

# Le choix typographique<sup>1</sup>

---

Marc Arabyan<sup>2</sup>  
Université de Limoges (França)

## Resumo:

O autor mostra neste artigo que a semiótica da escolha tipográfica depende de parâmetros estilísticos oriundos da tradição da tipografia europeia. Até o momento, a escolha tipográfica era descrita em termos de conotação. Renova-se aqui completamente esta perspectiva colocando-se no cruzamento da paradigmática dos estilos de caracteres (cujos traços distintivos são contínuos ou descontínuos, cumulativos ou não cumulativos) e da axiologia dos valores éticos atribuídos a cada um destes traços pela doxa dos impressores. A tipologia complexa que daí resulta se aplica principalmente ao texto e ao conjunto de títulos da imprensa e das obras impressas, mas ela pode também ser aplicada à publicidade.

**Palavras-chave:** escolha tipográfica; axiologia; valores éticos; valores linguísticos.

## Abstract:

The author shows in this work that the semiotics of the typography selection rests upon style parameters inherited from the European typographic tradition. Until now, typography selection was described in terms of connotation. This perspective is completely renewed here by moving it to the intersection between the paradigmatics of characters styles (whose distinctive traits are either continuous or non-continuous, cumulative or non-cumulative) and the axiology of ethical values attributed to each of these traits by the printers' doxy. The complex typology that arises from this is applicable especially to the text and to the press and printed works set of titles, but it also can be applied to advertising.

**Key-words:** typography selection; axiology; ethical values; linguistic values.

---

<sup>1</sup> Recebido em 6 de junho de 2008. Aprovado em 2 de maio de 2009.

<sup>2</sup> Marc Arabyan é professor titular da Université de Limoges (França) e desenvolve há cerca de vinte anos pesquisas em comunicação tipográfica e visual.

**Résumé:**

L'auteur montre dans cet article que la sémiotique du choix typographique dépend de paramètres stylistiques issus de la tradition de l'imprimerie européenne. Jusqu'à présent, le choix typographique était décrit en termes de connotation. On renouvelle ici complètement cette perspective en se plaçant au croisement de la paradigmatique des styles de caractères (dont les traits distinctifs sont continus ou discontinus, cumulables ou non cumulables) et de l'axiologie des valeurs éthiques prêtées à chacun de ces traits par la doxa des imprimeurs. La typologie complexe qui en résulte s'applique principalement au texte et à la titraille de la presse et des ouvrages de librairie mais elle permet aussi d'aborder la publicité.

**Mots-clés:** choix typographique, axiologie; valeurs éthiques, valeurs linguistique.

**De quelle nature la différence?**

Cette étude s'interroge sur le choix typographique. Pourquoi les didones ont-elles été évincées dans la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle par le retour en vogue des elzévir? Est-ce parce que les empattements triangulaires sont plus lisibles que les filiformes? Une telle opposition est-elle plutôt fonctionnelle – liée à la lisibilité – ou plutôt esthétique – une affaire de style? Est-il possible d'attacher une *qualité* à l'opposition entre sérif et sans-sérif, et plus généralement à chacun des détails spécifiques entrant dans la composition des familles de caractères? De quelle nature est la différence entre le Jenson (une police de la famille vénitienne), le Plantin (une galalde), le Baskerville (une transitionnelle), le Bodoni (une didone) et le Clarendon (une égyptienne ou mécano)? Il n'est pas certain qu'on puisse répondre absolument à ces questions, mais il est sûr qu'elles se posent de plus en plus en communication publique. Les figures 1 à 7<sup>3</sup> montrent que toutes les grandes familles de polices typographiques sont toujours en pratique aujourd'hui dans la presse et la librairie.<sup>4</sup> Ces polices

---

<sup>3</sup> Tirées du *Guide de référence de la typothèque Adobe*. Berkeley (Cal.): Peachpit Press, 2002, pages 29 à 36.

<sup>4</sup> Une seule manque à l'inventaire: la famille *Fraktur*, employée par Gutenberg lui-même.

de texte sont faciles à décrire dans leurs spécificités. Chacune présente un ensemble de traits homogènes qui définissent son style indépendamment de l'époque – au sens où on parle de style Régence, Louis-XV, Louis-XVI, Directoire, Empire, Restauration (pour ne citer ici qu'une suite cohérente de styles d'ameublement et de décoration), pour les distinguer des objets d'époque, authentiques antiquités.



Figure 1. – Définition des vénitiennes (premières parmi les polices dites “antiques” ou “romaines”, par exemple Jenson 1470): (A) Faible contraste entre pleins et déliés, (B) Axe incliné à gauche, (C) Empattements triangulaires, (D) Barre du *e* inclinée.

Les polices de type Jenson, par exemple (figure 1) présentent un contraste relativement faible par rapport aux styles qui suivront, parce que les technologies mises en œuvre dans les premiers temps de l'imprimerie – combinant la presse, la gravure des poinçons, la fonte des caractères, la qualité des encres et des papiers – ne permettaient que des solutions moyennes: sur une presse à bras, des caractères plus fins se seraient écrasés plus vite et auraient plus facilement poinçonné le papier. L'axe incliné à gauche est à relier à l'empattement et à la barre du *e*, saillante sur le Jenson: il s'agit d'emprunts à la calligraphie des stationnaires, éditeurs-libraires des *xiv*<sup>e</sup> et *xv*<sup>e</sup> siècles. On sait qu'à ses débuts, l'imprimerie a cherché à copier le plus fidèlement possible les traits de plume de l'édition manuelle des textes – Gutenberg produisait même délibérément de “faux manuscrits” imprimés sur parchemin. L'empreinte de cet héritage marquera longtemps – et marque encore aujourd'hui, d'une certaine façon – la production de nouvelles polices de caractères. Cependant, ces contraintes technologiques, d'ordre historique, si elles permettent de comprendre l'origine des formes distinctives des styles en

tant que signifiants matériels, supports d'une expression linguistique,<sup>5</sup> ne suffisent pas à justifier que des valeurs culturelles soient attribuées à ces mêmes styles en tant que signifiés exprimant des contenus non seulement esthétiques mais aussi – et surtout – éthiques, comme on le verra en conclusion.



Figure 2. – Définition des garaldes (XVI<sup>e</sup>-XVII<sup>e</sup> s., par exemple Plantin):  
(A) Davantage de contraste entre pleins et déliés, (B) L'axe se redresse,  
(C) Les congés s'arrondissent, (D) La barre du *e* est horizontale.

Qui parle français en ne respectant que le sens étymologique des mots? Pas même les puristes... Le lecteur d'un texte imprimé en Jenson, à moins d'être un professionnel des métiers du livre, n'en repère pas le caractère archaïque, même s'il peut être sensible à l'identité que ce dessin de caractères confère au texte et à sa congruence lorsqu'il se trouve employé à une impression de – par exemple – Marguerite de Navarre, Rabelais ou Montaigne. Le seul fait cependant que la collection de la Pleiade ait une seule police de caractères pour imprimer tout son catalogue qui va de l'Antiquité jusqu'à nos jours suffit à prouver que cette congruence peut aussi être d'ordre commercial: le choix typographique est alors déterminé par l'image de marque que l'éditeur cherche à conférer à une gamme de produits. Avec pour résultat remarquable que ce choix ayant été effectué – pour ce qui concerne la bibliothèque de la Pleiade – dans les années vingt, il se voit investi, plus de quatre-vingts ans plus tard, d'une nouvelle valeur, liée au passage du temps: ce qui à l'époque était vu comme un choix élégant, particulièrement lisible et pour tout dire "moderne" renvoie désormais aux Années folles et commence à prendre une allure un peu datée, pour ne pas dire vieillotte.

---

<sup>5</sup> Il serait plus exact de dire *sémio-linguistique*, mais il n'y a pas place ici pour la discussion de cette distinction.



Figure 3. – Définition des transitionnelles (xviii<sup>e</sup> s., par exemple Baskerville): (A) Le contraste entre pleins et déliés continue à s'accroître, (B) Elargissement des panses, bien arrondies de part et d'autre d'un axe strictement vertical, (C) Empattements symétriques et aplatis.

### Composants linguistiques et composants symboliques

Avant d'aller plus loin, définissons la notion: *On appelle "choix typographique" la contrainte où se trouve quiconque souhaite imprimer un texte d'éliminer toutes les solutions possibles sauf une.* Il en va de même lorsqu'on s'habille le matin – mettons pour faire les courses, occasion distincte de partir au travail, de petit-déjeuner avec le sous-préfet ou de tondre la pelouse... *On ne peut pas ne pas choisir* – en fonction des conventions sociales qui s'expriment aujourd'hui en France par la vêtue – *une* paire de chaussettes, *une* paire de chaussures, *une* chemise, *une* cravate, etc., et par conséquent renoncer à toutes les autres chaussettes, chaussures, chemises, cravates, etc. que l'on possède, quelles qu'elles soient. De même, lorsque je vais chez le coiffeur, suis-je contraint de choisir, c'est-à-dire de prendre conscience qu'une seule solution est possible parmi toutes les coupes de cheveux imaginables. Parce que tous ces choix vont déterminer mon apparence, je vais me situer – par les formes vestimentaires, accessoires, cosmétiques... que j'arbore désormais – dans un réseau de significations symboliques<sup>6</sup> dont la connaissance est *a priori* partagée par toutes les personnes que je vais croiser. C'est la connaissance partagée du système de la mode qui va permettre à mes contemporains de me juger, c'est-à-dire d'interpréter ma tenue selon une grille tout aussi complexe qu'implicite d'appartenances générationnelle, professionnelle, culturelle, sexuelle, etc. On notera que le

<sup>6</sup> Voyez à ce sujet Jean-Marie Floch. *Petites mythologies de l'œil et de l'esprit*. Paris; Amsterdam: Hadès et Benjamins, 1985; *Sémiotique, marketing et communication*. Paris: Puf, 1990; *Identités visuelles*. Paris: Puf, 1995.

refus de choisir n'est pas moins chargé de signification : les jeunes hommes préfèrent actuellement toutes les nuances de gris allant du blanc au noir dans une typologie de couleurs minérales, laissant les couleurs végétales et animales (le vert, le rouge) aux jeunes femmes. Cependant il est aussi possible de faire des choix vestimentaires désordonnés et de délivrer des messages discordants, y compris sous la forme de fautes de goût qui pourront exprimer le *top du top* en matière de *tendance*.



Figure 4. – Définition des didones (fin XVIII<sup>e</sup> s., par ex. Bodoni): (A) Très grand contraste entre pleins et déliés, (B) Module plus étroit autour d'un axe strictement vertical, (C) Empattements filiformes.

Ce parallèle du choix typographique avec le système de la mode renvoie à ce que les Anglo-Saxons appellent le *display* – en français, on dirait la *fantaisie* –, mais les formes de texte en usage dans la presse et la librairie ne sont pas moins complexes : sept variations – compatibles à la fois entre elles et avec n'importe quelle police – sont applicables à l'impression d'une page de texte courant: 1<sup>o</sup>) la taille, 2<sup>o</sup>) la casse,<sup>7</sup> 3<sup>o</sup>) la pente, 4<sup>o</sup>) la graisse,<sup>8</sup> 5<sup>o</sup>) la chasse, 6<sup>o</sup>) l'approche et 7<sup>o</sup>) le parangonnage.<sup>9</sup> Ces variations n'ont pas toutes le même statut: les unes ont une valeur linguistique, les autres

<sup>7</sup> La casse est deux fois discontinue: 1<sup>o</sup>) les bas de casse et les capitales s'opposent par le dessin: seules sept lettres – c, o, s, v, w, x et z – ont des formes homologues quelle que soit la casse; 2<sup>o</sup>) la taille des petites capitales s'oppose à celle des grandes: les petites capitales peuvent avoir la taille des minuscules basses (a, c, e, i, m, n, o, r, s, u, v, w, x et z) alors que les grandes capitales peuvent avoir celle des minuscules hautes (b, d, f, h, k, l).

<sup>8</sup> La graisse n'est continue que dans les polices dites *multiple master*, "à matrice multiple". La plupart du temps, elle est gérée par des échelles de degrés dont les noms sont à la fois explicites et peu fiables. On relève par exemple dans le *Guide de référence de la typothèque Adobe*, déjà cité, les séries suivantes, qui ne se recoupent pas complètement: (a) extra light, light, regular, semi bold, bold (par ex. ITC Avant garde gothic, p. 56); (b) light, roman, heavy (Avenir 1, p. 57-58); (c) book, medium, black (par ex. Avenir 2, p. 58), (d) light, medium, demi, bold, heavy (par ex. ITC Bauhaus, p. 60).

<sup>9</sup> Ce terme savant désigne une variation de la ligne de base, soit, la plupart du temps, deux formes: les indices et les exposants.

une valeur symbolique. Celles qui ont une valeur linguistique – parce que leur usage modifie le sens du message imprimé – sont les “attributes” ou les “enrichissements”: par exemple les capitales “signifient” les titres, les italiques les citations, les gras les mots clefs, les exposants certaines abréviations, etc. *Par convention*, on n’est pas libre d’employer les capitales grandes et petites (par opposition au système majuscule + minuscule, dont la valeur est sémantique ou syntaxique) à l’impression du texte courant. Le gras (par opposition au maigre) ne doit pas être majoritaire dans la page de texte parce qu’il a valeur de rubrication. L’italique de même, sauf dans l’impression de genres littéraires tels que correspondance, théâtre ou poésie, pour ne citer qu’eux. Ces conventions dégagent ce que les psychologues nomment des *instructions de lecture*.

*Ce sont les composants symboliques de l’écriture, dépourvus de significations linguistiques, qui forment le choix typographique stricto sensu*. On les identifie au fait que le texte en est marqué tout du long, et non seulement tel segment particulier. *Par symbolique*, on veut dire que ces traits sont à la fois figurés, calqués sur des entités extérieures au système linguistique, et conventionnels, puisque l’analogie ne doit pas empêcher de reconnaître qu’on a affaire à une lettre, ni interdire sa lecture (Figure 11). *Par écriture*, on veut dire que ces traits dépassent le domaine de la typographie et s’étendent au dessin, à la gravure, à la lithographie, à la calligraphie, à la publicité, à la signalétique, etc.



Figure 5. – Définition des mécanes (xix<sup>e</sup> s., par exemple Clarendon): (A) Empattement rectangulaire avec congé à angle droit pour les égyptiennes, (B) Empattement rectangulaire avec congé arrondi pour le Clarendon, plus proche des transitionnelles, (C) Outre un échappement non proportionnel (*i* occupe le même espace que *m*) les caractères façon machine à écrire ont des largeurs d’empattements voisines des largeurs de fûts.

Un exemple remarquable de symbolisme typographique remonte aux manuscrits des <sup>xiv</sup><sup>e</sup>-<sup>xv</sup><sup>e</sup> siècles, époque où les ancêtres des imprimeurs, les stationnaires – éditeurs-libraires qui tenaient boutique de copistes dans les grandes villes d’Europe – ont commencé à publier par dizaines d’exemplaires recopiés à la plume les textes littéraires profanes destinés à des publics aristocratiques et bourgeois – souvent féminins – en *littera formata rotunda* (“lettre d’édition ronde”), tandis que les textes savants à l’usage des clercs, ecclésiastiques et universitaires, l’étaient en *littera formata quadrata* (“lettre d’édition carrée”), cette même *quadrata* qui a abouti au gothique de Gutenberg et qui “chasse” si peu qu’elle doit certainement se trouver quelque part à l’origine du Times, la *rotunda* ayant de son côté donné naissance au romain de Jenson (Figure 1), via la *bastarda humanistica*, avant d’inspirer les sans-sérifs germaniques nées en réaction au gothique (Figures 6 et 7). Il n’est donc pas étonnant qu’encore aujourd’hui les textes littéraires – voyez l’exemple de la Pleiade – continuent de s’éditer en lettre ronde alors que les textes scientifiques préfèrent le Times, une série étroitisée de la famille elzévir, tandis que les textes techniques ont un net penchant pour le sans-sérif. Un test que j’ai réalisé de 1994 à 2004, en tant que directeur d’une collection de plus de cent cinquante titres de sciences humaines, auprès d’une large population de chercheurs universitaires et du CNRS est très concluant sur ce point: ils ont été unanimes à refuser que leurs travaux (thèses, synthèses de recherches et autres actes de colloques) soient édités en Garamond (à moins d’utiliser la variante “Narrow”, assez voisine du Times), préférant l’Helvetica, et même l’Helvetica narrow, à défaut du Times. Le Times est de loin la police la plus demandée pour sa “scientificité”, explicitement évoquée par mes informateurs dont je peux ainsi résumer les propos: “Ce que j’écris n’est pas du roman, ce n’est pas de la fiction, c’est de la recherche”. D’où une axiologie symbolique où la ronde marque le loisir, le plaisir, la féminité, tandis que l’étroit marque le travail, la rigueur, la masculinité.

A la différence des enrichissements linguistiques, cumulables et continus, ce qui institue le choix typographique, c’est ce que Thibaudeau a éclairé par le critère de l’empatement : il y a ou il n’y a pas d’empatement (premier niveau de choix) et qu’il y en ait ou pas, que le caractère fasse ses



extrémités en triangle, en rectangle ou en fil, qu'il s'achève par un biseau, un angle droit, un arrondi, une queue d'aronde ou autrement (il existe de nombreuses formes mixtes !), aucune de ces solutions n'est cumulable avec une autre, ce qui va de pair (second niveau de choix) avec les six autres dimensions du caractère, continues et cumulables elles aussi, qui définissent un dessin de police (Figure 8).<sup>10</sup> On a ainsi, au total, sept dimensions distinctives, typologiques, du dessin de police: 1°) empattement, 2°) rapport et 3°) distribution des pleins et des déliés, 4°) orientation de l'axe, 5°) degré d'ouverture, 6°) hauteur d'œil et 7°) proportion du module.

On peut synthétiser l'ensemble des éléments relevés jusqu'à présent dans le tableau suivant:

Enrichissements	Casse	Discret et exclusif	Linguistique
	Taille, pente, graisse, chasse, approche, parangonnage	Continu et cumulable	Linguistique
Choix typographique	Empattement	Discret et exclusif	Symbolique
	Rapport et distribution des pleins et des déliés, orientation de l'axe, proportion du module, ouverture et hauteur d'œil	Continu et cumulable	Symbolique

Classement des traits d'un *token*

Ce tableau permet de classer n'importe quel trait entrant dans la composition d'un dessin de caractère. Ce dessin est parfois appelé un *glyphe*,<sup>11</sup>

<sup>10</sup>. Cf. *Le Prêt-à-cliche: Typographie et mise en page*. Paris: L'Harmattan, 1997, p. 106.

<sup>11</sup>. Cf. *L'Aventure des écritures I, II et III*. Paris: Bibliothèque nationale de France, 1997, 1998 et 1999.

mais le mot *glyphe* (du grec *gluphè*, “ciselure”, “incision”) évoque trop l’inscription lapidaire pour pouvoir être retenu en matière d’alphabet.<sup>12</sup> Il se trouve que dans la sémiotique de Charles Sanders Peirce, on oppose *type* (“matrice”) et *tokens* (littéralement, les “jetons” issus de la frappe de la matrice). Il est possible à partir de là de nommer *type* la forme linguistique du concept propre à chaque lettre de l’alphabet, et *tokens* les multiples représentations concrètes, en nombre infini, de chaque *type*.<sup>13</sup>



Figure 6. – Définition des sans-sérifs: I. Les *géométriques* (par ex. Avant garde): (A) Les panses (sont concernées les lettres a, b, c, d, e, g, p, et q) et les arrondis (h, m, n et u) sont des cercles ou arcs de cercle, (B) Le a et le g sont formés à partir du o, (C) Ni pleins ni déliés sensibles.

## Le visible et le lisible

Le fait que le choix typographique soit une affaire de police est lié au petit nombre de dessins canoniques de la lettre qui ont permis la naissance du livre imprimé. Le fait que toutes les familles de polices apparues depuis 1470 soient encore employées de nos jours permet de penser qu’aucune en particulier n’a plus de mérite – n’est plus belle ni plus lisible – qu’aucune autre. En fin de compte, *c’est la pratique de toutes les polices qui permet la lecture de chacune*. Il y a en effet dans la lecture une dimension aussi essentielle que peu souvent signalée: savoir lire, c’est neutraliser machinalement la variation typographique des *tokens* de façon à décoder sans effort les *types* linguistiques qui se cachent derrière toutes les façons d’imprimer n’importe quelle lettre de l’alphabet. Etant en petit nombre, ces familles se sont multipliées par combinaison. Elles ont donné naissance à des formes hybrides dans lesquelles les traits distinctifs se sont associés. La question peut se poser de savoir si dans ces métissages, les nouvelles

---

<sup>12</sup> Pas d’objection, en revanche, à son emploi pour parler des écritures des empires précolombiens.

<sup>13</sup> Le français compte 41 lettres: 26 lettres simples + 15 lettres diacritiquées: à, â, æ, ç, é, è, ê, ë, î, ï, ô, œ, ù, u et û.

polices ainsi créées expriment les valeurs d'origine de leurs gènes respectifs; et jusqu'à quel degré de parenté ou de descendance les traits premiers continuent de s'exprimer. Cette métaphore biologique a son utilité car elle souligne que les valeurs attribuées aux formes du dessin des lettres qui constituent les alphabets sont *commandées de l'intérieur* du système typographique, et non pas fonction de contraintes fonctionnelles ou communicationnelles externes. Sans cela, on ne comprendrait pas que le gothique (les Allemands disent *Fraktur*) ait été utilisé sans faiblir pendant cinq siècles dans les pays de langue allemande ; ou encore que les alphabets consonnantiques hébreu et arabe ne se soient dotés ni de capitales ni d'italiques. D'où la question: Qu'est-ce que la lisibilité?



Figure 7. – Définition des sans-sérifs: II. Les *humanistes* (par exemple Frutiger): (A) Abandon de la géométrie: panses et arrondis sont non circulaires, (B) Le a et le g comportent deux niveaux, (C) Diversification des largeurs et retour à des déliés sensibles.

Le visible et le lisible ne sont pas toujours bien distingués. Cependant, ils sont antinomiques. Pensez que quand vous lisez, vous ne voyez pas ce que vous lisez. Comme le disait si bien Victor Hugo, le lecteur “regarde sans voir” ! Si on se met à voir ce qu'on lit, c'est qu'en fait on a cessé de lire pour voir: on s'est mis à regarder le texte comme si c'était une image. On a cessé d'accéder au signifié, au contenu, pour s'arrêter au signifiant du texte dans sa matérialité: mastic (confusion générale des lettres dans un passage), bourdon (mot manquant), coquille, faute d'orthographe, barbarisme (“ils conquérèrent...”), anacoluthie ou autre tournure amphigourique... Toute perception supraliminaire de la part visuelle du texte gêne immédiatement la lecture et souvent l'interrompt. Ce qui ne signifie pas que la perception infraliminaire des codes n'ait pas d'importance, bien au contraire; cette perception non consciente marque la part de la visibilité dans la lisibilité: c'est ainsi que le lecteur enregistre “inconsciemment” (comme dit le langage commun) les événements typographiques significativement pertinents tels que justifications, interlignages, sections ou paragraphes, alinéas... qui sont de l'ordre du blanc, ainsi que les “instructions de lecture”

déjà signalées, propres aux caractères, qui sont de l'ordre du noir. C'est aussi à ce niveau infraliminaire de la perception qu'il faut placer l'influence de ce signal suprasegmental et permanent, donc spécialement doté d'invisibilité, qu'est le choix typographique. A noter qu'une fois que le lecteur a pris connaissance de ce choix et, dans les cas pénibles, qu'il en a pris son parti, il l'oublie vite, exactement comme au cinéma on oublie le bloc de sécurité "Sortie de secours" qui tire l'œil pendant la première minute de projection (au point qu'on n'imagine pas pouvoir l'oublier !). Corollairement, le lecteur *lambda* n'a aucune conscience des conditions visuelles de son accès au sens de ce qu'il lit; son activité de décodage est un réflexe qui se met en route automatiquement au contact des textes.

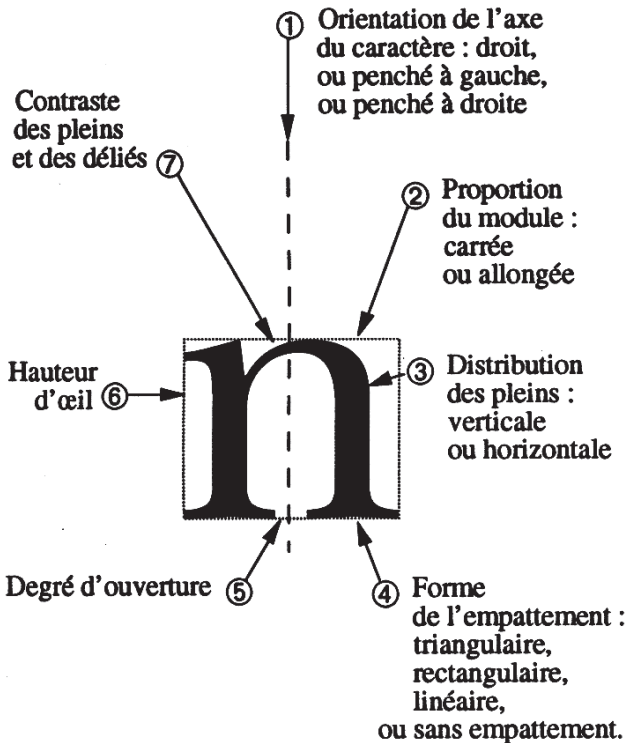


Figure 8.- Les sept paramètres du choix typographique.

Plus un caractère est lisible *a priori*, moins il est visible. La figure 11 l'illustre *a contrario*. Une police de caractère propice à la lecture doit passer inaperçue : elle doit être le plus proche possible de ce à quoi s'attendait le lecteur avant d'ouvrir le livre. Autrement dit, en termes commerciaux, de ce à quoi s'attendait l'acheteur. C'est là certainement la raison pour laquelle les romans ne sont jamais imprimés en sans-sérif: la tradition ininterrompue de l'édition de loisir en langue vulgaire depuis le XIII<sup>e</sup> siècle est en faveur de caractères arrondis, à empattement et à grande chasse. On peut à partir de là expliquer pourquoi les didones de l'époque romantique ont rapidement été remplacées par les elzévir: ce n'est pas en raison de leur empattement filiforme (plutôt que triangulaire) mais en raison du contraste excessif des pleins et des déliés et de la confusion possible des déliés avec les empattements. Ce phénomène a été accentué par le passage des formes imprimantes en relief à des formes plates (lithographie puis offset) et à la photogravure, une technologie qui tend à "manger" les filets, donc à dégrader la qualité des déliés déjà ténus au départ. Mais même sans dégradation accidentelle, le contraste des pleins et des déliés des didones s'accompagne d'une grande perte d'information du fait de la domination des fûts : le texte est scandé par des barres verticales dont on peut souvent se demander s'ils se rattachent à la lettre qui précède ou à celle qui suit.<sup>14</sup> Mais cette explication du succès des elzévir par le désavantage comparatif des didones qui vaut au plan du signifiant doit être complétée par une explication au plan du signifié : l'emploi massif des didones pour dire le droit (cf. "DROIT", Figure 9) par la puissance publique pour imprimer des affiches et des textes administratifs et politiques, codes napoléons et déclarations de guerre par exemple, le compromet d'abord, le disqualifie

---

<sup>14</sup> C'est un problème analogue à celui que le Fraktur a causé au reste de l'Europe lors de l'expansion militaire du nazisme, amenant Hitler à ordonner l'abandon du gothique au profit du romain dans l'idée de faciliter la germanisation de ses conquêtes (circulaire de Martin Borman en date du 3 janvier 1941; cf. Peter Ruck, "Le message de l'écriture", dans *Ecrire, voir, conter*, Textuel n° 7, Paris, Publications de l'Université Paris 7, 1993, p. 15-16). Entre 1789 et 1815, l'expansion européenne de la France révolutionnaire puis napoléonienne avait déjà provoqué, dans les pays de langue allemande, un abandon momentané du Fraktur.

ensuite, dans l'impression littéraire et journalistique. Les didones, dit-on, "connotent" l'autorité de l'Etat, le domaine politique et public, alors que les elzéviros "connotent la société civile, les loisirs, la sphère culturelle et privée. "Reste à savoir de quoi il est question quand on parle de "connotation", et ce qu'on gagne (ou ce qu'on perd) à s'en tenir à ce jugement pour évaluer la nature même du choix typographique.

### **Doxa des imprimeurs et connotation**

Je propose d'appeler "doxa des imprimeurs" l'idée selon laquelle le choix typographique est une connotation. Cette idée a été maintes fois émise en typographie depuis la vulgarisation par Roland Barthes dans les années soixante de la notion de connotation élaborée par le sémioticien danois Louis Hjelmslev pour décrire les variations de l'écriture. Elle est présente chez Gérard Blanchard (*Pour une sémiologie de la typographie*, 1979), Yves Perrousseau (*Manuel de typographie française élémentaire*, 1995) ou Béatrice Fraenkel ("Ecriture et connotation: ce qui est écrit dans l'écrit", 1998). C'est un mot qui revient couramment dans les conseils que les imprimeurs donnent à leurs clients, lorsque ces derniers, plus ou moins novices en la matière, se font faire des cartes de visite, du papier à lettre ou des documents plus conséquents – dépliants, catalogues, tarifs –, voire la charte graphique complète de leur entreprise. Je ferai d'emblée remarquer que la notion de *connotation typographique* ne figure ni dans le lexique allemand ni dans le lexique anglais de l'imprimerie alors que les sources allemandes et anglaises sur le sujet du choix typographique sont au moins aussi nombreuses que les françaises. Cette doxa n'est illustrée que dans les publications françaises (cf. Figures 9 et 10), ce qui permet de douter de son universalité, et à partir de là de sa validité.

**FORCE** **AUTORITÉ**  
Noblesse **GRACE**  
**CHOC** **SOLI**  
**DITÉ**  
Lucidité *féminité*  
*Bon Sens* **DROIT**

Figure 9.- La doxa des imprimeurs : I. Le choix typographique exprime une valeur morale.

L'idée sous-jacente à la doxa des imprimeurs, c'est que le choix typographique exprime des valeurs morales, et cette idée est fondée. La distinction entre lisibilité et visibilité repose sur l'opposition des deux "canaux" de l'information visuelle, le texte et l'image du texte, c'est-à-dire le linguistique d'un côté et le symbolique de l'autre. Or c'est bien du fait du choix typographique que le texte possède une image. Dans les termes de la rhétorique classique, on peut assimiler le texte au *logos*, à l'expérience cognitive et au raisonnement logique, et l'image (un dessin dans un roman, une photo dans le journal) au *pathos*, à l'émotion. L'image du texte quant à elle relève de l'*èthos*, en quoi s'exprime l'identité de l'énonciateur, son *éthique*, et où se pose la question de savoir s'il est honnête, authentique et crédible ou malhonnête, hypocrite et peu digne de foi. L'expression de l'*èthos* passe par l'adéquation du "fond" et de la "forme": lorsque Tartuffe déclare à la cantonnade "Laurent, serrez ma haine avec ma discipline" puis, penché sur son hôtesse, "Cachez ce sein que je ne saurais voir", nous savons, comme dit Molière, que "c'est un méchant qui parle" au décalage manifeste entre le discours et la situation.

L'existence de décalages souligne l'importance du choix typographique en publicité (institutionnelle, politique, commerciale...), mais bien sûr aussi dans la presse et la librairie. Un nombre illimité de traits analogiques, figuratifs, symboliques, peuvent être conjointement ou séparément associés pour exprimer des valeurs, tout comme les couleurs des anneaux du drapeau olympique: le noir, couleur de la peau des noirs, symbolise l'Afrique; le rouge, couleur des peaux-rouges, désigne l'Amérique; le jaune, couleur de peau des asiatiques, l'Asie; le vert, couleur des tatouages, l'Océanie; quant à l'Europe, est symbolisée par le bleu... couleur du manteau de la Vierge Marie, et des chrétiens!<sup>15</sup> Ainsi l'expression de la force (cf. "FORCE", Figure 9) combinera-t-elle les capitales, le romain, la graisse et les empattements tandis que celle de la féminité (cf. "féminité", Figure 9) combinera les italiques, le bas-de-casse, le maigre, les pleins et déliés du cursif. Tous autant que nous sommes, à partir d'un certain âge et d'un certain degré d'exposition, nous associons des valeurs à ces figures que nous recevons comme des conventions. C'est parce que tous les "communicants" emploient quotidiennement les mêmes figures dans les mêmes valeurs, les mêmes signifiants au service des mêmes signifiés, que ce système s'est conventionnalisé. Il est émis et reçu sans que personne s'interroge sur sa nécessité: il est là, et c'est comme ça. On dit que cela *connote* mais il n'en est rien: ces conventions forment un système symbolique autonome qui, à proprement parler, *dénote*.

*Béton armé*  
**douce femme**

Figure 10. — La doxa des imprimeurs: II. Le choix typographique permet qu'on en joue (d'après Perrousseau 1999)

---

<sup>15</sup> Michel Pastoureau. *Dictionnaire des couleurs de notre temps*. Paris: Bonneton, 1992.



Pourquoi ces choix typographiques ne relèvent-ils pas de la connotation? Répondre sur le fond à cette question suppose qu'on remonte à la source même de la notion et qu'on fasse la critique de son emploi en matière de typographie. Les notions de dénotation et de connotation sont nées de l'idée qu'un discours n'est jamais un système simple, de structure unique. Hors dénotation, il est toujours possible de rencontrer *dans un texte* des éléments associés, superposés, qui font tenir plusieurs significations à tout instant dans chaque segment du discours. Par *connotation* (mot qui signifie étymologiquement "action de noter avec"), il faut comprendre une notation seconde, une notation au second degré.<sup>16</sup> L'erreur qui consiste à voir dans le choix typographique une connotation vient de là: la typographie est perçue à tort comme une dimension du texte, comme une valeur ajoutée au contenu du texte. Mais le choix typographique n'est pas une dimension du texte, c'est une dimension de la typographie dont la signification s'établit sans aucun rapport de nécessité entre le "fond" et la "forme" du message.

C'est ce que prouvent les exemples donnés par Yves Perrousseau dans *Mise en page et impression* (Figure 10): la "forme" peut contredire le "fond" sans que le lecteur en soit conscient. Ce qui rend le lecteur conscient de la valeur éthique portée par le choix typographique dans "béton armé" et "douce femme" n'est pas la signification, le contenu linguistique de "béton armé" et de "douce femme", c'est le fait que les deux segments imprimés, le premier en "manuaire" (une cursive anglaise), le second dans un sans-sérif ultra-black, soient placés l'un en dessous de l'autre. Le paradigme ainsi rendu sensible de la variation typographique est d'ordre... typographique. En l'occurrence, on a affaire à deux dénotations typographiques autonomes, totalement débrayées, indépendantes du sens des textes imprimés. C'est ainsi qu'il est possible d'imprimer Marguerite de Navarre, Rabelais et Montaigne en didones (ce qui constitue un anachronisme flagrant), où Gide, Céline ou Beckett en elzévir

---

<sup>16</sup> Pour un imprimeur, parler de *connotation* à un client a une connotation: l'emploi d'un mot savant, technique, dont l'autre comprend mal le sens, confère à celui qui le prononce une autorité d'expert et coupe court aux discussions! Ce qui fait gagner un temps précieux.

(anachronisme inverse) sans qu'aucun lecteur *lambda* s'en offusque ni même en soit conscient. Bien sûr, à choisir entre deux échantillons posés côte à côte, il est probable qu'une majorité de gens préféreront Rabelais en elzévir et Beckett en mécane plutôt que l'inverse: c'est parce que nous avons tous une certaine culture typographique, même sans être pleinement conscients de cette dimension de notre expérience lecturale.



Figure 11. Deux lettres de fantaisie dessinées par Granville, à mi-chemin de la figuration extralinguistique (un dentiste examine les dents d'un patient, deux ménagères plient un drap) et de la convention linguistique: si on sait – parce que le contexte l'enseigne – que ces saynètes figurent aussi des lettres de l'alphabet, on reconnaît un D et un M.

En conclusion, il faut bien reconnaître que l'accord de la “forme” avec le “fond” du texte est un élément décisif du choix typographique. Cet accord relève de l'éthos: il serait dès lors absurde de lui nier une dimension morale autant qu'esthétique. Les deux exemples de Perrousseau ont un sens: ils montrent qu'on peut faire ce qu'on veut, certes, par exemple pour en rire, mais que tout n'est pas possible dès qu'on veut être immédiatement compris. “Douce femme” écrit au bulldozer et “béton armé” comme une pièce de lingerie engendrent ce que les psychologues nomment des “discrepances perceptives”, des contradictions dans les instructions de lecture, exactement comme lorsqu'on imprime le mot *vert* à l'encre rouge (ou le mot *rouge* à l'encre verte): les deux canaux d'information linguistique et symbolique entrent en conflit et la réception est perturbée. Mais ce test prouve aussi son contraire: pour que le choix typographique soit possible, il faut qu'il soit

libre et donc qu'il puisse être débrayé, s'émanciper de sa dépendance à la fois esthétique et éthique à l'égard du contenu du message. De sorte que la règle est finalement simple – on l'a déjà indiquée: *le bon choix est invisible*.

## Referência bibliográfica

ARABYAN, Marc. 1997. *Le Prêt-à-clicher: Typographie et mise en pages*. Paris: L'Harmattan.

\_\_\_\_\_. 2000. *Lire l'image*. Paris: L'Harmattan.

\_\_\_\_\_. 2006. *La mise en page des pages de publicité*. Limoges: Lambert-Lucas.

\_\_\_\_\_.; CHOI, Yong-Ho. 2007. *Alphabet latin, alphabet coréen: deux sémiotiques*. Limoges: Lambert-Lucas.

BAINES, Phil; HASLAM, Andrew. 2002. *Type and typography*. New York: Watson-Guptill Publications.

BARTHES, Roland. 1965. *Eléments de sémiologie*. Paris: Denoël/Gonthier.

\_\_\_\_\_. 1970. *L'Empire des signes*. Genève: Skira.

BLANCHARD, Gérard. 1979. *Pour une sémiologie de la typographie*. Andenne (Belgique): Rémy Magermans.

CARTER, Harry. 2002. *A view of early typography up to about 1600*. réédité par James Mosley. London: Hyphen Press. [1969]

CARTER, Rob; DAY, Ben; MEGGS, Philip. 2002. *Typographic design: form and communication*. 3 ed. Hoboken (NJ): John Wiley & Sons.

CUNHA, Doris; ARABYAN, Marc. La ponctuation du discours direct des origines à nos jours. *L'Information grammaticale*, n° 102, p. 35-45.

FELICI, James. 2003. *The Complete Manual of typography: A Guide to setting perfect type*. Berkeley (Cal.): Pitchpit Press (Adobe Press Books); trad. française Paris: Pitchpit Press (Adobe Press Books).

FLOCH, Jean-Marie. 1985. *Petites mythologies de l'œil et de l'esprit*. Paris et Amsterdam: Hadès et Benjamins.

\_\_\_\_\_. 1990. *Sémiotique, marketing et communication*. Paris: Puf.

\_\_\_\_\_. 1995. *Identités visuelles*. Paris: Puf.

FRAENKEL, Béatrice. 1998. Ecriture et connotation: ce qui est écrit dans l'écrit. In LAPACHERIE, Jean-Gérard. *Propriétés de l'écriture*. Publications de l'Université de Pau, p. 95 et s.

FRUTIGER, Adrian. 1983. *Des signes et des hommes*. 2 ed. Lausanne: Delta et Spes. [1978]

\_\_\_\_\_. 2003. *A bâtons rompus: ce qu'il faut savoir du caractère typographique*. 2 ed. Méolans-Revel: Atelier Perrousseau éditeur. [2001]

HJELMSLEV, Louis. 1968. *Prolégomènes à une théorie du langage*. Paris: Minuit. [1943]

LAWSON, Alexander. 2002. *Anatomy of a typeface*. Boston: David R. Godine. [1990]

LEFEVRE, Théotiste. 1999. *Guide pratique du compositeur et de l'imprimeur typographes*. Réédité par Marc Arabyan. Paris: L'Harmattan, collection "Les Introuvables". [1883]

PARIS, Muriel. 2003. *Petit manuel de composition typographique*. Paris: chez l'auteur. [1999]

PASTOUREAU, Michel. 1992. *Dictionnaire des couleurs de notre temps*. Paris: Bonneton.

PERROUSSEAU, Yves. 1995. *Manuel de typographie française élémentaire*. Atelier Perrousseau éditeur (5e éd. 2005).

\_\_\_\_\_. 1999. *Mise en page et impression*. 3 ed. Atelier Perrousseau éditeur.

RUCK, Peter. 1993. Le message de l'écriture. Ecrire, voir, conter. *Textuel* n° 7. Paris: Publications de l'université Paris Diderot - Paris 7.

TSCHICHOLD, Jan. 1995. *Treasury of alphabets and lettering*. London: Lund Humphries. [1952]

\_\_\_\_\_. 1994. *Livre et typographie*. Traduit de l'allemand par Nicole Casanova, postface de Muriel Paris. Paris: Allia.