

La revanche de Gutenberg

Le xx^e siècle est-il celui de la « mort de Gutenberg¹ » ? La dissolution progressive de la typographie (l'impression par caractères mobiles) dans l'automatisation (puis la dite « dématérialisation ») des modes de diffusion du texte, mais aussi la crainte d'un recul du livre devant la sphère audiovisuelle dans la deuxième moitié du siècle semblent l'indiquer. Mais ces interprétations sont maintenant contredites par l'explosion documentaire et le numérique. Et la typographie demeure cette technique ancienne et très affûtée qui a toujours su se transformer, se nourrir et prospérer des évolutions techniques. On n'a jamais tant composé et diffusé (ni même imprimé) de signes typographiés qu'aujourd'hui. Au point que la typographie est devenue la première manifestation de l'hypertexte mondial... préservant et transmettant un « esprit » singulier à travers la « chose imprimée » (Richaudeau, 1977).

Définitions en mouvement

Typographe, c'est d'abord imprimer le papier avec de l'encre, par pression, comme on bat la monnaie. Le procédé, dont on retrouve des pratiques anciennes en Chine, est élaboré par Gutenberg au milieu du xv^e siècle et se caractérise par la composition ligne après ligne, lettre après lettre, par juxtaposition de caractères d'un alliage de plomb, qui sont ensuite regroupés en (double) page dans la forme imprimante. Une fois celle-ci encrée, on lui applique une feuille de papier pour imprimer la double page dont le pli central donne le livre. Dès le départ, les tirages sont conséquents.

L'imprimeur des débuts est éditeur, et la typographie se fait servante scrupuleuse (Souchier, 2007) du texte et de son sens. Cet art de l'infra-visible est

passionnant à étudier de près, avec deux caractères déterminants :

– La reproduction et la diffusion mécanisée de l'écrit imposent des scrupules, un travail d'établissement du texte, de correction, des discussions et des échanges. La superstructure idéologique qui fleurit sur le mode de production de l'imprimé à travers l'Europe est celle de l'humanisme (Taffin, 1996).

– Et pourtant, la typographie désigne toujours la forme plutôt que le fond dans l'écriture, le signifiant plutôt que le signifié, et souffre en cela d'un déficit d'autorité. Cette servante reste méconnue – quand ce n'est pas méprisée – des nobles disciplines d'étude. Le mode de transmission de ce savoir n'est de toute manière pas universitaire, donc elle y survit. Il faut attendre l'émergence des nouveaux médias audiovisuels pour qu'on commence à s'y intéresser, rétrospectivement, dans la crainte de sa perte (Baudin, 1994).

Évolutions techniques

En 1900, la mécanisation a considérablement accéléré la vitesse d'impression (la deuxième étape après la composition du texte). Mais la composition typographique a gardé son rythme manuel (plafonné à environ mille signes par heure, malgré la disposition astucieuse des caractères dans la casse). C'est certainement sous la poussée de la presse quotidienne (média bien nommé) que la « compo » doit accélérer. On agrandit les ateliers, et on multiplie les postes de compositeurs. Mais cela coûte cher, tant en salaires qu'en polices de caractères et c'est précisément à l'entrée dans le xx^e siècle que l'automatisation de la composition fait un grand pas, avec

la composition dite chaude: la fabrication des caractères à la demande, pilotée par un clavier, avec la Linotype et la Monotype². On peut commencer à composer à des vitesses approchant 10 000 caractères par heure en 1900. On commence ainsi à séparer le poste de saisie de celui de composition avec la généralisation du clavier.

Glissement de l'édition vers la publicité

Parallèlement, l'art nouveau et la publicité s'approprient les caractères et détournent ou déclinent à l'infini le dessin des lettres: des enseignes aux réclames, des emballages aux logos, la révolution industrielle alimente le besoin de marques pour distinguer les produits concurrents. On emploie alors ceux qui savent créer les signes pour en forger de nouveaux et faire entrer les firmes dans le monde symbolique. En surcroît de sa lisibilité, la typographie se découvre une visibilité. Elle s'affiche, s'expose. Les œuvres Dada, le futurisme, puis, bien plus tard, le Pop Art détournent ce vocabulaire visuel des lettres de la presse et de la publicité.

«L'écriture, qui avait trouvé un asile dans le livre imprimé, où elle menait sa vie indépendante, est impitoyablement traînée dans la rue par les publicités et soumise aux hétéronomies brutales du chaos économique.» (Benjamin, 1970) Pour Walter Benjamin, le constat est évidemment ambivalent. Quelque chose est perdu, oui, mais une énergie nouvelle réside dans l'expression textuelle et visuelle, en prise directe avec le monde, la rue, une textualité performative qui assume ses deux facettes, lisible et visible.

Ce que les imprimeurs appellent «les travaux de ville» devient le principal bailleur de fonds pour la création typographique, devant l'édition d'ouvrages. Le double mouvement de multiplication des formes visuelles, d'augmentation de la consommation d'imprimés et d'accélération de la production se poursuit, avec l'impression en

offset (sans pression) et la photocomposition qu'elle rend possible (et qui permet au passage de gagner encore en vitesse).

La publicité, telle qu'élaborée dans les années 1950 par Marcel Bleustein-Blanchet, rompt cependant et sépare les métiers de «communication» de l'imprimerie en les réorientant vers la matière grise et les études de marché. Imprimeurs, typographes et graphistes sont devenus des fournisseurs, et les commandes pleuvent toujours sur ces professionnels, puisque «La laideur se vend mal» (Loewy, 1951).

La sortie de la galaxie Gutenberg

Dans la deuxième moitié du siècle, les écrans aussi se multiplient. L'édition s'adapte, le livre de poche apparaît en France (1953), avec ses couvertures évoquant l'univers du cinéma. Marshall McLuhan, chercheur canadien, publie en 1962 *La Galaxie Gutenberg* (tr. fr., 1967), la genèse de l'homme typographique dans lequel il constate la sortie de cette galaxie de l'imprimé au profit de l'oralité et l'imédiateté de la «galaxie Marconi». Ce constat coïncide avec la première dématérialisation de la typographie: la photocomposition s'impose dans les années 1960 et multiplie encore la vitesse de composition (atteignant les 15 000 signes par... minute). Comme dans un cinéma, les caractères sont désormais projetés sur un film-écran.

Ces machines de photocomposition sont pilotées par des équipements mini-informatiques extrêmement coûteux au cours des années 1970. Composer une ligne de texte revient très cher, et quand le précipité de la publication assistée par ordinateur (PAO) survient en 1984, il surprend nombre de professionnels. La PAO est un changement de paradigme venu de Californie et issu d'une pléiade de nouvelles inventions dont la xérographie, le langage postscript de description de page, la souris et les logiciels tel-écrit, tel-écran («what you see is what you get»), etc. Le coût de

la micro-informatique est marginal à côté des investissements nécessaires auparavant pour obtenir une ligne de texte. Et les résultats de la typographie numérique sont excellents. La production documentaire explose et désormais, tout un chacun connaît le nom du Times, de l'Helvetica ou du Comic Sans. Ce n'était pas imaginable avant 1990 (Pédaque, 2006). La curiosité pour la forme des lettres est revenue, ceci (presque) jusque dans les écoles.

La typographie est désormais un logiciel, soumis à un double régime de création visuelle et de licence logicielle. Un nouveau support s'est imposé : le Web, transmission numérique de bout en bout du message typographié, sans même passer par l'imprimé. De nouveaux enjeux se posent pour la typographie, par exemple la volonté de mesurer le trafic de lecteurs sur chaque page web ou la protection des polices de caractères par cryptage.

Au final, le terme typographie s'est étendu, presque autant que son usage, et s'il désigne toujours des pratiques marginales allant de la composition avec des plombs au dessin et à la gravure de poinçons, il est intéressant de constater que le terme survit pour désigner la composition en PAO, le dessin vectoriel ou la rédaction de code CSS pour mettre en forme les pages web ou bien de code programmant le comportement des polices Open Type. Ce phénomène montre la vivacité d'une discipline qui a délaissé le plomb depuis longtemps. Les outils « légers » et peu coûteux de typographie numérique ont également produit une floraison de jeunes talents et de nouvelles formes. L'édition, largement dévoyée par la concentration capitaliste qui l'avait détournée de tout intérêt pour la qualité typographique, a elle aussi connu un retour aux sources et de nombreuses petites maisons

proposent des objets éditoriaux intéressants, souvent vendus sur le Web.

Ce qu'il restera de Gutenberg

Tout a changé, oui, mais Gutenberg n'est pas mort au XX^e siècle : il a connu une forme de renaissance à chaque nouvelle génération technologique qui a stimulé et posé de nouveaux problèmes au typographe. Ce qui est certain, c'est que le support de diffusion et celui de conservation de l'information textuelle, qui étaient unis dans le livre, se sont détachés l'un de l'autre. Au fil du temps, les savoirs typographiques se sont transmis essentiellement oralement ou dans des structures d'apprentissage, voire de compagnonnage, et d'une certaine manière, l'humanisme typographique est passé avec cet enseignement.

Cette forme idéologique peut-elle continuer à se diffuser dans le monde numérique, lui-même saturé de l'idéologie de la communication ? Peuvent-elles s'influencer mutuellement, évoluer ensemble ? Le débat sur la menace et la perte a duré presque trente ans, animé de craintes. Et puis la transition s'est faite, et ce sont les intentions et les usages qu'il faut observer maintenant. Mais cette question se joue d'abord dans le lieu où s'enseigne le numérique et où se transmet le savoir typographique, entre les générations, les pratiques, les idées et les outils... à condition toutefois que cela soit le même lieu.

*Nicolas Taffin
Éditeur et président des Rencontres
internationales de Lure*

NOTES

1. Expression teintée d'ironie: le titre d'un projet d'ouvrage de Maximilien Vox. À noter que la Poste édite un timbre à l'effigie de ce typographe fondateur des Rencontres internationales de Lure en octobre 2014.
2. Linotype et Monotype, inventées respectivement en 1889 et 1890.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

BAUDIN, F., *L'Effet Gutenberg*, Paris, éd. du Cercle de la librairie, 1994.

BENJAMIN, W., *Sens Unique*, «aphor. expert comptable assermenté» [1928], Paris, Maurice Nadeau, 1970.

LOEWY, R., *La Laideur se vend mal*, Paris, Gallimard, 1951.

MCLUHAN, M., *La Galaxie Gutenberg*, Paris, Gallimard, 1967.

PÉDAUQUE, R. T., *Le Document à la lumière du numérique*, Caen, C&F éditions, 2006.

RICHAUDEAU, F. (dir.), *Encyclopédie de la chose imprimée*, Paris, Retz, 1977.

SOUCHIER, E., «Quelques remarques sur le sens et la servitude de la typographie», *Cahiers GUTenberg*, n° 46-47, avr. 2007, p. 69-98. Disponible sur: <cahiers.gutenberg.eu.org/cg-bin/article/CG_2006___46-47_69_0.pdf>, consulté le 11/09/2014.

TAFFIN, N., *Typographie, esthétique et éthique de la lettre*, DEA de philosophie, université Paris X, Nanterre, s.e., 1996.