et-furieux-dans-lunivers-outrancier-des-pochettes-de-mixtape, (consulté en septembre 2023).
- . KAKAIRE Christine, « Pen & Pixel : the graphic design studio that helped bling hip-hop », *redbullmusicacademy.com*, mis en ligne le 13 août 2019, www.daily.redbullmusicacademy.com/2019/08/pen-and-pixel-feature, (consulté en juillet 2023).
- . KREMER Marion, « C'est quoi le deckbuilding », *Lello.fr*, mis en ligne le 27 mars 2020, www.iello.fr/cest-quoi-le-deckbuilding/, (consulté en mars 2023).
- . KYREMIA Aymeric, « Les genres du jeu vidéo : trading cards game », *Gameher.fr*, mis en ligne le 13 novembre 2019, www.gameher.fr/blog/les-genres-du-jeu-video-les-trading-card-games, (consulté en mars 2023).
- . LUCHETTA Eugenia, « 90's nostalgia : le charme du graphisme des années 1990 est de retour », *Pixartprinting.fr*, mis en ligne le 26 juin 2019, www.pixartprinting.fr/blog/graphisme-annees-90/, (consulté en octobre 2022).
- . MARGUERITTE Henri, « Rencontre : Fifou, l'homme aux 600 pochettes de rap, de PNL à Booba », *Konbini.com*, mis en ligne le 12 septembre 2019, www.konbini.com/arts/rencontre-fifou-lhomme-aux-600-pochettes-de-rap/, (consulté en juillet 2023).
- . NOEL Laurent, « Résoudre la naissance sous x du rap », *Karoo.me*, mis en ligne le 7 novembre 2016, www.karoo.me/musique/resoudre-naissancesous-x-hip-hop2, (consulté en janvier 2023).
- . PICAUT Corentin, « L'histoire de MTV, la chaîne qui a popularisé le concept de vidéoclips », *likefire.fr*, mis en ligne le 16 mai 2023, www.likefire.fr/news/mtv-pantheon-pop-culture, (consulté en septembre 2023).
- . PICAUT Corentin, « L'histoire de la cassette audio et de la mixtape », *likefire.fr*, mis en ligne le 7 juin 2023, www.likefire.fr/news/histoire-cassette-mixtape, (consulté en septembre 2023).
- . POMERLEAU Colette, « L'influence durable du design de jeux vidéo des années 80 », *99design.fr*, mis en ligne en 2021, 99designs.fr/blog/inspiration-graphique/design-de-jeux-video/, (consulté en septembre 2023).
- . NOZE Dirt, « L'art de la pochette rap », *Swampdiggers.com*, mis en ligne le 3 juillet 2019, www.swampdiggers.com/L-art-de-la-pochette-de-rap, (consulté en juin 2023).
- . STEP DANSE PARIS, « La breakdance : tout ce que vous devez savoir », *step-dance.fr*, mis en ligne le 18 janvier 2023, www.step-dance.fr/breakdance/, (consulté en janvier 2023).
- . RIMMER Kelsie, « Tendance de design graphique des années 1990 : du grunge à l'anti-design », *envato.com*, mis en ligne le 17 mars 2020, (consulté en octobre 2022).

. WILSON Wade, « Break Street 84 », *talkingwade.com*, mis en ligne le 6 mai 2021, talkingwade.com/WordPress3/?p=30557, (consulté en janvier 2023).

Films

. CISTERNE Hélier, ELKAÏM David, QUILLÉVÉRÉ Katell, *Le monde de demain*, série de 6 épisodes, couleur, 52 minutes, 2022.

. ESTROUGO Audrey, *Suprêmes*, film couleur, 1 h 52, 2021.

. DEMME Ted, DOUGHERTY Peter, *Yo MTV Raps*, show télévisé, couleur, 2 h, 1988-1995.

. GUIRGIS Stephen Adly, LUHRMANN Naz, *The get down*, série de 11 épisodes, couleur, 50 minutes, 2016.

. LISBERGER Steven, *Tron*, film couleur, 1 h 36, 1982.

. WINTER Terence, *Vinyl*, série de 10 épisodes, couleur, 60 minutes, 2016.

Podcast/Radio

. « Catch Attack : De 2009 à 2019 Que sont il devenu ? », C'est ça le catch, Sturry, Youtube, mise en ligne le 13 janvier 2020, www.youtube.com/watch?v=kWpVGgaDIFA, (consulté en juin 2023).

. « La musique dans le catch », *La Fabuleuse Histoire du catch américain*, n° 37, C'est ça le catch, Sturry, Youtube, mise en ligne le 17 avril 2018, www.youtube.com/watch?v=CtMpllrM8YM&t=3590s, (consulté en juillet 2023).

. « Arts et jeux vidéo : arts visuels », n° 3, Sell Tv, Youtube, mise en ligne le 1 octobre 2018, www.youtube.com/watch?v=zGCLOZnpffU, (consulté en septembre 2023)

Merci à Thibaut Robin de m'avoir suivi tout au long de la rédaction du mémoire.

Merci à Caroline Tron-Carroz pour le suivi et la relecture.

Merci à Lucile Bataille et Fabrice Sabatier pour le suivi de la conception graphique.

Merci à Elisa et Mathilde pour leur aide.

Merci à Axel, Clément, Léna, Solène, Melvil, et Yun Hsuan.

Merci à mes parents et à mes sœurs de m'avoir encouragé tout au long de mes études.

Typographies : Open Sans de Steve Matteson

Space Mono de Colophon Foundry, Jonny Pinhorn et Indian Type Foundry

Migra de Pangram Pangram Foundry

Papiers : Metapaper Extrasmooth recycling white 105g (texte)

Metapaper Rough White 160g (images)

Fedrigoni Sirio Ultra Black 370g (couverture)

Les opinions exprimées dans ce mémoire de DNSEP n'engagent que leur auteur et en aucun cas l'École Supérieure d'Art et de Communication de Cambrai

Achévé d'imprimer à l'École Supérieure d'Art et de Design de Valenciennes

Relié et façonné à l'École Supérieure d'Art et de Communication de Cambrai

en décembre 2023

