

■

■

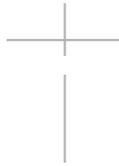
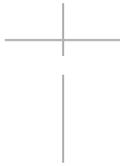
■

■





■



■

■



■



NOTES ON VECTORHEART

JULES MOYNAT

2022 - 2023



PRÉAMBULE

Susan Sontag ouvre son essai *Notes on Camp* (1964) par ces lignes:

« Il y a dans le monde bien des choses qui ne portent pas encore de nom, ou si elles portent un nom, bien des choses n'ont encore jamais été décrites. Parmi elles cette cette sensibilité, moderne sans aucun doute – une variante du snobisme raffiné, mais avec quoi on saurait la confondre – et à laquelle ses fanatiques ont donné le nom de “Camp ». Parler d'une sensibilité, ce qui est tout différent d'une idée ou d'une conception, est une chose bien difficile.

(...)

Une sensibilité est en partie, mais pas toujours complètement indéfinissable. Toute sensibilité qui prétend s'ériger en système, ou qui veut étayer sa conviction par des preuves matérielles, n'est plus une sensibilité. Elle s'est figée dans un concept... Comme on doit garder la main légère quand on s'efforce de prendre une sensibilité au filet des mots – et plus encore si celle-ci est vivante et forte! Plus que la forme suivie et la logique de l'essai, de simples notes nous paraîtront susceptibles de retenir quelques-unes des formes fugitives de cette sensibilité. La solennité d'un traité paraîtrait déplacée à propos du “Camp ». Et l'auteur courrait grand risque de produire un morceau de “Camp » de fort basse qualité. »

Ces quelques précisions viennent précéder des notes, numérotées de 1 à 58, dans lesquelles Sontag va faire un travail d'éclaircissement sur la sensibilité, l'état d'esprit “*Camp* », sans pour autant en conclure, avancer ou imposer une définition.

D'exemples concrets à traits définissants (rationnellement installés, mais dont le choix incombe de la subjectivité), Sontag va dresser un tableau périphérique, par usage de cas d'exemples, et non par la définition de règles, principes ou idéologies, approche qui irait à l'encontre de l'idée même de sensibilité. La définition est implicite, dans l'air, la divulguer lui fait perdre son sens, et la rend par essence excluante, car subjective et limitée.

↳ références

(null)



01 Le *CARI* est un collectif communautaire qui conduit une recherche de catégorisation, d'archivage de modes, mouvances et esthétiques dans le design.

Dans ma recherche sur une esthétique, une mouvance, que des membres et designer.euse.s du *CARI*⁰¹ (*Consumer Aesthetics Research Institute*) ont nommé il y a quelques années seulement «*Vectorheart* », je me suis retrouvé mis face au même problème que Sontag avec le «*Camp* ».

Ces archivistes, en liant un nom et une rapide description à un corpus en constante expansion d'images, créent un premier lien, une boîte dans laquelle placer des images qui, selon la sensibilité de chacun.e, y correspondent:

Description sur le site du *CARI*:

« Circa Very Late 1990s-Mid 2000s, Pioneered by firms like *Bionic Systems* and *The Designers Republic*, *vectorheart* embodies the blazing speed of Y2K *Aesthetic* attitudes with futuristic forms and high-contrast typography that borrows from both Swiss modernism and utilitarian industrial design. »

Définir un style comme le *vectorheart*, donc y apposer des codes et des limites, est, comme on l'a vu, une démarche complexe dans le contexte de diffusion contemporain des images. C'est pour cette raison que depuis le dernier quart du XXe siècle, des tendances et mouvances graphiques, mainstream ou de niche, sont apparues et ont disparu à un rythme effréné. Peut-on même parler de « tendances » quand des éléments graphiques et visuels semblent ne même pas être clairement rattachés à un contexte temporel, social ou géographique défini?

Il n'y a plus de manifestes dans le paysage graphique de consommation, il n'y a pas de groupe premier qui définit des règles et revendications, puis qui apporte des idées et formes nouvelles. Les standards semblent tourner, s'auto-réguler à l'échelle de tous les designers, sans convention commune, de manière presque tacite. Il y a-t-il encore besoin de manifestes, quand tout personne qui produit des images peut, par l'hyper connectivité qui s'offre à elle, recevoir et accéder à la même culture graphique mondialisée.

Néanmoins, de par mes échanges et entretiens avec différents designers dont le travail pouvait être considéré comme relevant de cette esthétique, j'ai été mis face à la réalité de la plupart des mouvances graphiques des 25 dernières années: le *vectorheart* n'est qu'un nom, récemment défini, sur une mouvance esthétique très large, dont l'émanation au début des années 2000 provient non pas d'un groupe de personnes ou d'un manifeste, mais de l'inconscient collectif et d'un mélange de références culturelles populaires variées. Comment poser une définition d'une sensibilité? Car, en l'absence totale de rationalisation et de lignes directrices, cette esthétique est, au même titre que le *Camp*, une sensibilité et non un concept, un genre ou un style. Suivre donc la méthode de Sontag, de peindre une description implicite par la démonstration d'exemples et de caractéristiques, semble être une solution pour regarder ce qu'il se passe sans y imposer une définition subjective et, fatalement, incomplète et excluante.

Je pense également que le terme « *vectorheart* » implique des limitations et peut poser problème, mais, pour la bonne compréhension générale, je m'y tiendrai dans cet écrit.

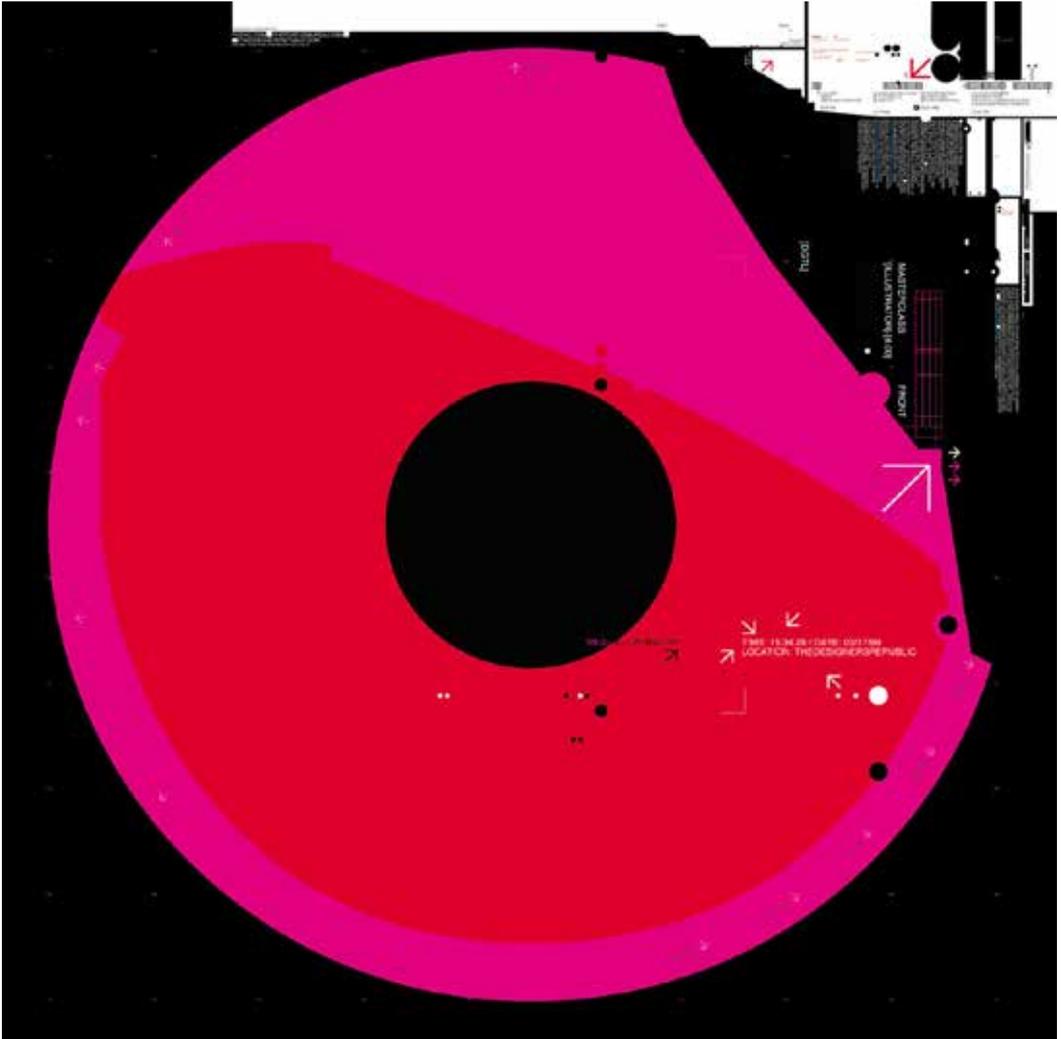
Ma démarche ici n'est pas de venir contredire ou décrédibiliser le travail du *CARI* et son importance dans le contexte de l'histoire contemporaine du design. Ce refus, cette interdiction d'imposer une description, de même se référer à un nom subjectivement choisi pour désigner cette sensibilité, est une réaction au réflexe que nous pouvons avoir de chercher à rationaliser chaque mouvance et sensibilité; de placer un prisme universitaire et interprétatif sur l'instinct collectif. *CARI* ne font que nommer, exprimer des propositions, jamais ne viennent-ils se placer en autorité au pouvoir de décision sur les formes et leur sens. Je n'ai pas non plus cette prétention. Je veux, par ces notes, dresser un portrait, documenter un paysage, montrer des réalités, sans les rendre définissantes ou finales.

01

L'esthétique, la sensibilité *vectorheart* émane sur les dernières années du XXe siècle, dans un contexte technologique et social de démocratisation de la microinformatique et d'internet. On la voit d'abord apparaître dans la scène musicale électronique *underground*, pour ensuite s'élargir à des cercles plus larges, notamment par le succès de certains labels de musique et studios de design.

Sa popularité sera majeure dans tous les champs du design sur une période d'un peu moins de 10 ans, jusqu'à à peu près 2006, où elle semble quitter le devant de la scène.

1



02

L'une des premiers constantes qui peut ressortir, lorsqu'on est mis face à ces images, est l'omniprésence de formes abstraites. Il est difficile de quantifier le niveau d'abstraction d'une forme, de définir où sur cette plage viennent se placer les formes de cette esthétique. Le nombre de formes ou leur omniprésence dans l'espace n'est pas une condition définissante.

Une forme abstraite seule, dans le cas du *vectorheart*, semble suffire à délivrer de l'effet de radicalité et de futurisme formel escompté. Dans beaucoup de cas, la forme vient se placer sur un axe et un (ou plusieurs) points de fuite, qui donne un effet de mouvement, de vitesse, comme si l'objet se déplaçait vers l'œil ou si on passait à côté à grande vitesse. On trouve beaucoup d'abstraction trouvée, donc des formes qui viennent reprendre et simplifier celles d'un objet plus complexe.

Bien qu'abstraites et dépourvues, dans la majorité des cas — et dans le cadre de notre sujet — de sens ou de références symboliques spécifiques, elles renvoient à un imaginaire commun: les formes angulaires et irrégulières, se plaçant en opposition à des formes lisses et arrondies, renvoient à une symbolique de modernité (au sens industriel), de rigueur et de futurisme. À la fin des années 90, et sur les 6-7 années qui suivront, ce sont ces formes là qui ressortent en premier lorsque l'on demande aux designer.euse.s d'imaginer le futur.

↳ références

fig.1 Autechre - *Envane* (EP),
cover + back cover
Warp Records

The Designers Republic (tDR)

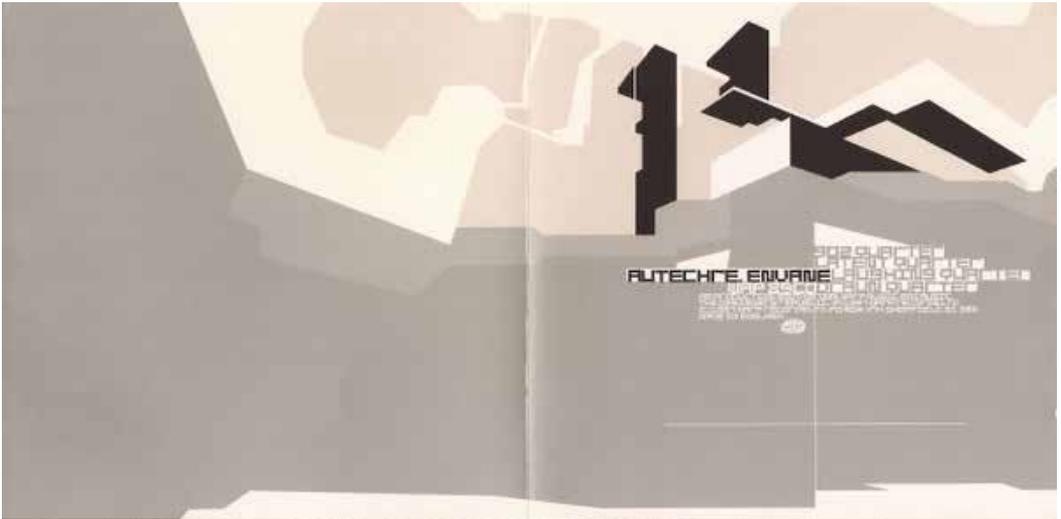
1997

fig.2 *Fallingwater House*

Frank Lloyd Wright,
photographe inconnu.e

1935

1



2



03

02 Michael C Place, *Helvetica/Objectified /Urbanized: The Complete Interviews*, Gary Hustwit, 2015.

La proposition typographique est pour le moins contrastée. On va trouver des variations extrêmes en termes de graisse et de taille de caractère, et souvent une composition chargée et complexe. Le paysage formel typographique en lui-même est un condensé de plusieurs générations de dessin typographique cohabitant ensemble. On va trouver des classiques absolus suisses-allemands comme l'*helvetica*, l'*univers* ou l'*aksidenz*, mais aussi des caractères plus extravagants comme *decima*, l'*eurostile*... Néanmoins, la majorité des logotypes et propositions typographiques en général sont créés in-house pour chaque projet. On retrouve, avec ceci, des idées typographiques jusqu'au-boutistes, comme réduire les formes typographiques à des blocs laissant le minimum possible d'informations formelles pour permettre leur lecture, comme l'a beaucoup fait *Neubau Berlin* sur cette période. Beaucoup de designer.euse.s de cette mouvance sont d'ailleurs allés piocher dans leur catalogue typographique.

Ils viennent aussi régulièrement référencer le design industriel et le contenu typographique qu'on y trouve. Il est intéressant de constater que les codes récupérés ici proviennent originellement d'un contenu graphique purement utilitaire, d'informations qui, dans leur substance et leur composition, ne sont pas destinées à convoyer un message ou une idée, mais une information purement pragmatique.

« J'ai fait ce projet, *Dead Formats*, où je désossais un objet comme une cassette vidéo et documentais tous les petits éléments qui la forment.

(...)

Je trouve toutes ces choses moulées dans le plastique vraiment fascinantes. Les formes, les trucs moulés par injection; c'est superbe. Ces choses que les gens regardent sûrement en se disant, 'oh, c'est juste une cassette', j'aime vraiment beaucoup tout ça. J'adore aussi les manuels d'instruction, tout ce matériel technique. » 02

Ces codes sont pourtant récupérés, non pas pour mettre en forme des informations cryptiques et de second plan, que le lecteur, souvent, ne remarque pas. L'idée ici est bien de porter des idées, ou des informations primordiales, comme la tracklist ou la face d'un album.

Cette esthétique repose, en grande partie, sur l'abstraction et la réutilisation à des fins purement esthétiques du design graphique industriel.

références

- | | | | |
|-------|--|----------------------------------|------|
| fig.1 | Richard Devine & Jimmy Edgar
<i>Divine Edgar</i> (EP),
Detroit Underground | Neubau Berlin | 2008 |
| fig.2 | Various Artists - <i>Ischemic Folks</i>
(CD), Warp Records | <i>The Designers Republic™</i> | 1999 |
| fig.3 | <i>Dead Formats T-shirt Series No.3.5:</i>
<i>HD Floppy Disk</i> | Michael C. Place / <i>BUILD™</i> | 2003 |

1→2



3



04

03 Peter Saville
on his album cover
artwork, Gareth
Grundy, *The Guardian*
- 2011

Les designers *vectorheart* vont aussi, à l'instar de Peter Saville avec son travail pour *New Order*, regarder des objets issus du design industriel qui portent, dans ce qu'ils amènent comme imaginaire, le *zeitgeist*; par là je pense à des composants informatiques, des véhicules ultra-modernes, des robots de chaînes de production, etc... Dans le cadre de son travail pour *Factory Records*, il va chercher dans le langage visuel industriel, réutilisant et détournant des symboles et pictogrammes de pans précis du design graphique. Aussi, Saville avait, en 1983 déjà, suivi la même logique dans son travail sur le single de *Blue Monday*. Cet exemple est très intéressant par la réutilisation des formes d'une disquette 8", qui dénote déjà d'un regard précurseur sur la musique électronique et son imagerie. Saville était, soit-disant, fasciné par cet objet, qu'il avait entre les mains lorsqu'il écoutait la cassette du single en boucle, à la recherche d'idées.

« J'étais allé voir le groupe au studio et Stephen m'avait donné une disquette, pour que je la ramène chez moi. Je trouvais que c'était un objet superbe. À l'époque, les ordinateurs étaient dans des bureaux, pas dans des studios d'artistes. La disquette renvoie au design et le code couleur était issu de l'esthétique des machines.

Ça reflétait le langage codé du monde des machines. Par exemple, les numéros sur votre chéquier ne vous sont pas vraiment adressés, ils sont censés être lus par une machine. » 03

La disquette elle-même provenait du sampler *Em-u Emulator II* que le groupe utilisait dans la production du single, qui sera référencée par beaucoup par la suite. Déjà, l'identité visuelle, l'imagerie du disque, repose sur un référencement du processus et des outils derrière la création de la musique.

C'est une méta-image, au même titre que beaucoup d'objets vus ici: des images qui parlent de leur propre création. Avec le regard actuel, peut-on aussi y apposer une nostalgie des formes?

- fig.1 New Order - *Blue Monday* (12"), Factory Records
- fig.2 Oval - *94Diskont* (CD), Mille Plateaux

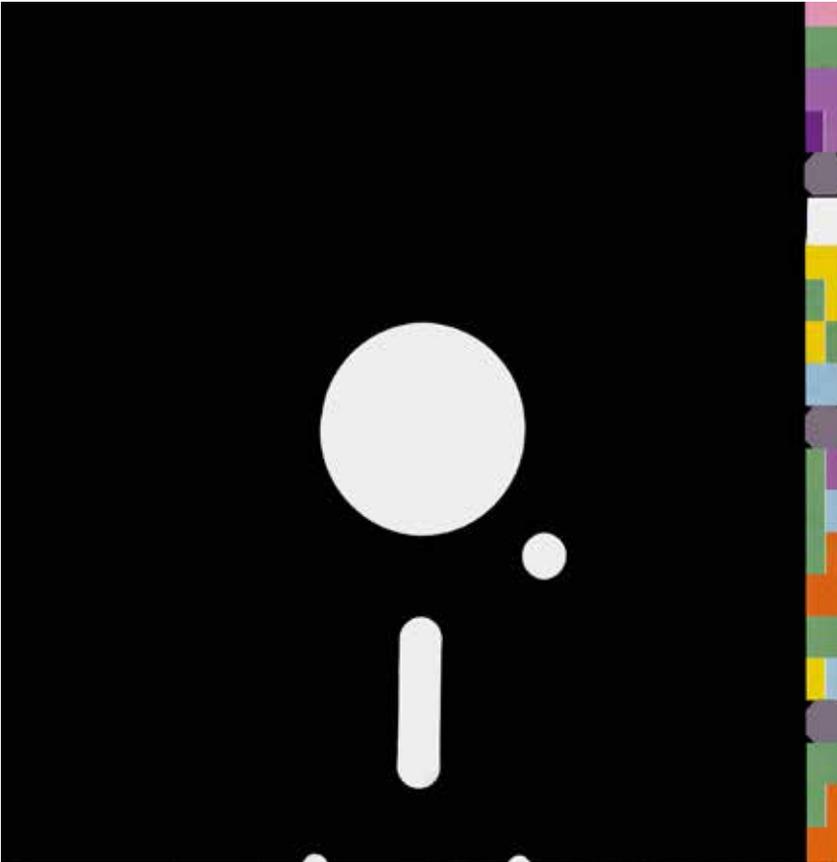
Peter Saville

1983

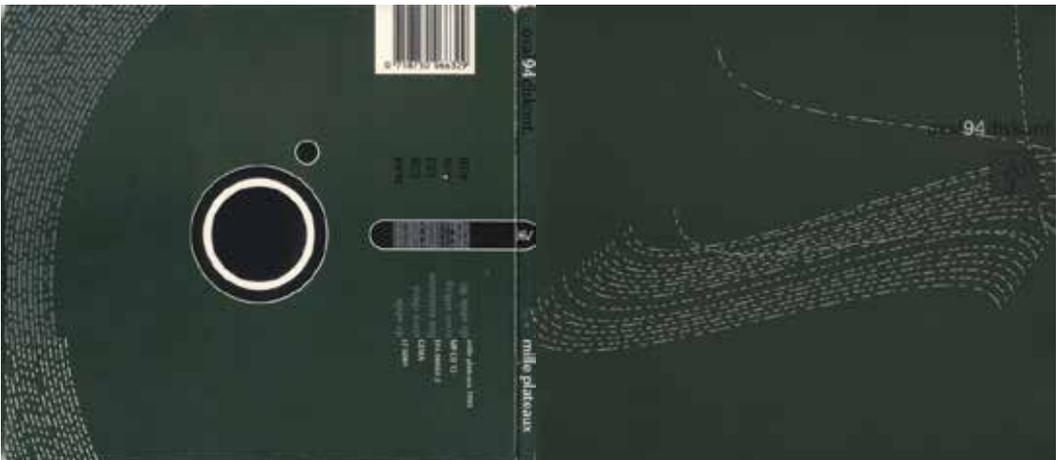
Martin Bott

1995

1



2



05

04 *About Lost*
Formats, Experimental
Jetset, jetset.nl

Le progrès technologique étant si rapide sur les deux dernières décennies du XXe siècle, la disquette qu'immortalise Peter Saville est à la fois symbole de progrès technologique, de l'émerveillement que procure la machine et ce qu'elle permet, mais aussi un objet quasi-obsolète. En effet, ce support, comme tant d'autres, perçu, dans sa belle époque, comme pinnacle du progrès technologique est très rapidement devenu obsolète et non plus signifiant du progrès mais bien d'une époque révolue, qui lui est spécifique.

C'est le cas de tout les formats de stockage de données précédant le CD, qui ont tous, au début de leur vie, symbolisé le « *new cool thing* », et influencé la création par l'imaginaire qu'ils perpétuaient, mais aussi par leurs limites techniques; autant de marqueurs de leur obsolescence.

Experimental Jetset, en 2000 déjà, rassemble et range tous ces supports dans le cadre de leur projet *Lost Formats* — comme des pièces de musée — , déjà conscients de la fugacité de ces objets, que la prochaine génération ne saurait sûrement ni utiliser ni même identifier; ils avaient vu juste. Le lien de dépendance entre l'objet physique et son contenu est central.

« Nous sommes très intéressés par l'interaction entre la forme et le contenu: La forme déterminant le contenu, déterminant la forme, déterminant la contenu, etc... C'est un flux continu, et dans le cas idéal, on ne peut pas vraiment distinguer la différence entre forme et contenu; ils s'interchangent constamment.

Un bon exemple est le LP, le disque vinyle gramophone 12 pouces. Le LP standard ne peut contenir que 45 minutes de musique, donc la plupart des albums de rock font à peu près 45 minutes. C'est une très bonne image de comment un format défini (dans notre cas, le LP) peut déterminer la longueur d'une oeuvre (dans notre cas, l'album de rock) d'une manière directe. C'est très similaire à la manière dont la colonne détermine le style d'écriture. D'ailleurs, beaucoup d'artistes ont délibérément joué avec ce format. (Par exemple, beaucoup des compositions ambient de Brian Eno font exactement la longueur d'une face d'un LP, la quantité maximum de musique possible). » 04

Cartridge System
Tape ■ Vinyl Cylinder ● Betamax ■
Digital Audio Tape
■ DiscoVision ●
Memory Stick ■ MiniCassette ■ Vhs
Compact ■ Ditto
■ Compact Video
Cassette ■ Qic ■

Steel Wire Reel ⊕
Visc ● 30 Channel
Paper Tape ○ Digital Compact Cassette ■
Compact Disc Interactive ●
18 Track Tape ○ 10'
Vinyl Record ● Desktop Holographic Data Storage ■

06

Conçus par Hideo Teramoto, l'interface, les menus et l'identité graphique de *Ridge Racer Type 4* — quatrième épisode de la saga mythique de *Namco*, sorti en 1998 sur *Playstation 1* — sont profondément *vectorheart*.

D'ailleurs, l'OST est une des meilleures de l'histoire des jeux vidéo de course automobile. Toutefois, je ne sais pas — pour l'instant — à partir de quels critères nous pourrions distinguer un morceau de musique comme étant *vectorheart*.

références	fig.1	Page d'accueil du site officiel de <i>Ridge Racer Type 4</i>	INsOMNIOUS	1998
	fig.2	Captures d'écran de l'interface de <i>Ridge Racer Type 4</i>	Hideo Teramoto	1998

1



2



07

05 *On Object Freedom*, Evelyn Bi
are.na, 2022

À la fin des années 90, cette multiplicité de supports et de formats, leur nombre, leur variété en forme et en taille, est dûe à leur statut propriétaire, le fait qu'ils soit rattachés à une marque voire un modèle d'ordinateur, de synthétiseur, de lecteur, etc.

Le tournant du millénaire viendront briser cette compétition généralisée pour venir réunir les formats et les objets numériques sous un support majeur — le *Compact Disk* — et un outil unique — le *personal computer* — . Le récit enthousiaste face au progrès reste mais change complètement: il ne repose plus sur un émerveillement à chaque nouvelle petite avancée — chaque modèle un peu plus puissant, chaque format à la capacité de stockage un peu plus grande — mais sur une réalité qui n'était que juste là fantasmée: l'ordinateur tout-en-un, l'interface unique, totalement portable, qui tient (presque) dans une poche (de *messenger bag*).

« Les outils qu'on utilise influencent comment on travaille et, à un certain niveau, ce qui est possible, en termes ce qu'on peut construire. Le plus puissant et spécifique est l'outil, le plus on peut se rapprocher de construire exactement ce qu'on imagine. Ils représentent les points de vue que cultivent les designers, qui sont transmis aux utilisateurs. Ces perspectives évoluent et se transforment au fur et à mesure du temps, mais elles doivent toutes partir de quelque part.

(...)

Les idées viennent des rêves, donc les rêves doivent être pris aux sérieux. » 05

1

Your new movie studio.
Minus the studio.



08

06 Ian Anderson,
Reputations: Ian Anderson, Liz Farelly,
Eye Magazine no.71,
2009

Il faut comprendre que cette esthétique émane en premier de la musique électronique, qui a agi comme catalyseur. La production de musique assistée par ordinateur, devenant de plus en plus accessible par la démocratisation du PC, porte, par son contexte, sa pratique et par ce qu'elle suggère comme possibilités, des éléments de rationalisation de cette esthétique.

« On peut regarder le packaging du disque dans son contexte de packaging de disque, sans écouter la musique.

(...)

Le packaging, l'identité d'un disque devrait marcher en parallèle avec la musique, inspiré par les mêmes choses qui ont inspiré la musique, pas forcément la musique elle-même. »

06

Non pas que les productions et actions des designer.euse.s de ce temps étaient rationalisées et pensées de bout en bout — Le fait est que le contexte technologique, social et culturel était l'influence majeure sur l'apparition de ces formes. En effet, l'obstacle qui se pose devant la recherche d'une rationalisation de ces codes esthétiques est le fait que la nébuleuse musicale et culturelle dont ils proviennent est expérimentielle.

La musique électronique, bien qu'exigeante et complexe par moments (dans sa production comme dans son écoute), n'est pas pour autant savante. Elle repose à ce moment là sur les deux mêmes aspirations que le design graphique: expérimentation et radicalisme.

Les productions graphiques semblent, à ce moment là, ne pas exprimer ou délivrer un récit précis; car dans beaucoup de cas, la musique n'en raconte pas un. Il n'y a pas de récit sous-jacent dans une majeure partie des albums d'*Aphex Twin*, de *LFO* ou d'*Autechre*. Ce n'est juste pas le but de cette musique.

Elle est, dans beaucoup de cas, le produit d'un processus de travail de composition, d'expérimentation sonore, qui est donné à l'auditeur sans lore, sans récit ou quelconque rattachement "humain" aux émotions exprimés, si émotions il y a. La musique construit des environnements, des relations entre les sons et les textures, des rythmes nouveaux, et c'est cette philosophie que les graphistes viennent exprimer. L'appréciation par l'auditeur.ice du rapport humain-machine joue le rôle central.

↳ références

fig.1	Aphex Twin - <i>Selected Ambient Works 85-92</i> (CD; Backcover), R&S Records	Paul Nicholson / <i>Number 3</i>	1992
fig.2	LFO - <i>Sheath</i> (CD), Warp Records	<i>The Designers Republic™</i>	2003
fig.3	Autechre - <i>Incunabula</i> (CD), Warp Records	<i>The Designers Republic™</i>	1993

1



2→3



aka. *GMUNK*,
designer, directeur
artistique et
réalisateur prolifique
actif depuis 1999

09

07 Bradley Munkowitz
(extrait), entretien en
visioconférence, 2022

C'était un style qu'on faisait
tous.

(...)

Pour *Digital Vision*, ce qu'on
a fait, c'était d'aller dans
un programme de modélisation
3D – j'utilisais *Maya* – et on
créait toutes ces surfaces
planes, en tirant des points de
perspective, pour créer une
architecture de manière vraiment
rudimentaire, puis en les
exportant en aplats de couleur.

(...)

Puis, par la suite, j'ai plus
commencé à générer de la lumière,
des ombres et des textures
– puis on y ajoutait des objets
et formes graphiques.

(...)

Toute cette typographie, tous ces
détails. On avait ces énormes
fichiers de détails,
on en prenait et on les
appliquait par dessus, on les
réutilisait, un peu comme ce que
font les artistes 3D aujourd'hui
avec le *kitbashing* – prendre une
librairie d'objets disparates et
les associer ensemble pour créer
quelque chose de nouveau. Une
bonne partie de notre travail
reposait sur l'apprentissage de
techniques, il n'y a pas vraiment
d'histoire à raconter.
À l'époque, on était si jeunes,
si frais, on fonçait puis on
voyait ce que ça donnait.

[à propos de *fig.2*]

C'est pourquoi j'y tiens tant
encore aujourd'hui, je ne ferais
jamais ça, je ne centrerais
jamais tout un site autour de
ce mec. Mais à l'époque j'étais
genre "bah carrément »!
C'était génial!

[rires]

C'est un de mes meilleurs
projets. Il y avait un bouton
« package cam » sur lequel on
pouvait cliquer, qui zoomait sur
son... « paquet »?

Mais bon, c'était une époque
particulière! 07

références

- fig.1 Image part du pack d'images stock *Infinity*, produit par *GMUNK* pour *Digitalvision UK*
- fig.2 *Mandingo Immortal* (Projet web & résidence)

Bradley G. Munkowitz / GMUNK

2001

Bradley Munkowitz / GMUNK

2003

1→2



10

08 Michael C Place,
Helvetica/Objectified
/Urbanized: The
Complete Interviews,
Gary Hustwit, 2015.

La démocratisation des outils de PAO et de modélisation 3D rudimentaire, qui se retrouvaient sur le même outil sur lequel la musique était composée, a permis ce pont pour beaucoup d'artistes, qui se retrouvaient à porter plusieurs caquettes; ayant grandi avec l'objet du disque vinyle, extrêmement répandu et peu cher, la plupart des jeunes adultes qui produisent de la musique ont un imaginaire visuel chargé, et inversement.

« J'ai eu un job directement en sortant de l'université chez *Bite It!* à Londres avec Trevor Jackson. J'ai adoré; travailler sur des pochettes d'album était vraiment fascinant.

(...)

Tout ce que je voulais était bosser sur des disques, et la musique est vraiment quelque chose d'important pour moi. Je produisais mes propres pochettes.

(...)

J'appréciais énormément acheter un disque, le poser sur la platine, et juste m'asseoir et regarder la jaquette, et examiner chaque petit détail.

À l'époque, le design de pochettes était vraiment au premier plan. Je pense que ça change aujourd'hui, mais il y a eu un temps où les covers de disques étaient à l'avant-garde du design graphique, puis deux ou trois ans après, la publicité mettait la main sur leur style et l'adaptait au marché de masse. Je pense qu'aujourd'hui, toutefois, il y a beaucoup de publicités et de projets *mainstream* qui brisent les règles.

Donc oui, il n'y avait que les pochettes d'album pour moi. C'était la chose que je voulais absolument faire, et c'était un rêve de pouvoir travailler dessus; de soudain travailler pour des artistes que je consommais. Je me disais, "Je suis entrain de faire une cover pour *Pop Will Eat Itself*. » C'est absolument dingue de réaliser que vous travailler pour des artistes que vous respectez vraiment. » 08

1



aka. *Sleepnet*, membre producteur et designer du trio drum & bass *Noisia*, et de leurs labels *Invisible*, *Vision* et *Division*

11

Le contexte de création, que l'on parle de musique ou de graphisme, change radicalement en l'espace de 10 ans. Comme dit plus haut, pour la première fois, un outil unique permet de transcender les limitations physiques de création et d'à la fois réunir tout le savoir et tout les outils qui étaient auparavant distincts dans leur forme et contexte. La philosophie d'expérimentation qui était appliquée dans la production musicale pouvait facilement se transférer dans la production d'images. Dans beaucoup de cas, elle s'est imposée aux musicien.ne.s eux-mêmes, à défaut d'avoir un véritable budget ou des contacts dans l'industrie. Les artistes ne produisent plus dans un studio, mais chez elleux, sur un PC: si cet outil peut aussi produire des images, pourquoi ne pas prendre cet aspect du travail en main également?

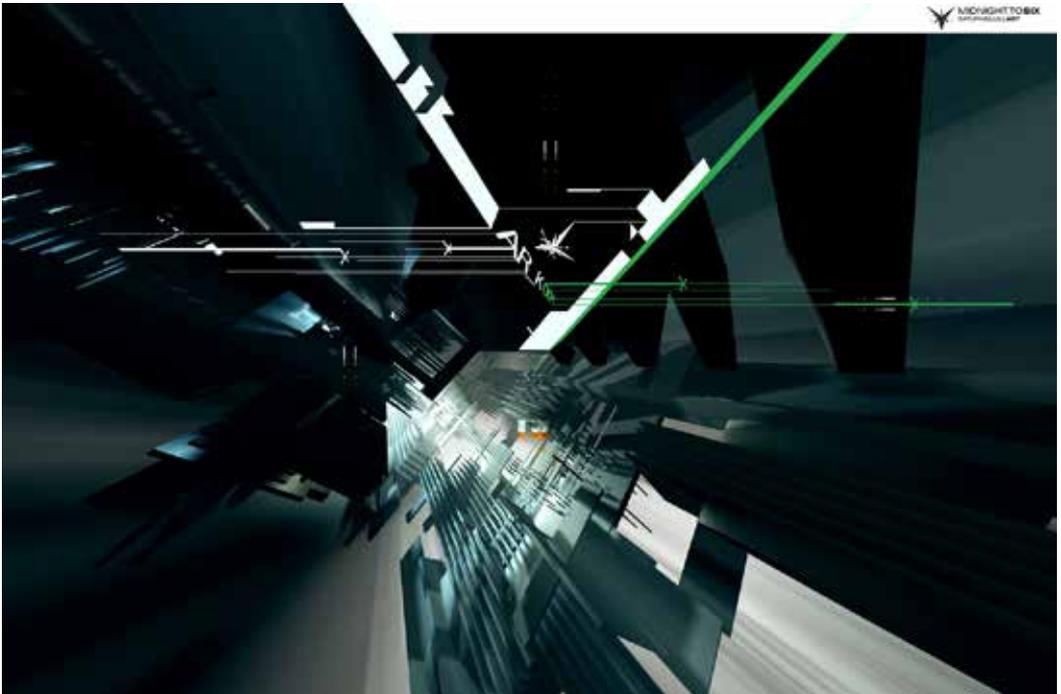
Il y avait une scène webdesign, avec des designers qui faisaient des sites vraiment cools, avec beaucoup d'animations, il y avait un "truc » pour les sites et les interfaces qui s'ouvraient avec des animations vectorielles et même de la 3D rudimentaire. À l'époque, on n'avait connu que les sites HTML, et il semblait que cette nouvelle forme d'artifices visuels à mené à une culture de la surenchère dans le développement de sites *Flash*. Une autre "branche » était évidemment *Photoshop* et la possibilité technique de travailler avec des images en haute-résolution et les altérer, les recomposer. Les ordinateurs personnels commençaient à pouvoir générer des images de bonne qualité, et le post-processing et la retouche numérique devenaient vraiment accessibles à n'importe qui avec un bon PC.

Le tout gonfla très vite et un langage visuel commun se forma. On pourrait dire que ça a perdu son intérêt dans une hyperbole de maniérisme convenu. C'est devenu un cliché. Je ne pourrais pas exactement situer quand, mais je me rappelle de *Deviantart* devenant inondé de nouvelles personnes produisant une soupe de calques sur photoshop et y ajoutant un mot ou un titre, dans l'espoir de provoquer une étincelle d'émerveillement. Complexité pour la complexité, 3D dont on voyait les ficelles, mauvais design graphique – tous ces écueils devenaient apparents. Une des choses à noter toutefois, à propos de ce mouvement, est qu'il a joint l'illustration et le design graphique: il y avait quasiment toujours une composition typographique, et des éléments graphiques pour l'accompagner.

1



2



09 Nik Roos (extrait),
entretien par mail,
2022

Ce qui veut dire que l'auteur pouvait à la fois faire une démonstration de ses talents d'illustrateur, comme de ses talents de designer (et l'usage de photos et de 3D voulait dire que les personnes qui n'étaient pas bonnes en illustration – comme beaucoup de designers graphiques – pouvaient quand même créer quelque chose de nouveau et d'impressionnant). Cela sous-entendait donc une maîtrise de beaucoup de logiciels et de techniques; 3D, vecteurs, et pixels. L'accès simultané à ces disciplines et ces ressources n'était possible que par les développements technologiques de l'époque.

Si on regarde ce style comme un gros *melting pot* de nouvelles possibilités créatives, on peut le voir comme une excellente école pour apprendre les outils de création numérique. Donc cette époque et cette esthétique sont encore très pertinentes, elle a posé une grosse base pour l'usage créatif de ces outils. Et des concepts basiques de composition, d'échelle, de couleurs, avec lesquels on expérimentait sont encore tout à fait utiles.

Pour le dire simplement: ça n'est peut-être plus à la mode, mais le bon design et les belles formes ne vieillissent jamais. 09

1

VSN017A NOISIA & CALYX & TEEBEE **HYENAS**



TM

HYENAS WAS PRODUCED BY MR. MICHAEL SMILG, OWNER & A PART OF THE NOISIA QUARTER & IS AN ORIGINAL P-CALYX RECORDING © 2013. ALL RIGHTS RESERVED BY VISION RECORDINGS. ALL RIGHTS RESERVED BY HYENAS LLC - TRADE MARK. MARK C. CALYX/NOISIA.COM - HYENAS.COM/NOISIA. MADE BY THE METROPOLITAN, NEW YORK.

12

10 Adrian
Shaughnessy, *Radical
Album Cover Art*
(préface), 2003

La production n'est plus divisée entre différents lieux, différents acteurs, différents outils. Des outils professionnels deviennent accessibles bien plus tôt, voire souvent avant même d'être un.e adulte actif.ve. L'outil et le lieu qui servent à créer (l'ordinateur, la maison) ne sont plus séparés des lieux de vie. On crée par le même canal que celui avec lequel on reçoit la culture et l'information.

« Quand on considère le rôle critique que joue la technologie dans cette génération de musique contemporaine, l'émergence d'une nouvelle esthétique technologique dans le contexte du design graphique de l'industrie musicale est inévitable. L'ordinateur portable est la nouvelle Fender Telecaster; si Jimi Hendrix débutait aujourd'hui il aurait un Powerbook ou un Vaio.

Et s'il y a bien un endroit où cette nouvelle esthétique s'installe et prospère, c'est en Allemagne, où de nombreux labels diffusent de la musique produite par des artistes (souvent travaillant seuls ou modestement cachés sous des alias et des collectifs) avec du matériel rudimentaire. Toutefois, ces musiciens se font pionniers d'une nouvelle musique électronique tribale folk, au détails et à la pureté qui, dans l'esprit actuel de révolution digitale, ne prend compte d'aucunes nationalités et frontières géographiques. Et c'est cet esprit qui se reflète merveilleusement dans les pochettes.

(...)

Pour le designer *Fehler*, c'est la cyber-magie technologique de l'ordinateur portable qui rend tout possible: « l'ordinateur portable amène cet effacement des frontières; c'est un outil basé sur des logiciels et qui, de par la flexibilité qui leur est propre, offre des possibilités illimitées. Évidemment les ordinateurs de bureau offrent déjà ces possibilités depuis un moment, mais je pense que ce qui rend le laptop différent, c'est sa totale portabilité. Les pochettes de Angela Lorenz, *Fehler* et *o8 Design*, représentent un chemin parmi la myriade de directions que peut prendre le design de pochettes, et le design graphique en général. À l'instar de la composition au plomb et sur linotype, qui a inspiré et donné son grain au design graphique de l'ère pré-électronique, une esthétique véritablement héritée de la technologie a découlé de l'usage étendu de l'informatique.

Elle a amené à la création d'un nouveau style international, mais qui est cette fois démocratique et universel. Gourou digital et cyber-visionnaire, Nicholas Negroponte note que 'un langage commun, autrefois manquant, émerge, permettant aux individus de se comprendre au-delà des frontières. » 10

références

fig.1	Kim Cascone – <i>(Delete)</i> (CD, cover + disk), Fällt	Fehler	2000
fig.2	Various - <i>BlueCubism: Transcoded Audio Structures</i> (CD), Digital Narcis	Angela Lorenz / Alorenc	2000
fig.3	Various - <i>Freischwimmer</i> (CD), Kitty-Yo	Angela Lorenz / Alorenc	1999
fig.4	Multicast - <i>Further Oblig Perspectives</i> (CD), K2 O Records	Jan Kruse / o8 Design	2002
fig.5	Christian Kleine - <i>Valis</i> (CD), Morr Music	Jan Kruse / o8 Design	2002

1



2→3



4→5



aka. *SUB88*, designer graphique investi dans la scène trance au début des années 2000, notamment par son travail pour le label *3DVision*.

13

11 David Vineïs (extrait), entretien en visioconférence, 2022

La production devient donc, au même titre que la musique, boulimique de détails et de stimulus variés. La machine est capable de tant, on va donc tout utiliser, tout mettre. La composition rejoint le sentiment d'hyperactivité, de possibilités infinies de l'utilisateur.ice. Il y a tant à essayer, à expérimenter. Il est soudain possible de répliquer, à moindre coût, tant d'univers et de références, mélangés et hybridés en conséquence de l'enthousiasme que provoque les nouveaux outils.

Designer.euse.s et artistes — ou designer.euse.s et designer.euse.s — se retrouvent ensemble devant un PC et créent ensemble, écoutent de la musique, produisent version sur version de pochettes, back-covers et flyers.

C'était assez drôle, car les artistes venaient chez moi, et on faisait la pochette à quatre mains. Ils s'étonnaient, car à l'époque tout le monde jouait un peu avec photoshop, mais moins qu'aujourd'hui — que des techniques qu'ils utilisaient, comme le *sampling*, bah je faisais un peu la même chose avec la 3D, ou avec *photoshop*. Ils aimaient bien, et ils participaient en live. Puis aussi je gagnais un temps fou!

[rires] 11

fig.1	Various - <i>Killers Inc. : Global Sound Conspiracy</i> (CD), 3D Vision	David Vineis / SUB88	2005
fig.2	Central Processing Unit - <i>Computer Error</i> (CD), 3D Vision	David Vineis / SUB88	2005

1



2



14

12 Nik Roos (extrait),
entretien par mail,
2022

Pour regarder ces formes et ces images sans perdre l'intention et le contexte derrière, il faut comprendre une chose: jamais, à ce moment là, elles n'ont été rationalisées sous un nom ou une catégorie, ou même regardées comme part d'un mouvement. Il faut comprendre qu'à ce moment là, les designer.euse.s ne se disent pas motto qu'iels « font du *vectorheart* ». Iels font ce qui est cool, ce qui est en vogue. Les designer.euse.s ne produisent pas ces formes pas là pour se rattacher à une philosophie, à un mouvement de pensée. Ils, et c'est assez singulier, produisent des images qui parlent de la production d'images. Elles ne sont pas là pour être réalistes, pour renvoyer à une réalité ou à une objectivité tangible. Elles sont digitales, elles sont artificielles, et le plus elles portent cette identité, le mieux elles fonctionnent. C'est la machine, que ce soit sa dimension hardware ou software, qui est mise sur le devant de la scène. Les couleurs renvoient aux softwares de PAO et MAO, les formes renvoient au design industriel et aux composants informatiques; l'euphorie de l'artificiel et d'un processus de création complètement informatique est le summum de la modernité. La mention « fait par ordinateur » est un *flex* absolu.

Même si j'étais complètement amoureux de ce style, je ne voulais pas y faire appel à chaque fois que je travaillais sur un projet. J'y ai été exposé sur le tard, je n'ai absolument pas pris part dans son lancement. Son expansion, peut-être. Mais quand je produisais des choses qui devaient être diffusées publiquement, je faisais déjà attention à ne pas en faire trop, car c'était déjà assez gros et poussé à l'excès, avec une complexité sans « sens »,

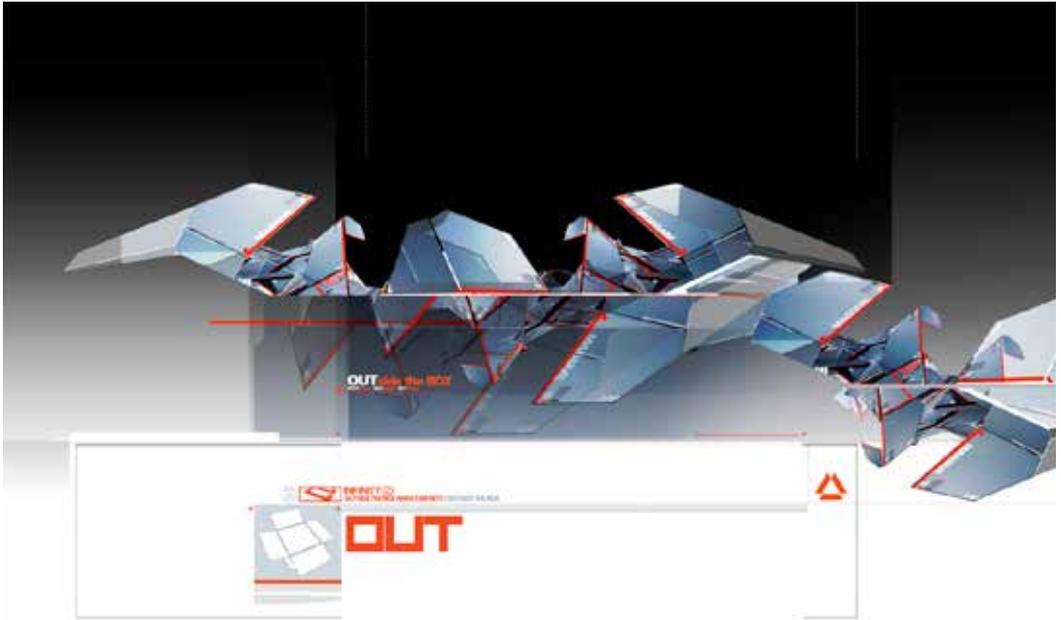
de la superposition et des concepts *sci-fi* sans véritable fond jetés dans le mélange avec des tailles de polices minuscules, etc. Donc j'ai souvent essayé de trouver quelque chose dans la musique qui m'amènerait à une image avec un semblant de substance. Mais oui, je regardais beaucoup d'images de ce type en écoutant et produisant la musique. Je voyais ça comme une évolution naturelle – mais digitale – du graffiti, dans lequel on avait trempé tous les trois lorsqu'on était adolescents. La musique qu'on aimait avait évolué de cette même culture hip-hop, donc la *drum & bass* et ce style visuel semblaient être des évolutions parallèles, des apports qui coïncidaient dans ma vie.

La densité du flux de données, la sensation de profondeur que donnaient ces formes abstraites et les perspectives extrêmes te donnaient l'impression de regarder un futur aux possibilités dépassant les capacités de l'imagination. Les formes n'étant rien que tu pouvais interpréter ou placer dans la réalité, mais à la fois qui en était toujours proche, qui changeaient presque à l'oeil nu. Science-fiction; évasion extrême, profondément romantique. Et ce même si les formes étaient souvent très cérébrales et abstraites – comme notre musique.

12

fig.1	Outbox, inclus dans le pack XIII - Infinity du site communautaire <i>Depthcore</i>	Bart van Leeuwen	2004
fig.2	Noisia & Teebee - <i>Lost Cause</i> (CD), Vision Recordings	Nik Roos	2005

1



2



15

Il y a peu de choses plus *vectorheart* l'usage massif de signalétique renvoyant au design industriel, ce qui inclut notamment des croix, mires et repères d'impression, entre autres. On peut aussi y voir parfois un renvoi aux codes visuels de la cartographie, qui semble être une autre grande source d'inspiration à cette époque.

Ici néanmoins, ces objets graphiques dont la présence est censée avoir une valeur indicative, utilitaire, ne sont souvent que décoratifs. Bien que soulignant parfois la structure de la composition typographique, ils sont plus souvent là comme une énième référence au design industriel, et à l'imaginaire graphique — même visuel au sens large — que partage cette génération de designer.euse.s.

fig.1 Autechre - *Chiastic Slide*,
(CD, Inside sleeve), Warp Records

The Designers Republic™

1997

fig.2 Ryme Tyme - *T-Minus*,
(CD), Moving Shadow

Gary Haslam / Process Studios

2000

1



2



16

13 Bradley Munkowitz
(extrait), entretien en
visioconférence, 2022

Matt Pyke, Ian Anderson, Michael C. Place, qui étaient tous des designers de légende, se retrouvaient tous au même endroit, chez *Designers Republic*. Quand on a travaillé pour *Digital Vision (fig.1)*, on travaillait tous ensemble, avec Michael Paul Young (f.k.a. *DesignGraphik*), *Chapter3*, *Deform1*, Tom Müller (f.k.a. *XimeraLabs*) – c'était comme une caisse de résonance, où nos idées allaient d'une personne à l'autre. De 2001 à 2008, j'ai fait le tour du monde avec tous ces gens.

(...)

Toutefois, je trouve que ce style a mûri [en parlant de *fig.1*], c'est si libre, si vif, il y a tant de détails... Ça date de 2003, c'était il y a 19 ans, et c'est toujours fantastique – un bon design est intemporel. On avait pas besoin de bonnes machines pour faire des trucs comme ça, je travaillais sur un ordinateur super lent à l'époque, et on s'en fichait. Ça n'a jamais été la machine que tu avais qui faisait la différence, c'était l'exécution, et à quel point tu pouvais être malin.

il n'y avait pas beaucoup de réflexion, car il n'y avait pas beaucoup d'organisation. Aujourd'hui, j'ai un site avec tout mon travail, donc je peux le regarder, l'étudier, et en tirer des enseignements. À l'époque j'en avais pas, je fonctionnais impulsivement, j'étais si jeune, je n'avais vraiment aucune idée de ce que je faisais. C'est seulement en vieillissant que l'on s'organise, et qu'on devient bien plus stratégique.

(...)

On ne faisait que créer des perspectives et des formes avec des caméras à très grand angle – je n'ai pas quitté ce style par effet de mode, je l'ai quitté parce que je passais à autre chose en tant qu'artiste. ¹³



17

Le logotype du label dubstep pionnier *Tempa* est subtilement *vectorheart*, et aussi complètement cohérent avec ce que l'on pouvait trouver graphiquement dans la scène UK Garage/Dubstep anglaise du début des années 2000.

Encore une fois, l'influence du style international est évidente, mais ce logo montre comment malgré cette influence, le contexte dans laquelle il se place change complètement l'imaginaire qu'il évoque, notamment par l'influence de *tDR*.



Tempa

1



Tempa.

18

Le logotype du parti libéral australien (*Liberal Party*, ou LP), par ses carreaux aux angles arrondis, peut être considéré comme *vectorheart*. On pourrait réfuter à cette affirmation, comme dans l'exemple précédent — qui n'engage que moi — que ce logo vient plutôt référencer le style international suisse.

Néanmoins, de par l'influence énorme de ce style dans l'esthétique *vectorheart*, il semblerait qu'il en soit devenu indissociable avec le regard actuel. Par là j'entends que beaucoup d'objets graphiques le référencant vont immédiatement renvoyer à un imaginaire *vectorheart*, comme si cette esthétique avait réussi à s'y associer dans le regard des individus, à se placer entre eux et les idées de pragmatisme et d'abstraction du style international.

Je pense notamment au travail de studios comme *Neubau Berlin*, déjà mentionné plus haut, comme un bon exemple de ce phénomène; l'imaginaire mécanique et industriel du *vectorheart* venant s'associer naturellement aux formes du style international, surtout quand on les jette les unes contre les autres [voir page de droite].

1

2



19

L'omniprésence de flèches et de signalétique, renvoyant à la fois à l'espace urbain et au design industriel, est un des éléments les plus iconiques de cette esthétique. Presque un cliché des productions graphiques de cette période, il est intéressant de constater qu'elles viennent aussi appuyer d'autres idées visuelles.

Elles peuvent servir à appuyer l'idée et symbolique de mouvement et de vitesse, et aussi accentuer l'impression d'être face à une interface plus qu'un objet graphique imprimé; on va souvent trouver des flèches pointant vers des objets ou des blocs de texte de la composition, comme pour mettre en avant telle ou telle information, comme si les designer.euse.s étaient conscient.e.s de la complexité absurde des objets graphiques qu'ils créent et donnaient des aides visuelles aux lecteur.euse.s.

Soyons honnêtes, leur utilisation est purement décorative dans la grande majorité des cas, seulement là pour accentuer un peu plus l'aspect artificiel fantasmé de l'objet. Mais c'est ce qui en fait tout le sel.

références

fig.1 tDR & Gatecrasher, issu de tDR vs. IDEA Magazine no.278

The Designers Republic™

2001

fig.2 Marco V - Con:fusion, (CD, front + back), ID&T

Vootloos

2002



20

14 *Architecture Enters the Age of Post-Digital Drawing*, Sam Jacob, *Metropolis Magazine*, 2017

15 *Go-Faster Graphics*, Jim Davies, *Eye Magazine no.16*, 1995

Ces formes semblent donc émaner de l'intuition, d'une culture partagée, et l'intellectualiser sur le plan iconographique serait peut-être passer à côté de ce qu'elles cristallisent. Elles ne sont que la conséquence de la liberté que permettent les softwares de manipulation d'images. Il n'y a pas de règles ou d'ordre à suivre — il n'y a pas de talent d'illustration ou de photographie requis. Chacun.e est libre de récupérer les éléments qui lui conviennent et d'en faire quelque chose de nouveau: la reproduction et modification d'images n'a jamais été aussi facile.

« *Photoshop*, dans la manière dont il permet d'ouvrir et de manipuler du contenu, suggère un rapport particulier aux images, qui a été fondamentalement altéré par la culture digitale, particulièrement grâce à *Google Images*. *Photoshop* nous permet d'intervenir dans le monde d'images qui nous entoure, de faire des decoupes dans cette strate d'information et la déformer pour en avoir de nouveaux usages. Le collage a pu occuper ce rôle par le passé, par la découpe et juxtaposition de choses avec d'autres. Toutefois, à travers *photoshop*, nous pouvons explorer à une échelle chirurgicale, découper, masquer, et lisser les jointures entre les objets. Cet aspect lisse de la création implique que les possibilités de mélange et de mixage deviennent infiniment plus nuancées. Plutôt qu'un tout fait de parties disparates, les parties elles-mêmes deviennent un tout indivisible. »¹⁴

Lorsqu'on donne ces outils à une génération comme celle-ci, abreuvée d'images futuristes, d'architectures impossibles et composition hyper-complexe, en ressort une collision d'éléments disparates de l'imaginaire commun — un *ground zero* dont jaillissent hors du sol des formes anguleuses issues d'une fusion de *cyberpunk*, d'architecture, de graffiti, de science-fiction et de design industriel.

« Par son usage de l'informatique, *The Designers Republic* s'est forgé un style complexe, un compendium de manies graphiques qui, grâce à l'usage très libre de lignes et de flèches, semble bouger à un rythme effréné. Leur design de couverture pour *Emigre* constitue le pinnacle du genre, un système labyrinthique de symboles répétés et de slogans cryptiques détaillés au point de la quasi-abstraction. 'Nous avons du mal à produire quoi que ce soit de simple', admet Ian Anderson.

'Le détail est presque devenu une obsession'. »¹⁵

21

Que ce soit par l'imaginaire que référence la musique ou la publicité au sens large, le cœur de cible de l'esthétique *vectorheart* est la génération X, dans la vingtaine au début des années 2000. Elle recherche un contenu visuel et graphique qui référence et appelle à son environnement socio-culturel et physique immédiat.

Période charnière du développement des outils numériques de création mais aussi de visualisation, elle voit son espace graphique de plus en plus chargé de représentations et d'objets graphiques créés par ordinateur. Une des zones de l'environnement visuel immédiat du public et des designer.euse.s est l'architecture. Ses codes visuels semblent sortir du milieu qui lui est propre pour venir toucher le grand public, que ce soit par la propagation dans l'espace public des représentations architecturales (sur le bord des chantiers ou sur des panneaux publicitaires), ou par la montée en popularité d'expositions d'architectes dans des musées et centres culturels.

Ce moment semble coïncider avec la prise de conscience de cette génération sur son propre rapport à l'espace, et ce à plusieurs échelles, de l'architecture urbaine à l'architecture d'intérieur. Les designer.euse.s, en particulier, semblent prêter plus grande attention à leur place dans l'espace urbain, à la fois en tant qu'individus et en tant que créateur.ice.s de formes, de systèmes de communication.

Les designer.euse.s vont puiser dans l'architecture tout autant dans sa substance physique, dans son existence concrète dans l'espace urbain, que dans sa représentation. Ils vont regarder les nouveaux procédés de fabrication industrielle et les formes qu'ils permettent: baies vitrées immenses, structures apparentes complexes, etc.

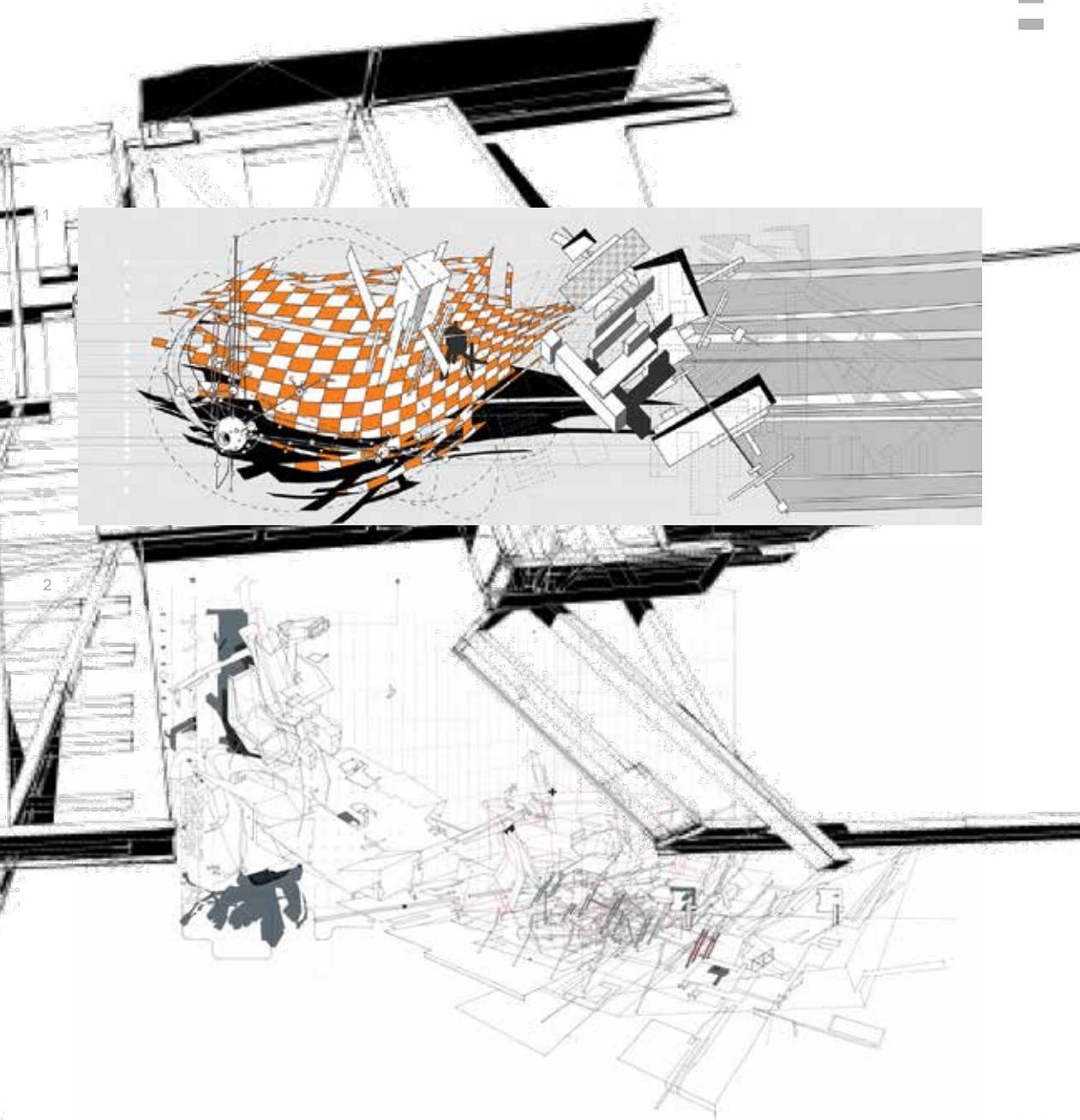
L'esthétique qui en découle vient se placer visuellement en parallèle de la *machine architecture* de Neil Denari, Bryan Cantley, Bea Martin ou encore de Perry Kulper, mettant de côté le réalisme et la constructibilité des structures pour penser les formes, et leurs rapports spatiaux eux-mêmes; dans la suite de studios comme *Archigram* et *SuperStudio*, qui usaient de photomontage pour agrandir les perspectives et créer des vues urbaines et architecturales monumentales, en conversation constant avec l'imagerie de la science-fiction. En résulte des amalgames de formes et de plans hypercomplexes, où viennent graviter une signalétique et un traitement typographique chargé.

22

Le travail de Brian Cantley et de Bea Martin. *Über-vectorheart.*



- | | | | |
|-------|--|---------------|------|
| fig.1 | <i>Inhabiting Mental Space</i>
(extrait), dessin architectural,
publié sur Behance | Bea Martin | 2017 |
| fig.2 | <i>Nom inconnu</i> , dessin architectural,
publié sur son site Form:uLA | Bryan Cantley | 2012 |



23

16 *Vanishing Point*,
Rick Poynor, *Eye*
Magazine no.41, 2001

L'approche nouvelle des formes architecturales de cette génération fait naître des objets singuliers comme *2D-3D: Adventures In and Out of Architecture*, publication par *The Designers Republic*, en collaboration avec les architectes *Sadar+Vuga Arhitekti*. Si le point de départ du projet est de produire une monographie de la nouvellement construite *Chambre du Commerce et de l'Industrie* à Ljubljana (Slovénie), la direction prise par *tDR* est pour le moins in conventionnelle. Le bâtiment, qui, en temps normal, verrait sa forme dans son entièreté et son intégration dans l'environnement mises en valeur, est déconstruit et décortiqué. Des pans de murs et façades sont découpés du tout pour être remaniés comme objets seuls. Il sort de sa dimension originelle de bâtiment administratif pour porter un imaginaire visuellement radical, infusé à la fois de science-fiction et de culture techno-urbaine anglaise. À ce traitement singulier des formes architecturales vient s'ajouter une couche de composition typographique typique de *tDR*, référençant le design industriel, que ce soit par l'usage assez arbitraire de caractères — tout le livre est composé avec *l'isonorm*, littéralement la fonte de la norme *ISO (International Standards Organization)* — si petits qu'ils en sont difficilement lisibles, de flèches, de pictogrammes... La référence va plus loin, par l'usage d'une reliure à anneaux, peu conventionnelle pour un livre de designer de cette facture et par le carton très épais utilisé pour la première et quatrième de couverture. Le message est clair: "Ce n'est pas un livre d'artiste! C'est un manuel de travail! ».

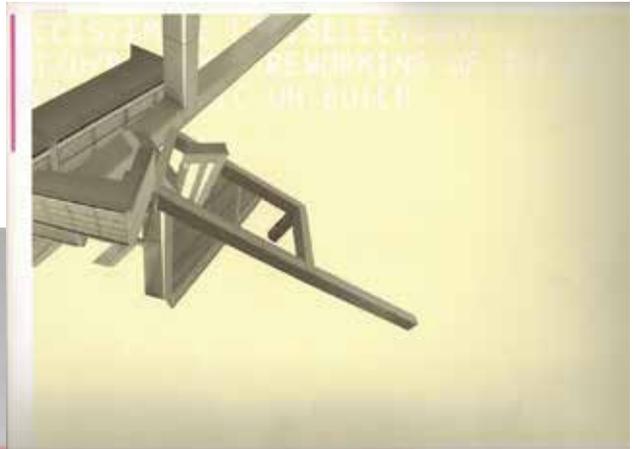
« Ces objets sont empilés de manière à ce que le bâtiment lui-même sans même mentionner son contexte urbain—semble disparaître.

Il n'y en a pas une seule vue claire dans tout le livre. Le critique Ole Bouman se demande si le bâtiment est un objet — un objet en lui-même. 'Non,' en conclut-il. 'L'objet n'est plus lui-même. Il s'est lui-même perdu.' Les architectes [ici, *Sadar+Vuga*] avancent que leur création est, en soi, un symbole de la 'dé-territorialisation du capital'.

(...)

Traduire directement une forme construite en un livre est clairement une tâche impossible. Il n'y a aucune réelle corrélation entre tourner des pages sur une table et appréhender un bâtiment comme un corps se déplaçant à travers différents niveaux d'espace. Pour faire cela, il faut au moins s'y rendre, et au moins une des fonctions d'un livre d'architecture est de montrer le bâtiment assez clairement pour nous inspirer à prendre cette peine. Il y a-t-il vraiment quelqu'un d'impliqué dans *3D>2D* (hormis les architectes) qui pense vraiment que la *Chambre du Commerce et de l'Industrie* mérite tout ce foin? Il est dur de tirer cette conclusion tant, dans le cas de *tDR*, c'est juste un prétexte post-moderne pour un vaste exercice graphique. N'importe quel autre bâtiment nouveau et à peu près bien aurait marché. » 16

1



À la tête de *Process Studios*, a été un acteur graphique majeur de la scène *drum & bass* anglaise au début des années 2000.

24

17 Gary Haslam
(extrait), entretien en
visioconférence, 2022

Le workflow des designers graphiques rejoint celui de la MAO, donc. Rajouter des couches, du grain. Enlever, glitcher, étendre, déplacer, déconstruire... L'outil informatique offre la possibilité, avec bien plus de facilité qu'au préalable, de retourner en arrière, de corriger, de briser la timeline et les étapes de création. On peut intervertir, enlever, modifier des calques, sans conséquence réelle sur le produit final, ce qui ouvre la porte à une expérimentation beaucoup plus libre et nerveuse. La productivité des designer.euse.s évolue, en termes de rythme, en parallèle de l'évolution technique de leur matériel, et d'internet en général.

Même dans le cas de designer.euse.s graphiques, qui pour beaucoup commençaient leur activité, le processus de production d'images suivait une philosophie parallèle à celui de la musique indépendante. Comme dit plus haut, les produits finaux sont complexes, mais pas pour autant savants dans leur production. Le processus de travail est souvent très instinctif, il est fait de réponses visuelles très référencées mais peu conceptualisées à des idées simples, parfois même simplement autour d'un mot, le nom du disque par exemple.

Évidemment, les plus gros artistes avaient tendance à porter plus attention à l'identité de leur album, mais certains s'en fichaient – je ne savais jamais vraiment si ils en avaient quelque chose à faire, on me donnait juste le nom des tracks. Donc, à un moment, je me suis retrouvé à faire deux ou trois pochettes par semaine – c'était juste, la prochaine, puis la prochaine, puis la prochaine.

Au bout d'un moment, je faisais simplement ce les choses que je voulais et qui pouvaient marcher pour le label, plus que ce que l'artiste pouvait vouloir.

(...)

J'avais fait quelques trucs pour [*inaudible*]. Il venait chez moi et on travaillait en direct, mais c'était plutôt pour les artistes qui voulaient quelque chose de spécifique. Sinon, c'était « fais ce que tu veux, on a besoin de telle pochette, il faut quelques informations [mises en avant], et ça doit être fait pour vendredi. Le nom de la track est « ceci » ou « celà ».

(...)

Je me disais juste, d'accord, je dois produire quelque chose de cohérent avec le nom de la track. J'avais sûrement de nouvelles typos, ou vu quelque chose de nouveau en vectoriel, ou vu un design que je voulais tester. 17

fig.1	Mampi Swift - <i>Mainframe</i> (CD), <i>Charge</i>	Gary Haslam / Process Studios	2001
fig.2	Dom+Roland - <i>Can't Punish Me</i> (LP), <i>Moving Shadow</i>	Gary Haslam / Process Studios	2000

1



2



25

18 *Go-Faster Graphics*, Jim Davies, *Eye Magazine no.16*, 1995

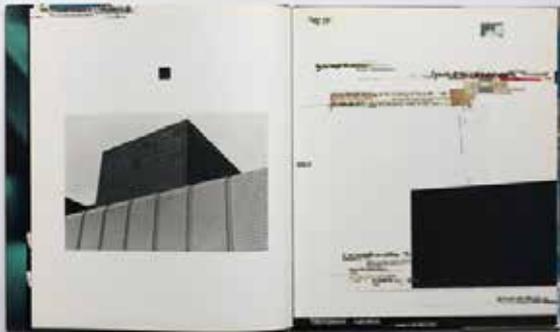
Le livre *Interference* (1994) de John Holden, qui a laissé au designer Chris Ashworth, alors directeur artistique, entre autres, du magazine *Raygun*, la main sur le design du livre.

« Basé à Sheffield pendant 18 mois, Ashworth a monté une équipe de designers qui partageaient le même esprit pour concevoir la couverture, la quatrième et la mise en page d'*Interference*, une collection d'images par le photographe mancunien John Holden.

Interference est un essai photographique sur les effets sinistres et déshumanisants de la surveillance électronique, pris dans le *Arndale Shopping Centre* à Manchester et dans l'aéroport international de la ville.

Le traitement graphique évoque un sentiment d'agitation et de paranoïa, fait d'un empilage de calques sur calques, contenant des indices visuels, beaucoup étant des objets récupérés (un reçu, un bout de valise...), comme si quelqu'un était suivi, calculé et enregistré au travers des débris de transactions quotidiennes.

Des suites aléatoires de nombres sont jetées au milieu d'images abstraites, caractérisées par des bandes, des lignes parallèles hurlant [*sic*] à travers les pages. Il y a un alarmant sens du rythme, d'adrénaline et de danger, et le sentiment que, pour ce jargon graphique, une limite a été atteinte. » 18



à l'origine du studio *2Advanced*, considéré comme un des plus influents dans la scène du webdesign *Flash* du début des années 2000

26

19 Eric Jordan
(extrait), entretien par
mail, 2022

L'espace urbain est enjolivé et fantasmé à l'extrême, car regardé au travers du prisme corporate de ses représentations et non pas de sa réalité. On ne regarde pas la totalité du tableau qu'offre la ville, toute son histoire, mais sa façade la plus récente, la plus neuve, pour en tirer et reconstituer les formes.

Les designers regardent les renders architecturaux, des logiciels de CAD, et reprennent le sentiment de pureté qui en ressort; des formes architecturales radicales, des environnements réduits à leur éléments essentiels, une espace urbain abstrait, fantasmé et lavé de toute aspérité. Cette génération de designers reçoit ces images comme profondément avant-gardistes. La possibilité de créer de bout en bout des environnements virtuels permet à beaucoup d'exprimer un imaginaire baigné dans la science-fiction et le *cyberpunk*.

Durant les années 90, le studio d'architecture de mon père était à la pointe du design résidentiel et d'espaces de stockage, et son approche au design de bâtiments était très reconnaissable et stylisé, tout comme son style de dessin.

Même si son style architectural n'était pas ouvertement futuriste, je le voyais comme profondément progressiste, et j'apprenais à apprécier comment ses structures cassaient les codes, et semblaient, d'une certaine manière, être un pas vers le futur. Le studio de mon père fut un des premiers à sauter le pas et se tourner vers l'informatique, passant rapidement des plans dessinés à la main à un *workflow* basé sur CAD.

J'étais du genre rêveur – très intéressé par la science-fiction et le futur de l'humanité. Autour de cette période j'ai développé un amour profond pour la fiction *cyberpunk*, plus spécifiquement le travail de William Gibson (*Neuromancer*, *Mona Lisa Overdrive*, *Burning Chrome*), etc. Le monde que décrivait Gibson (une sorte de *cyberspace* digital tentaculaire) était essentiellement le monde dans lequel je vivais à travers les *BBS* (*Bulletin Board Systems*), je m'y identifiais profondément. La manière dont Gibson décrivait la réalité future – comme une sorte d'hyper-espace halluciné concentrique – était quelque chose, avec l'imagination que j'avais cultivé, qui était très vivace pour moi.

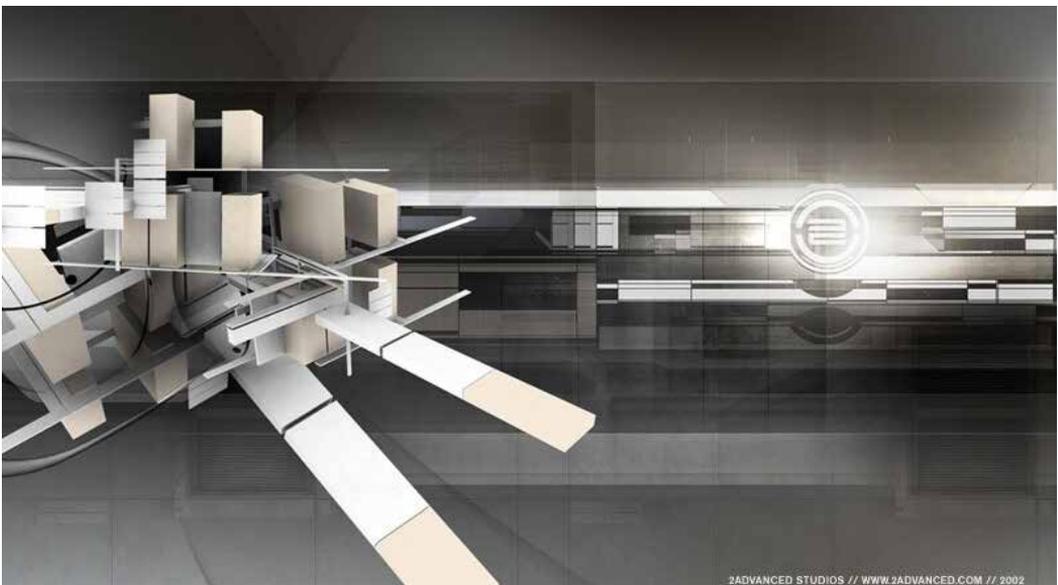
Je me rappelle voyager avec ma famille, et pendant qu'ils s'amusaient tous dehors, je m'isolais seul dans la cabine du bateau familial, lisant du Gibson, et projetant ma conscience dans ce monde.

Avec la convergence des technologies à l'échelle de l'ordinateur personnel, mon implication dans la scène *hacking underground/BBS*, et la fiction *cyberpunk* que je consommais – Je pouvais littéralement sentir le futurisme couler dans mes veines. C'était quelque chose que je tenais fermement dans mon imaginaire. ¹⁹

1



2



27

20 Nik Roos (extrait),
entretien par mail,
2022

J'ai toujours aimé les images architecturales. Les sensations d'espace et d'échelle qu'elles procurent. Je ressentais qu'une bonne partie de notre musique transportait les auditeurs vers un monde futuriste fait de possibilités et d'inconnues. Donc créer un environnement qui donnait une sensation de volume, avec beaucoup d'éléments plus ou moins visibles, traduit littéralement cette idée.

Il faut donner envie d'aller l'explorer. Pour ce qui est des formes, je me suis beaucoup inspiré de graffeurs avec un style 3D, comme *Daim* et *Delta*, entre autres. Et si ces formes appartenaient à de véritables bâtiments? Il suffisait d'ajouter un petit peu d'architecture actuelle (à partir de photos que je prenais ou collectais) et voilà. Et pour l'aspect et le ressenti: *Blade Runner*. Mon film préféré. L'aspect *used future*, l'utilisation de brouillard artificiel et l'occlusion rendent le tout plus attractif.

Qu'est-ce qu'il pourrait s'y passer? Qu'il y a-t-il derrière ce brouillard? Qui pourrait bien vivre, derrière une de ces petites fenêtres, à quoi pourrait ressembler leur vie? D'où viennent toutes ces marques d'usure, que s'est-t-il passé ici? Etc...

Je le considérais et le considère toujours comme futuriste. Enfin, je pense, pas dans un sens contextuel ou littéral. Une bonne partie est dystopique. Mais ce n'était pas pensé pour imaginer à quoi le futur devait ressembler, pour être une extrapolation directe de l'époque contemporaine. Pour moi, ça agissait comme une échappatoire de la réalité as. Le plus on ressent de liberté et de possibilités, le mieux c'est. Même si c'est dystopique. Je voyais *Blade Runner* comme une évasion profondément romantique, même si le futur était sombre et tordu. Peut-être le terme « futuriste » n'est pas adéquat. Mais je n'ai pas de meilleur nom à lui donner. 20

28

La *Domination Tower* à Moscou,
par *Zaha Hadid Architects*,
bâtiment *vectorheart* par essence —
le médium d'inspiration reprenant les
formes qu'il a lui-même influencées.



29

Le logotype de *Jet Set Radio Future*, sorti sur *Xbox* en 2002. La saga *Jet Set Radio* est considérée comme culte par son traitement graphique, notamment son usage pionnier de la technique du *cel-shading*, répondant aux limites techniques des consoles de l'époque avec un rendu « illustré » jamais vu alors.





1

JSRF

JETSETRADIOFUTURE

30

EXTEMPORALE ZONE
REPRÄSENTATION DER EWIGKEIT
IN JEDEM AUGENBLICK
UCHRONIE VOR UTOPIE

ZONE EXTEMPORELLE
REPRÉSENTATION DE L'ÉTERNITÉ
À CHAQUE INSTANT
UCHRONIE AVANT UTOPIE

Poème sur l'une des façades
du *Bauhaus-Archiv* à Berlin

↳ références

(null)



31

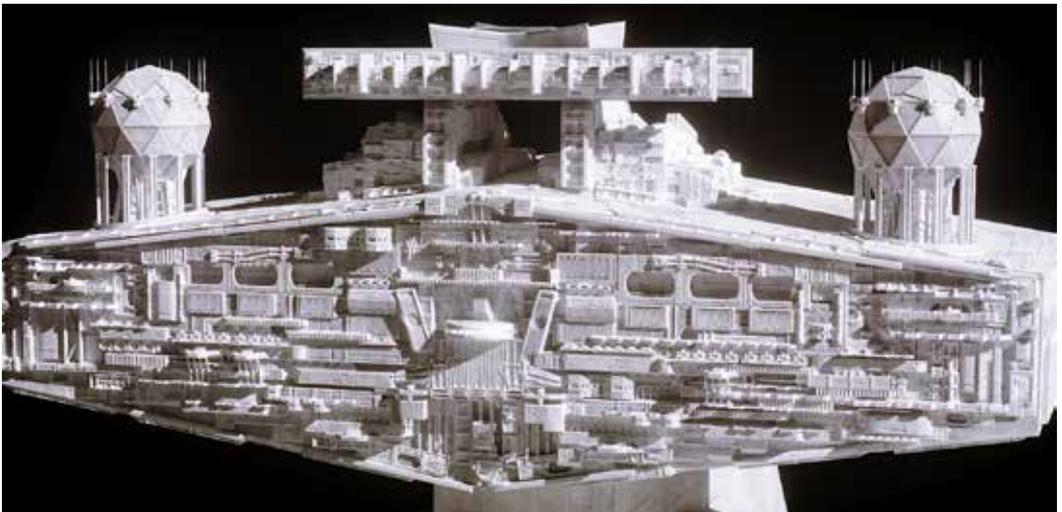
Le terme *greeble* désigne un détail ajouté à une surface lisse pour lui ajouter, artificiellement, une complexité visuelle non-fonctionnelle.

L'aspect de la surface gagne en dimension et en relief, et paraît plus détaillée. Le *greeble* est une technique qui émane de la production d'œuvres de science-fiction, en particulier dans le cinéma.

Bien que déjà utilisé en 1968 dans *2001, l'Odyssée de l'Espace* de Stanley Kubrick, le terme s'est généralisé après avoir été utilisé par l'équipe de production de maquettes et de décor pour *Star Wars*, qui usaient de cette technique pour complexifier des surfaces et des textures jugées trop « lisses ». C'est cette technique qui donnera à l'univers du *space-opera* de George Lucas sa crédibilité, appliquant sur les vaisseaux, bâtiments et objets un aspect tridimensionnel.

On peut appliquer la logique du *greeble* à la production d'objets graphiques et d'interfaces virtuelles. Des aspérités, détails et formes complexes ajoutées qui sont, plus de 30 ans après 2001, synonymes de « futur » lorsqu'elles viennent être appliquées à des objets graphiques. L'usage massif de texte à l'utilité secondaire dans la transmission du sens, de détails et d'indentation vectorielles dans les formes, et d'effets *photoshop* sont le *greeble* du design graphique.

1



32

21 *Design for a Post-Neoliberal City*, Jesko Fezer, e-flux magazine #17, 2010

C'est cette surabondance de détails qui vient répondre au besoin des designers de référencer un environnement contemporain toujours plus visuellement surchargé.

C'est donc un élément essentiel pour rendre crédible un univers qui se voudrait futuriste. Il est intéressant de constater qu'il est spécifique aux designers du début du XXI^e siècle, car il répond aux nouveaux questionnements et perspectives d'avenir du début du siècle: l'omniprésence et l'expansion d'internet en tant que nouvelle dimension de la vie humaine et la surcharge de l'espace public par les nouvelles technologies de communication, entre autres.

Ils voient la dimension graphique de l'espace urbain changer totalement, et, surtout dans les plus grandes métropoles, rejoindre les fantasmes *cyberpunk* des décennies précédentes.

Le design graphique fait partie de l'environnement urbain et devient une couche par dessus l'architecture.

« Les villes, aujourd'hui, ne sont plus vues comme comprenant seulement des bâtiments, des rues, des squares, et des parcs. Le texte et les images dans l'espace public, les campagnes de pub, le street art, la signalétique, les installations temporaires, le design interactif, et les illustrations cartographiques influencent notre utilisation, expérience, et perception de la ville, comme le font le mobilier urbain, les véhicules, les infrastructures, et l'apparence des façades publiques.

Le terme de 'design graphique environnemental' s'est établi dans ce champ pour désigner un design universel, au croisement de l'architecture, le design graphique, le design de produit et l'urbanisme. Originellement formulé pour parler de la complexité nouvelle des méga-structures urbaines, il en est arrivé à être utilisé à tous les niveaux de design urbain. Le design graphique, par exemple, façonne maintenant substantiellement non seulement la surface visible d'une ville mais aussi son infrastructure et sa vie quotidienne. » 21

1



33

22 *On how The Designers Republic shaped childhoods*, Pete Morley, typeface.agency, 2022

WipEout, série de jeux vidéo de course futuriste dont le premier opus est sorti en 1995, est la licence de jeux vidéo *vectorheart* par excellence, et ce à un point tel que c'est souvent la première référence qui vient dans la tête des gens quand ce terme est évoqué. *WipEout*, déjà dans sa genèse, n'est pas un jeu vidéo futuriste qui doit dépeindre un univers de science-fiction au sens classique du terme. C'est un projet qui est pensé en réponse à l'explosion de la culture *rave* en Europe et qui compte capitaliser sur son public jeune et alternatif, en dépeignant un univers, certes futuriste, mais en résonance avec leur imaginaire et leur environnement. C'est à ce moment là que *Psygnosis* va faire appel à *The Designers Republic* (*tDR*) pour collaborer sur la direction artistique de la licence. *tDR* va avoir un rôle encore aujourd'hui unique dans cette industrie, celui d'un studio de design graphique dirigeant la totalité de l'identité visuelle d'un jeu vidéo. Ils vont avoir le rôle de créer l'entière des interfaces, menus, mais aussi visuels et contenus graphiques, que ce soit in-game ou dans la communication. Leur rôle prend son sens quand on remet en contexte temporel de développement de *WipEout*.

Le jeu est prévu comme sortant le 29 septembre 1995 sur la première *PlayStation*, console marquant le début de la démocratisation des jeux en 3D. Le problème qui se pose donc assez vite dans la mise en place d'un univers de science-fiction crédible est celui des limites du *hardware*.

Les objets et décors sont faits de peu de polygones, les textures sont très limitées en résolution, et les environnements le sont en taille. Le premier *WipEout* sera suivi de deux autres opus, *Wipeout 2097* (1996) et *Wip3out* (1999), plus aboutis mais faisant face aux mêmes problèmes, sortant également sur *PS1*.

Le pari de faire appel à *tDR* pour développer une identité graphique complète et crédible est une réponse intéressante à ce problème. Les surfaces sont plates et peu détaillées, mais les circuits sont couverts, à l'instar de véritables circuits de Formule 1, de publicités, sponsors et signalétiques qui viendront placer l'action dans un univers qui semble exister même sans la présence de joueur.euse.s. Un univers ultra-capitaliste, hyper-urbain, qui colle avec les récits *cyberpunk* déjà installés dans l'inconscient collectif à la fin du siècle, surtout chez la jeunesse. Toutefois, un des avantages, et l'innovation majeure de la console, est que la *PS1* fonctionne avec des CD-ROMs et non des cartouches comme les consoles des générations précédentes; ce qu'elle permet c'est de faire tenir sur le disque de *WipEout 2097* une bande son *rave/drum & bass/techno* avec quelques unes des figures majeures de l'époque. Les moyens techniques viennent permettre d'appeler l'imaginaire d'une génération. Ici le greeble est la surcharge de l'environnement, car rudimentaire dans sa modélisation, par des éléments graphiques et de la signalétique qui vient lui donner de la profondeur et de la crédibilité.

« Chaque équipe avait son propre logo et sa propre identité visuelle, puis il y avait les publicités en bord de piste, les logos de sponsors et les panneaux publicitaires. En fait, chaque circuit était bardé de publicités pour des marques fictives, pour les équipes elles-mêmes et même de vraies publicités pour *Red Bull*.

C'est du *branding* parfaitement mené, le fictionnel rendu tangible et crédible. » 22

1



2



34

Le logo de la série de jeux de course automobile *Gran Turismo*, et beaucoup de l'identité graphique des trois premiers opus de la saga.

1



35

Cette esthétique a néanmoins un statut intéressant, dans le sens où sa substance repose sur une récupération puis déconstruction d'objets et références graphiques de la culture populaire pour modeler des formes futuristes à partir de cet agrégat. Du moins, bien que la forme extraite soit nouvelle, les éléments qui la forment, s'ils en sont extraits, distillés, séparés, sont eux issus d'une époque contemporaine, voire passée. Iels ne viennent pas imaginer, penser des objets futuristes, mais bien réutiliser des objets contemporains.

Par exemple, le logotype de *Wipeout* est uniquement formé de parties du glyphe "8" de l'*Eurostile*, découpées et pivotées et légèrement aplaties à certains endroits, pour former de nouvelles lettres, venant référencer les "8" formant l'écran LCD d'un chronomètre. Dans la suite de cette référence, *tDR* ont également ajouté au logotype une apostrophe et un guillemet, accentuant l'idée de vitesse et le renvoi au sport automobile (avec des vaisseaux et des missiles). Comme dit plus haut, le processus créatif rejoint celui de la musique: on sample, découpe, récupère, pour créer quelque chose de nouveau, de futuriste en apparence.

Cette technique n'est en soi pas invalide. Elle constitue la base de beaucoup d'œuvres de science-fiction, et vient crédibiliser le récit exposé à l'observateur.ice, donner un ancrage dans le présent, dans le réel immédiat. L'*Eurostile* et son prédécesseur, le *Microgramma*, sont des caractères synonymes avec les films et séries de science-fiction.

Le genre *cyberpunk* est crédible d'une certaine manière car, il grossit les traits de l'époque contemporaine à son écriture — des plus gros néons, des plus grandes villes et de plus grandes inégalités sociales. Néanmoins, puisque cette approche ne constitue pas véritablement une image nouvelle du futur, mais un ré-agencement d'éléments contemporains, une illusion de futurisme.

fig.1	Comparaison entre le logotype de <i>Wipeout</i> et le "8" de l' <i>Eurostile</i>	Y2K Aesthetic Institute	2018
fig.2	Photogramme issu du long-métrage de science-fiction <i>Lost in Space</i>	Stephen Hopkins	1998

1

wipeout8

wipeout8

wipeout8

2



36

Le problème que j'explore par ces lignes,
en un tweet, par *@linkedinmindset*.

1



37

23 Présentation de la *New Alphabet* par FoundryTypes, thefoundrytypes.com, 2022

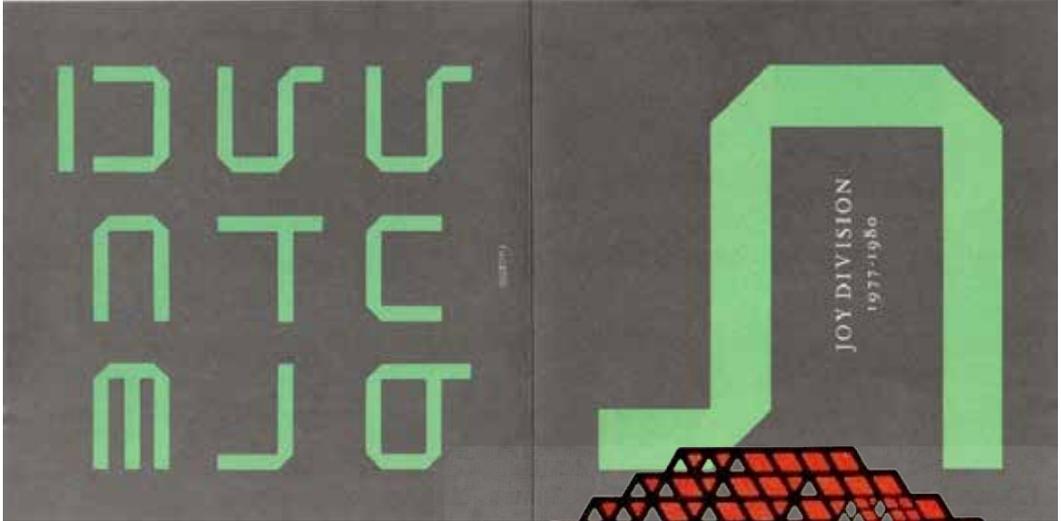
Si on regarde le travail de graphistes de la génération précédente, comme celui de Mimmo Castellano, on se rend compte qu'ils produisaient des formes que l'on retrouve dans le *vectorheart*, par exemple, et ce qu'elles soient typographiques ou composées. On peut en dire de même du *New Alphabet* de Wim Crowel par exemple, et son usage par Peter Saville pour la compilation *Substance* de Joy Division, sortie en 1988 (!):

« *New Alphabet*, est une famille de quatre graisses créée en collaboration rapprochée avec Wim Crowel. Son expérimentation la plus radicale, conçue à la fin des années 60 en réaction à son expérience de la première machine de photocomposition électronique; les caractères furent dessinés pour suivre le système de base à matrice de points. Avec son intérêt profond pour les grilles, Crowel a travaillé dans les limites et les contraintes de la technologie électronique contemporaine, produisant des caractères qui fonctionnaient avec les moyens mécaniques qui les transmettaient. » ²³

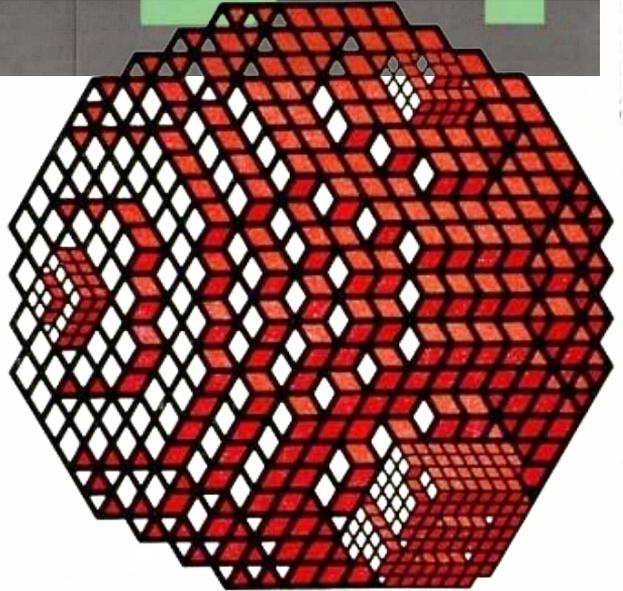
L'apparition des formes *vectorheart* est-elle vraiment dépendante d'un agrégat de pop culture d'une génération spécifique? Ne pouvaient-elles vraiment qu'apparaître à ce moment-là, car provenant de la rencontre d'éléments référentiels spécifiques à la culture et l'environnement de leur génération? Peut-être la question n'est pas tant là, peut-être que ces formes ne sont pas rattachées à une époque, et ne pourront jamais l'être de manière claire.

fig.1	Joy Division - <i>Substance</i> (compilation) (CD), Factory Records	Peter Saville Associates	1988
fig.2	Affiche pour l'Expo74 à Milan	Mimmo Castellano	1974

1



2



EXPO
ct74

NONA ESPOSIZIONE
INTERNAZIONALE
DELLE ATTREZZATURE
PER IL COMMERCIO
E IL TURISMO

FIERA DI MILANO
13/20 OTTOBRE 1974

38

24 Ian Anderson,
Reputations: Ian Anderson, Liz Farelly,
Eye Magazine no.71,
2009

« Inventer le futur, dans le sens de prendre une page blanche qui ne demande qu'a être écrite; un 'et si?' *sci-fi*; un endroit dont on pourrait définir les règles et les tordre à notre bon plaisir, créant une sensation d'optimisme, de la technologie comme dernière magie de notre utopie; un terrain pour le langage et les idées non ancrées au 'ici et maintenant' (sic). Voilà ce qu'est le futur pour moi; c'est une question d'expectation, et maintenant elle est partie.

(...)

L'esthétique était un abréviation visuelle de films de science-fiction, de séries télévisées, de comics et de livres, de *The Lost Planet* à *Doctor Who*, en passant par les *Thunderbirds* de Gerry Anderson, *UFO*, *Joe 90* et *Captain Scarlet*. C'était aussi le premier alunissage et toutes les couvertures de livre de poche aérogaphées pour des romans de Robert A. Heinlein ou Isaac Asimov. C'était la NASA, et la reconnaissance optique de caractères (OCR).

C'était tout ce qu'il y avait dans ce domaine, filtré à travers le goût, les choix, la vision et l'appréhension d'une personne, et présenté comme un langage visuel consommable, digeste et inclusif. L'idée était de créer des choses qui avaient immédiatement l'air futuriste.

L'inspiration, la motivation, le point de départ de mon travail est la pop culture: pourquoi les gens font ce qu'ils font, pourquoi ils croient ce qu'ils croient, qu'est ce qui enrichit leur vie, et pourquoi, comment on peut puiser dedans—ce qui les fait vibrer. Donc la question est, comment la communication visuelle peut faire exploser tout ça, et comment le rôle du designer est de fonctionner comme une éponge à information, et un projecteur, ou un mégaphone, pour présenter cette information dans une forme ciblée, désirable et consommable. » 24

1



sissy *she is cute! she will kill you!*



sissy **she will kill you!**

39

Toutes les prévisions se trompent.
Elles disent vrai
sur ceux qui les énoncent,
non pas sur leur avenir,
mais sur leur temps présent.

Milan Kundera, *l'Ignorance* (2000)

↳ références

(null)



Logos

40

25 Michael C Place, *Helvetica/Objectified /Urbanized: The Complete Interviews*, Gary Hustwit, 2015.

L'esthétique vectorheart repose beaucoup sur des logos et logotypes minimalistes, efficaces et massifs, encore une fois dans un parallèle avec le graphisme corporate et de consommation.

Big logos are everything.

« Les logos sont parmi mes choses préférées au monde. Mon préféré est celui de *Sony*. *3M*; J'adore ce logo. Il est en *Helvetica*. J'imagine que c'est cet aspect corporate qui me fascine.

(...)

Coca-Cola m'énerve, j'adore ce logo. Je collectionne tous les trucs étrangers estampillés *Coca-Cola* que je peux trouver. C'est pas *UPS* qui ont récemment fait un redesign, où ils ont juste modélisé le putain de logo en 3D? C'est juste horrible.

Je crois que les gens, ces corporations, ou certaines entreprises, comprennent la beauté de ce qu'ils ont entre les mains, et ils le défoncent en y appliquant du relief.

Je crois que ça vient d'*Apple*, la manière dont l'interface a changé de *macOS 9* à *macOS 10*, je crois qu'ils essaient de tout amplifier. Il y a des bulles mignonnes partout, ils essaient de se faire passer pour plus sympas en mettant des bulles et des ombres sur tout.

Donc, en regardant autour de moi, les choses qui sont plus directes sont celles qui sortent du lot pour moi, parce que tout comment à avoir des ombres portées, ou un effet 3D qui lui est appliqué. Par exemple, le logo *Walkman*. Mon dieu, ce qu'il était incroyable, puis ils ont appliqué cet effet de bulle dessus, juste pour le rendre plus sympathique. Désolé; J'ai tendance à m'emporter sur les logos. Je pense toujours, 'Vous ne vous rendez pas compte à quel point vous avez un logo superbe juste devant vous, que vous pourriez en mettant ça par-dessus.'

Et je sais très bien que les logos évoluent; quand on voit comment *Coca-Cola* a évolué de ses début à aujourd'hui; il est passé par plein de changements. Je ne suis évidemment pas contre le changement. Mais je trouve juste que ceux qui sont purement typographiques sont jolis et intemporels. Le logo *Panasonic*. C'est juste un superbe, merveilleux, bout de typographie, et c'est tout. » 25



↳ références

fig.1

Logotype actuel de *Panasonic*

Designer.euse Inconnu.e

1971

fig.2

Logotype de *Walkman* (gauche),
adapté en hébreu (droite)

Hiroshige Fukuhara & Mouhammad
Alnajjar (original) / *Cargo Collective*
(hébreu)

2000 / 2011

panasonic



41

26 Michael C Place, *Helvetica/Objectified /Urbanized: The Complete Interviews*, Gary Hustwit, 2015.

27 David Vineis (extrait), entretien en visioconférence, 2022

Il est évident, quand on regarde le travail de Michael C. Place, par exemple, ou d'autres designer.euse.s de cette époque, que le style international et moderniste ont une grande influence sur les productions de ce temps, surtout sur la composition de base; c'est par la suite qu'une couche de complexité et de formes plus « libres » viennent se placer.

C'est un style qui a au coeur de sa philosophie une conception d'un design qui se veut pragmatique et minimaliste, pensé comme le dernier niveau d'abstraction dans le champ de la typographie et de la composition; Autant de traits qui viennent expliquer le statut de style « intemporel » qui lui est accordé. Le style international vient baser dans les années 1950 ses fondements sur une recherche d'innovation, de nouvelles formes typographiques qui viendraient constituer un *endgame* graphique. Une philosophie, donc, à l'opposé du vectorheart, qui vient recycler des formes de l'environnement ou de la culture populaire contemporaine à celui qui produit pour les sortir de leur contexte et les placer 30, 40, 50 ans en avance dans le futur, comme un pari sur le futur paysage visuel. Pour autant, on sent que des traits typiques de la composition du style international se retrouvent dans des objets vectorheart, comme si les designer.euse.s avaient conscience des limites de cette sensibilité; comme si iels avaient conscience que produire un objet totalement vectorheart est impossible, et que cette sensibilité repose sur la récupération, le kitbashing, d'objets et inspirations diverses.

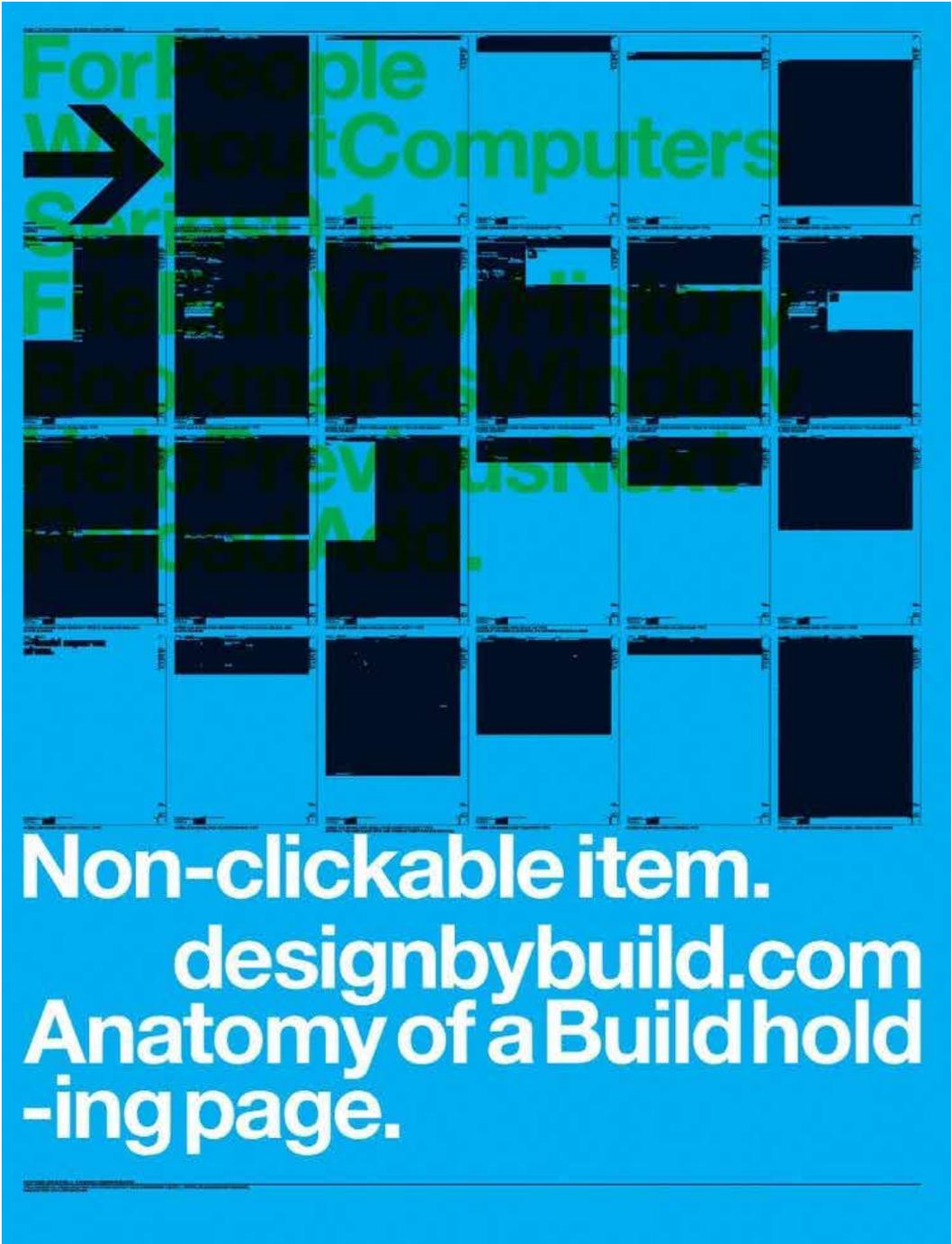
« [Gary Hustwit] – Nous avons interviewé Massimo Vignelli, et, bien sûr, il a conçu les logos de *American Airlines* et *Knoll* en *Helvetica*. Chose que ces

compagnies ont gardé en place pour les 40, 50 dernières années, et, il faut l'espérer, ne comptent pas en changer.

[Michael C. Place] – Clairement. Pour moi, il y a des choses auxquelles il ne faudrait pas toucher, vous voyez? Comme l'*Helvetica*, qui est cette superbe, intemporelle chose qui a résisté au passage du temps. C'est assez fascinant, quand on regarde ce livre, *Helvetica*, juste les photos de rue qui s'y trouvent, c'est simplement incroyable la quantité de choses écrites en *Helvetica*. Elle est juste là; tout le monde vit simplement avec. Et c'est un peu comme si, 'Est-elle devenue invisible car elle est tellement utilisée?' C'est juste une constante—il n'y a pas de hype. Il n'y a pas rien non plus. Elle est juste là. » 26

En tant que designer, que graphiste, comme un architecte ou n'importe qui d'autre, on voit quelque chose qui a été fait il y a plus de 60-70 ans, et que c'est pas dépassé, c'est génial. Faire quelque chose et le voir perdurer dans le temps, c'est ce qui me touche. Faire abstraction de toutes les modes et faire quelque chose qui durera. Quand tu regardes des vieilles séries sci-fi comme *Star Trek*, avec l'oeil d'aujourd'hui, c'est super daté. La vision du futur qu'il y avait dans les années 60, c'est pas du tout la même qu'aujourd'hui. 27

1



42

Le travail récent de Ian Wang, David Rudnick ou encore Mike Sunday pour le studio de mode, pionnier du *techwear*, *ACRONYM@*, compte, à mes yeux, parmi les meilleures incarnations de la sensibilité *vectorheart* rencontrant le design de produit.

Si on regarde le *vectorheart* comme une sensibilité dépassant le cadre du design graphique, on peut pousser la réflexion jusqu'à considérer *ACRONYM@* en soi comme profondément *vectorheart* dans l'esprit, et ce depuis leurs débuts en 1999, étant parti.e.s avec exactement les mêmes références que beaucoup de designer.euse.s cités plus haut.

références

fig.1

Illustration sérigraphiée sur des tee-shirts et hoodies, dans le cadre de la collaboration entre **ACRONYM®** et le concept store zéroën **COEVO**

Ian Wang

2019

fig.2

Nike x **ACRONYM®** Vapormax Moc 2 avec des motifs et logotypes par Ian Wang et Stash

ACRONYM®, Nike

2018

COEVO
10-24
ZWEITAKT/NEUNEUNZEHN
STRAßE

ACRONYM® DYNAMISS



43

28 David Vineïs
(extrait), entretien en
visioconférence, 2022

Les formes et les images ne portent donc pas aucun récit, aucun message, elles ne sont juste pas là pour en porter un qui les dépasse, ou du moins, un récit humain, un récit sur celui qui en est à l'origine. Elles racontent un processus et un contexte. Les designer.euse.s qui produisent des formes vectorheart ne se disent pas forcément « qu'est-ce que raconte/doit raconter mon image? », certes, mais elles en disent beaucoup à leur insu. Ça n'est tout simplement pas verbalisé. Voilà pourquoi il est très intéressant de regarder ces objets avec du recul. D'ailleurs, même avec ce recul, la plupart ne savent pas comment mettre un nom sur ce qu'ils produisaient. Certain.e.s avaient conscience de produire des images qui s'inséraient dans une « mode », mais — et c'est peut-être l'aspect le plus important de cette observation — le *vectorheart* n'est peut-être pas même définissable, et ne l'était, peut-être, pas non plus au paroxysme de sa popularité.

J'appelais ça 'cyber'

(...)

Il n'y avait pas vraiment de nom de style, quand tu cherchais sur le web, tu tapais 'abstract 3D' ou des trucs dans le genre. 28

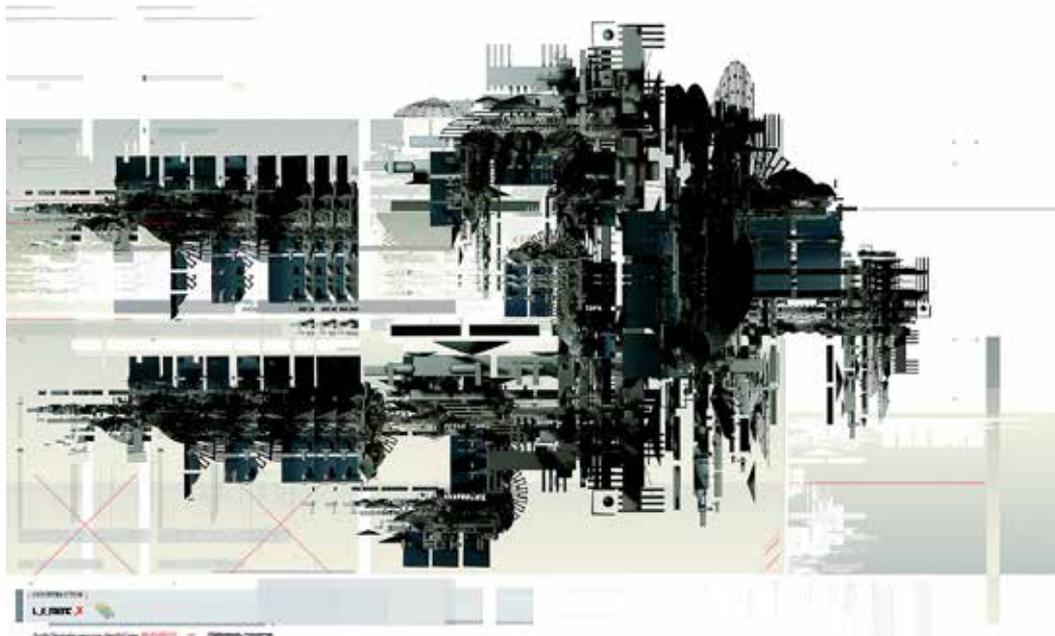
Pour autant, que ce soit à l'époque ou aujourd'hui, si on montre une image *vectorheart* à n'importe qui avec ne serait-ce qu'un semblant d'intérêt pour l'image, on voit que c'est un style immédiatement reconnaissable, qui évoque un imaginaire et des références précises, et ce, sans avoir été rationalisé ni défini à aucun moment. C'est assez fascinant de voir comment, pour peu que l'on soit sensible à ces formes, on puisse les ranger dans des limites qui ne sont jamais tacitement définies, mais sur lesquelles tout le monde semble à peu près s'accorder. Comment délimiter un style qui résulte d'influences dispersées dans la culture populaire? Les limites semblent plus relever du feeling que de codes et traits factuels. Le définir poserait le risque de devenir excluant, de retirer du tableau des objets graphiques qui pourtant en ont un héritage.

We don't talk about Vectorheart.

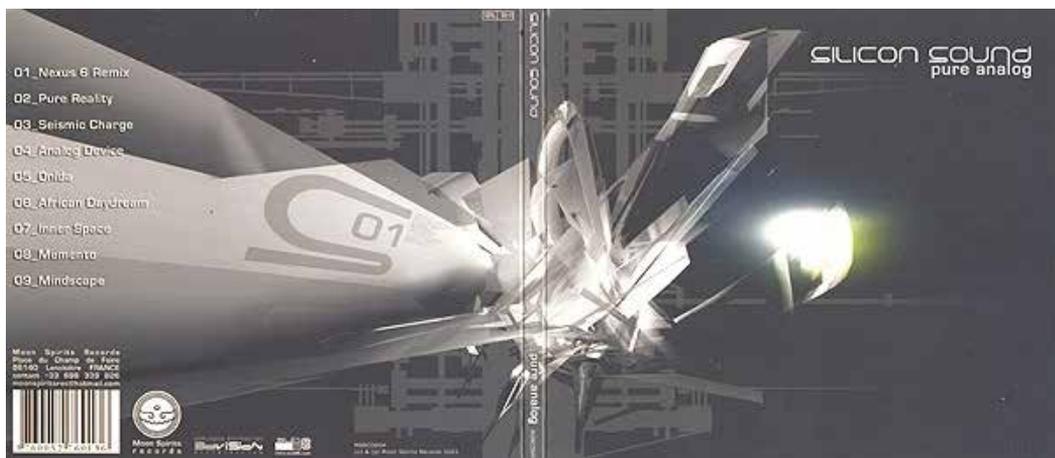
références

fig.1	<p><i>Constructor</i>, inclus dans le pack <i>XVI - Element</i> du site communautaire <i>Depthcore</i></p>	Antti Sinisalo	2004
fig.2	<p>Silicon Sound - <i>Pure Analog</i>, (CD), Moon Spirits Records</p>	David Vineis / <i>SUB88</i>	2003

1



2



44

Désormais, je vois cette forme
absolument partout.

Life imitates art.

références

- fig.1 Funkstörung - *Additional Productions*, *The Designers Republic™*
(CD), !K7 Records
- fig.2 Contrefaçon de *Babybel* *Aldi*
- fig.3 Metre ruban, acheté chez *Midica* *Go/On!*

1999

2022

2022



45

29 Eric Jordan
(extrait), entretien par
mail, 2022

La génération X, la génération de designer.euse.s du début des années 2000 est une génération qui s'est vue vivre l'avènement d'un phénomène aujourd'hui mondial, celui de la *rave*. D'abord partie du Royaume-Uni au début des années 90, l'esprit et la musique de cette nouvelle contre-culture se déversent sur l'europe, puis l'occident. Les jeunes adultes de cette génération sortent, vont danser dans des fêtes plus ou moins règlementaires, et, pour certain.e.s, en organisent, y mixent ou produisent de la musique électronique. Dans tout ce bouillonnement créatif se développe une culture graphique et un imaginaire hédoniste fait de road-trips dans la campagne, de flyers aux couleurs criardes, de lasers, de musique expérientielle et de substances psychédéliques. Puis, lorsque la scène *rave* quitte les terrains vagues et les campagnes pour s'installer dans les clubs des grandes villes et les hangars des périphéries, la culture *rave* devient aussi synonyme d'expérience nocturne de l'espace urbain, de béton brut, d'imagerie industrielle, etc... Une culture extrêmement chargée de références dont le langage graphique est clair pour quasi toutes les designe.rice.s de cette génération.

Durant cette période [fin des années 90], j'ai passé beaucoup de temps à faire des allers-retours à Los Angeles pour me rendre à des soirées *dance* underground, et beaucoup de temps en voiture à contempler le futur, tandis que je regardais les passerelles d'autoroute passer dans ma vision périphérique – le tout sur de la *trance* psychédélique, alors que le soleil se levait ou se couchait à l'horizon.

Ces road-trips presque oniriques furent profondément impactants sur ma psyché, et formèrent, en bonne partie, la base de thèmes, comme celui des transports, qui ressortirent plus tard dans mon travail pour *2Advanced* – Comme l'imagerie de structures autoroutières géantes.

29

références

- fig.1 *Base 1989* (Flyer, recto + verso) Designer.euse Inconnu.e 1989
- fig.2 *Slinky & Cocoshebeen, may 2004* (Flyer, recto) Designer.euse Inconnu.e 2004
- fig.3 *Mechanism.88733* (fond d'écran) 2Advanced Studios 2004

1



2



3

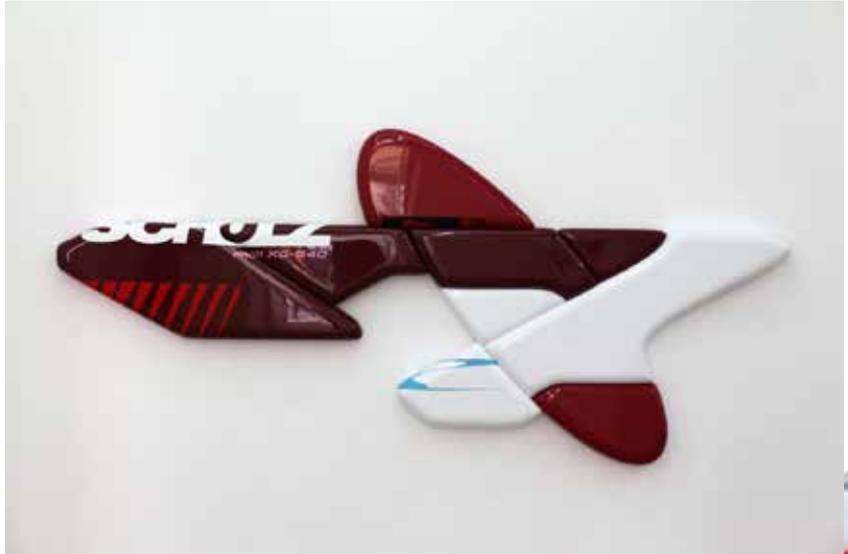


46

Le travail de Frédéric Plateus est, sans contexte, la mise en espace la plus saisissante et pertinente de la sensibilité *vectorheart*.



1



2



47

30 *DESIGNERSHOCK DSOS1 – 2001, DIE GESTALTEN VERLAG, M&R, metanetsoftware.com, 2016*

31 *THE DESIGNERS REPUBLIC VS. IDEA MAGAZINE, 2002, M&R, metanetsoftware.com, 2016*

The Designers Republic et Neubau Berlin ont été une énorme inspiration pour le travail de *Metanet Software* sur leurs jeux *N+* et *N++*:

« [au sujet du livre *DSOS1: The User's Manual*, du collectif *DesignerShock*, qui comprenait notamment Stefan Gandl de *Neubau Berlin*] Bref, l'idée de créer un jeu en utilisant [que] des fontes et des illustrations était assez avant-gardiste à l'époque, alors que beaucoup de designers graphiques passaient de l'imprimé au digital et apprenaient à naviguer dans cet espace.

En ayant le livre sous les yeux, il est clair à quel point le design graphique à changé—ça à l'air très rétro, mais d'une manière superbe. On en est nostalgiques puisque c'était parmi les premiers exemples d'art vectoriel dont on est vraiment tombés amoureux. Ça a une propreté et une sensibilité qui, nous pensons, a toujours sa place dans les jeux aujourd'hui.

Nous avons tous les livres de *Neubau*, aussi—on adorait leur art et leur attention à la précision et au détail, et nous considérons *Neubau* comme un de nos héros du design graphique. Quand on a décidé de faire *N++*, on a commencé par essayer d'assembler une dream-team de manière à s'assurer que ça serait l'exemple d'une décennie d'évolution et d'affinage, et, assurément le meilleur jeu que nous pourrions faire dans cette série. Donc, au moment du travail sur le *concept art* pour *N++*, nous avons décidé de nous renseigner pour engager *Neubau*.

Malheureusement, les concepts qu'ils ont créés, bien que superbes, n'allaient pas vraiment dans la direction que nous voulions prendre, donc ça n'a pas fonctionné, mais rencontrer Stefan et son équipe à Berlin et voir une partie de leur processus et comment ils travaillent était incroyablement intéressant. » 30

« On a acheté *Wipeout 3* en 2001, et c'était un des premiers jeux à vraiment nous ouvrir les yeux sur ce que le graphisme dans les jeux pouvait être.

(...)

Ces logos de la *F7200 Racing League* et chacune des écuries sont si simples, audacieux et distincts, et surtout, dans la retenue. C'est une combinaison difficile à obtenir.

Et les couleurs sont si bonnes! On a créé un thème couleur dans *N++* nommé *F7200* en hommage à *Wipeout 3* et le sens de la couleur incroyable qu'a *tDR*. Chaque animation dans l'introduction de *Wipeout 3* est pleine de personnalité, identifiant des différences entre chaque équipe et amenant de la vie là où on ne savait même pas que c'était possible.

C'est du branding parfait, qui a réellement embelli le monde de *Wipeout*, qui, sans, aurait pu être terriblement ordinaire. C'est une chose importante à laquelle penser quand on conçoit un jeu, surtout car ça permet de créer une super jaquette et d'autres contenus publicitaires. » 31



fig.1 *Dsos1: The User's Manual* (extrait image vectorielle), Die Gestalten Verlag Stefan Gandl, Rob Meek, Birte Ludwig / Designershock 2001

fig.2 *Dsos1: The User's Manual* (extrait double page), Die Gestalten Verlag Stefan Gandl, Rob Meek, Birte Ludwig / Designershock 2001

fig.3 Image promotionnelle pour N++ Metanet Software 2016

fig.4 N++ avec le thème F720 (Capture d'écran) Metanet Software 2016



abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789 *%&@#~!~!~!
 !@#%&*~!~!~!



48

Les objets de design graphique peuvent agir comme une narration composée de l'époque dans laquelle ils ont été conçus—ils reflètent des choses de l'environnement, au sens plus large, dans lequel ils existent.

— Daniel Van Der Velden (Metahaven),

Conversations: David Rudnick & Metahaven, Outland, 2022





CONCLUSION

32 Malte Müller
(extrait), entretien par
visioconférence, 2022

Sur les 30 dernières années, il semble que l'on peut observer que se sont enchaînées, et s'enchaînent, des modes et tendances, relativement distinctes en termes de codes, de public, de supports et de contextes; toutefois, il est très important de rappeler le fait que elles ne sont pas définies: depuis le début des années 90, il ne semble pas y avoir eu de mouvement, de tendance dans le design graphique, qui soit partie d'un groupe spécifique d'individus ou d'un manifeste.

Toutes les modes sont apparues et continuent d'apparaître en résultante du mouvement collectif, et de la visibilité énorme qu'ont les designer.euse.s entre eux, par le biais d'internet et, surtout, des réseaux sociaux. Il n'y a plus de « scènes », qui viennent accompagner une esthétique. Il n'y a plus un tout — ici comprendre un mode de pensée, un mode de vie — auquel les formes et objets graphiques viennent s'associer, comme dans la scène punk, par exemple.

Être un.e designer.euse implique un mode de vie en soi, surtout aujourd'hui, de l'entre-soi de la communauté — et, s'iel a certes une identité, iel va à un moment ou un autre exploiter telle ou telle mode, tendance, dans sa pratique. Toutefois, iel ne sera pas pour autant part d'une « scène ».

Il peut y avoir — et il y avait — des forums, des communautés, qui pouvaient se former autour de telle ou telle esthétique, on peut penser à, dans le cas du *vectorheart*, à des sites comme *DeviantArt* ou *Depthcore*. Ce n'est pas pour autant que l'on peut parler de scène. Cette esthétique n'a pas engendré l'émergence d'une communauté rassemblée autour d'un mode de vie et d'une sous-culture, comme les scènes *emo* ou *rave*. Tout le monde influence tout le monde.

La conséquence est qu'il n'y a plus de mouvement à « rejoindre ». Les codes et pratiques d'un mouvement sont diffusées dans la masse créative. Il n'y a pas de rationalisation ou de règles. Pour, disons, prendre le train en marche, il faut observer et s'inspirer, copier les images produites, et non plus des préceptes qui auraient été pré-définis. Ce qui en résulte est un cycle de « modes » plus que de mouvements en soi, qui s'enchaînent et se chevauchent, avec une durée de vie de quelques années.

Ces modes existent dans un cycle, le « circle of shitiness » que théorisait *Non-Format*:

- 1 — Elles apparaissent dans un milieu underground, de niche, où elles ne parlent qu'à une communauté spécifique et son référentiel.
- 2 — Ensuite, un.e acteur.ice extérieur.e en reprend un ou plusieurs codes pour l'appliquer dans un contexte plus mainstream (dans le cas du *vectorheart*: ces codes esthétiques sortant de la musique électronique underground, pour aller vers des artistes et labels plus larges en popularité).
- 3 — Une fois que cette esthétique s'est diffusée dans son contexte original — ici, l'industrie musicale — à un niveau mainstream, l'industrie de masse (majors, groupes publicitaires, grandes marques, etc) commence à la référencer et la mettre en avant à l'excès. C'est à ce moment que le public devient lassé, voire même souvent agacé.
- 4 — Elle devient progressivement de « mauvais goût », tombe dans l'oubli.
- 5 — Puis le cycle peut recommencer.

C'est dans cet état de stase, de demi-vie, qu'elle n'attend qu'à être revisitée, repensée, ré-adaptée à son époque, avec un certain recul. Quand des formes, des codes sont réutilisés, même si c'est de manière évidente, l'esthétique reviendra toujours sous une forme différente à un niveau ou un autre, car elle se basera sur des éléments qui lui sont contemporains pour l'accompagner. Si on regarde l'esthétique 80's — nommée, pour l'occasion, *synth/retro-wave* par beaucoup — qui est revenue à la mode sur la dernière moitié des années 2010, on voit que la nostalgie n'a pas pour autant empêché ses codes de s'adapter à son époque. Les grands traits et clichés visuels de l'époque — néons, références aux proto-images informatiques, *Delorean DMC-12* et palmiers à foison, effets VHS et musique *jazz/lounge* — sont présents mais repensés avec les outils graphiques et 3D actuels.

Le moment le plus intéressant, selon moi, arrive juste après qu'elle soit sortie du discours *mainstream*. Elle a complètement perdu la côte. Elle a complété le « *circle of shitness* », mais il faut l'approcher d'une autre manière, l'amener ailleurs.

(...)

Toutefois, je pense que ça doit passer par la reconstitution et la référence. Il faut laisser les jeunes le vivre, comme c'était vécu alors.

(...)

Ça me fait penser à la mode des pantalons évasés. Mes parents, dans les années 90, ne comprenaient pas comment je pouvais porter ça. Pour eux, c'était un style complètement passé de mode, qui les renvoyait aux années 60. Mais pour nous, c'était super cool!

(...)

Ça n'est pas une mauvaise chose, et on ne peut jamais totalement copier quelque chose, il y a toujours une part qui nous est spécifique, qui est nouvelle.

32

Bien que peu intellectualisée et rationalisée à l'avance, quand on regarde avec du recul, cette production n'en est pas moins chargée de culture populaire, et renvoie aux questions et aspirations de son temps. C'est une esthétique d'évidences, d'inspirations très littérales et directes. C'est le résultat de cette production instinctive mentionnée plus haut, dont la substance repose dans l'expérience des outils plus que dans la conceptualisation des formes produites. Les réponses que nous cherchons, ce qu'elles sont et le sens qu'elles portent, ne se trouvent pas dans l'Histoire — avec un grand "H" — du design graphique. Elles se trouvent dans la production, le processus de travail et aussi dans la culture populaire de cette génération. Le récit est simple, mais son écriture est très intéressante. Elle porte beaucoup de questions qui dépassent la pratique du design graphique.

Il y a-t-il un équivalent aujourd'hui à ces formes fantasmant le progrès technologique et le *cyberspace*? Les formes apparaissent — et réapparaissent — en reflétant les questions de leur temps. Si on regarde les choses bêtement, la centralisation des moyens de création en un outil est une réalité installée et clairement admise par tous depuis plus de 20 ans maintenant. L'omniprésence du smartphone dans nos vies l'a même poussée plus loin. La pochette d'album, à l'époque des services de streaming, n'est plus tant régie par des règles s'appliquant à un objet physique (CD, vinyle ou cassette audio), mais seulement par des contraintes de lisibilité et des formats d'upload; elle n'est souvent, dans la sphère indépendante, même pas destinée à être imprimée, à avoir une substance physique, faute de budget ou de public. Elle existe sous la forme d'une miniature, un *thumbnail* en 640x640px minimum.

Il est intéressant de constater qu'aujourd'hui, dans le mainstream du moins, les objets graphiques ne viennent pas référencer leurs outils de création mais plutôt de leurs outils de diffusion — comme si le fantôme s'était déplacé de celui de la création illimitée permise par le laptop à celui de l'hyper-communication que permet les réseaux sociaux. On ne compte plus les pochettes d'album, de single ou même de posts sur Soundcloud qui viennent référencer plus ou moins ouvertement les interfaces d'applications comme *Instagram*, *WhatsApp* ou *Messenger*, ou simplement l'UI de *iOS*. On pourrait amener l'argument que le *clout* d'un.e artiste ne repose plus tant sur le temps passé sur la pochette, la surenchère d'effets visuels ou le nombre de calques Photoshop, mais plutôt sur à quel point le public peut s'y identifier, à quel point il est *relatable*.

Aussi, l'anthropomorphisation (quelque peu forcée) du web 2.0/3.0 par les *GAFAM* a pu influencer sur les images et symboles typiquement associés à la création sur ordinateur et à la dimension numérique en général: là où internet et le monde informatique évoquaient futurisme, hyper-complexité et distance de la réalité physique — ce qui ressortait donc dans les objets graphiques — il semble aujourd'hui avoir une image indissociable des réseaux sociaux, les systèmes de relations qu'ils impliquent et les stratégies de communication qui les entourent, des aspects qui mettent en avant les individus et utilisateur.ice.s et non plus l'objet, outil ou système lui-même. Cette dynamique a donc mené à une standardisation et à un creux dans la créativité et la prise de risque sur le plan du design web/UX/UI, puisque les stratégies de coercition et de manipulation des utilisateur.ice.s ne reposent plus sur l'effet « wow » d'un design audacieux mais sur des systèmes d'algorithmes et de biais visuels.

Beaucoup des formes que j'ai produites durant cette période se sont transmises dans mon travail actuel, et une petite partie du fond esthétique que je pouvais avoir est toujours là, plus mature, toutefois. Mon approche futuriste du webdesign ne colle pas vraiment avec le contexte actuel de la pratique, car tout le milieu a été extrêmement simplifié et créativement suffoqué pour des raisons de praticité et d'accessibilité. Le webdesign moderne est lourdement asphyxié par des services et solutions normalisées, ainsi qu'une adhésion généralisée aux directives et restrictions d'usage et d'UX.

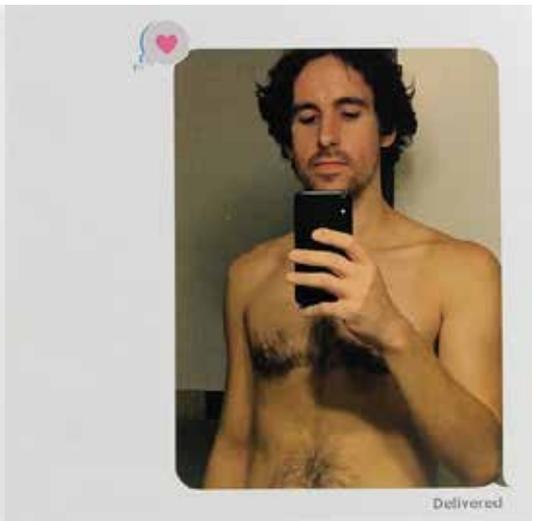
↳ références

fig.1	James Ferraro - <i>Condo Pets</i> (EP, digital), Hippos in Tanks	Designer.euse Inconnu.e	2011
fig.2	Edlan - <i>Whatever You Said</i> (Single, digital), Pilot Records	Designer.euse Inconnu.e	2018
fig.3	Matty - <i>Selfportrait</i> (EP, cover + back cover), Matty Unlimited	Amanda Hicks	2019

1-2



3



33 Eric Jordan
(extrait), entretien par
mail, 2022

34 David Rudnick
(extrait), *Conversations: David Rudnick & Metahaven, Outland*, 2022

Cela a tué une grande partie de la créativité et de l'expérimentation. J'entends beaucoup de personnes s'en plaindre dans l'industrie, mais aussi en dehors. Il y a comme une envie générale d'un retour à cette période, lorsque les choses étaient plus ouvertes et créatives, et les règles étaient souvent brisées dans le pur intérêt de l'expérimentation. ³³

C'est là que se marque la différence entre les forums et blogs du début des années 2000, à la structure basée sur un échange, une compétition horizontale entre ses acteurs, et les réseaux sociaux actuels, entretenant une hiérarchie verticale entre artiste et spectateur.ice/fan, avec comme moteur (dans beaucoup de cas) une relation parasociale basée sur l'identification du second au premier. Se mettre en retrait au profit de la machine, que ce soit dans le contenu ou la communication, n'est plus à la mode.

Lorsque la cover référence, par exemple, une conversation par message privé sur instagram (trophe particulièrement populaire), certes le.a designer.euse est complètement dans le référencement de l'outil (ie. la messagerie) numérique, au point d'utiliser une « simple » capture d'écran, mais le fond repose sur le contenu de ce qui est montré. On n'est pas ici seulement dans un renvoi au premier degré à une interface graphique, mais bien avec un fond qui se base sur le contenu des-dits messages pour continuer dans cet exemple.

Le processus de récupération des formes est comparable, mais le fond n'est pas centré sur les mêmes idées. Ce portrait que je dresse ici est incomplet, mais il semble donner un cas d'étude du basculement de l'image d'internet sur les 20 dernières années.

Nous nous sommes, en tant que société, éloignés du « *modern project* », l'idée du Corbusier de la « maison comme une machine pour vivre », tout comme la production, à la fin du vingtième siècle, d'objets de design qui étaient conçus pour créer des environnements reflétant nos espoirs, rêves, pensées et sentiments. Tout cet aspect de l'industrie du design a cessé d'exister dans une certaine mesure. ³⁴

Notre réalité contemporaine ne ressemble fatalement pas au fantasme qu'entretenait la génération X, et, bien que certaines formes se soient infusées et disséminées dans l'imaginaire collectif, il semble bien y avoir des points majeurs de changements.

Premièrement, les formes et langages graphiques que l'on peut associer au *vectorheart* semblent aujourd'hui n'évoquer unilatéralement que des imaginaires et des idées d'artificialité — à opposer ici à l'organique, l'humain, le réel physique —, étant utilisées dans des contextes comme le monde de la *tech*, les sports mécaniques, la robotique, etc. Les objets issus de ces contextes que l'on peut considérer comme *vectorheart* ne sont pas pensés pour porter un imaginaire optimiste ou fantasme sur le futur, mais plutôt qui joue sur l'imagerie dystopique, *cyberpunk*. Les formes du futur, du « bon » futur optimiste, vers lesquelles il est attendu, socialement, d'aller, ne sont pas celles-ci. La prise de conscience générale sur les effets potentiellement néfastes des réseaux sociaux, de l'hyper-connectivité et de la digitalisation de la vie quotidienne ont engendré un déplacement de paradigme, plus critique, plus cynique.

1



Les formes *vectorheart* ne sont plus synonymes de progrès, mais d'un enthousiasme presque naïf des débuts de la microinformatique, du Web 1.0, où tout était à faire, et où tout — dont le meilleur — semblait possible.

L'histoire, au moment où j'écris ces lignes, semble lui donner tort.

Le cycle semble achever sa première révolution: après plusieurs décennies de fantasme de la machine, de la technologie informatique et de la dimension virtuelle, le paradigme semble avoir viré à 180 degrés, et chercher à retourner à des valeurs et une sensibilité relevant de l'humain, de l'organique. Est-ce un mouvement mené par les individus, dans une prise de conscience générale et implicite, où est-ce mené par les acteur.ice.s d'influence de l'industrie, pour donner à leurs produits une dimension organique, sociale, artificiellement chaleureuse et bienveillante? Je ne saurai y répondre ici. Une chose semble sûre: lorsque l'on essaie de regarder les formes contemporaines avec le même angle que l'ont fait les designers *vectorheart*, on se rend compte à quel point le paysage virtuel et technologique à changé dans ses formes et dans l'imaginaire auquel il appelle.

Les personnes qui exploitent les formes qui leurs sont contemporaines ont eu la capacité d'influencer tout l'imaginaire d'une génération.

Et, s'il est difficile, pour l'instant, d'avoir un panorama aussi large et uniforme que celui du *vectorheart* dans paysage graphique actuel, il n'y a aucun doute que nous avons encore ce pouvoir.

↳ références

(null)



BIBLIOGRAPHIE

→ *Helvetica/Objectified/Urbanized: The Complete Interviews*, Gary Hustwit, Swiss Dots, 2015
 → *L'ignorance*, Milan Kundera, Gallimard, 2000
 → *In Praise of Shadows*, Jun'ichiro Tanizaki, 1933 (Ré-édité par Sora Books en 2017)
 → *Têque n°1*, Samuel Aubert, Éditions Présentes, 2022
 → *Radical Cover Art: Sampler 3*, Adrian Saughnessy, Laurence King, 2003
 → *Refill Magazine n°4*, Keepleft, 2004
 → *Notes on Camp* (extrait de *Against Interpretation*), Susan Sontag, 1966
 → *Web Design: The Evolution of the Digital World 1990–Today*, Rob Ford, Taschen, 2019
 → *Emigre #57: Lost Formats Preservation Society*, Rudy VanderLans, 2001
 → *Emigre #29: The Designers Republic*, Rudy VanderLans, 1994
 → *IDEA vs. The Designers Republic*, IDEA Magazine, 2002
 → *2D-3D: Adventures in and out of Architecture*, Bangert, 2001
 → *Dsos1: The User's Manual*, DesignerShock, Die Gestalten Verlag, 2001
 → *Metalheart*, Andreas Lindholm & Anders F. Ronnblöm, Gingko Press, 2001

SITOGRAPHIE

→ discogs.com
 → eyemagazine.com
 → metanetsoftware.com
 → thefoundrytypes.com
 → theguardian.com
 → typesetinthefuture.com
 → searchsystem.co
 → jetset.nl
 → outland.art
 → e-flux.com
 → metropolismag.com
 → ssense.com
 → are.na
 → archilibs.com
 → neubauberlin.com
 → indexgrafik.fr
 → thedesignersrepublic.com
 → webdesignmuseum.org
 → avantarte.com
 → misfitsarchitecture.com
 → gmunk.com
 → sub88.com
 → youtube.com/@anisanusui6743
 → donotresearch.net
 → deviantart.com
 → depthcore.com
 → behance.net/niknoisia
 → ashworth.work
 → briancantley.com
 → process.black
 → emigre.com
 → cari.institute
 → thefwa.com

REMERCIEMENTS

Je voudrais remercier chaleureusement Gary Haslam, Nik Roos, Bradley Munkowitz, Eric Jordan et David Vineis qui ont pris de leur temps pour répondre à mes questions, que ce soit par mail ou par visioconférence. Merci à eux pour leur aide et leur disponibilité.

Merci également à Malte Müller pour son aide, son temps et l'expérience qu'il m'a transmis, lors de mon stage chez *WAF GMBH*, sur l'écriture de ce mémoire et sur toute cette année, et aussi pour la paire de *ACW* Sponge Crater CX* qui a tenu mes pieds au chaud.

Merci aux merveilleuses personnes du *CARI* pour leur ouverture, leur disponibilité et leur aide.

Merci à Olivier Huz, Sebastien Degeilh et Coline Sunier pour leur aide, leurs conseils et leur écoute sur les deux dernières années.

Merci à Nao, qui est à mes côtés chaque bon et mauvais jours, et à toutes mes collègues et ami.e.s de l'*ISdAT* (et d'ailleurs) pour leur aide, leur écoute et pour être des personnes merveilleuses.

Merci à toutes les designer.euse.s cité.e.s dans ce mémoire pour m'avoir inspiré et fasciné depuis des années, et, je l'espère, encore longtemps.



↳ références

(null)



■

■

■

■