

Affiche

LIU Mu

Mastère spécialisé Création et technologie contemporaine
ENSCI Les Ateliers
Paris 2009/2010

Sommaire

0 - INTRODUCTION

1 - La définition de l'affiche

2 - Les caractéristiques de l'époque des affiches

3 - Les designer des affiches

4 - La forme du design de l'interaction des affiches

0. INTRODUCTION

En bref, comme nous le savons très bien dans la vie quotidienne il existe beaucoup de possibilité, ou bien on dit que tout est possible, ce qu'on dit « la création » ne s'agit pas seulement l'invention des nouvelles choses, mais également exploiter des choses déjà existées en les considérant comme un nouveau domaine présente aussi la caractéristique de l'initiative. En effet la création n'est pas définie seulement par sa forme et ses matières utilisées, mais également il faut qu'elle soit provenant de la vie quotidienne.

HARA KENYA «Design Of Design»



1. La définition de l'affiche

1.1 Le chemin couru pour la naissance de l'affiche

L'affiche est en effet le produit imprimé sur les papiers ou les autres matières simulaires visant à être exposée au lieu public, elle est généralement utilisée comme l'annonce ou la publicité, donc à ce sens là, on peut dire qu'elle dispose de certaines caractéristiques particulières telles que la diffusion des informations, la stimulation particulière. Ce qu'on a dit « la stimulation particulière » est tout simplement les trois mesures produites naturellement dans un instant de courte durée qui peuvent attirer les passants de devenir le spectateur de l'affiche, plus concrètement elles sont: la stimulation, la transmission et l'impression. Ici, « la stimulation » a pour objet d'attirer l'attention des spectateurs ; « la transmission » est bien de transmettre les choses que l'affiche voulait faire connaître aux spectateurs ; quant à « l'impression », elle a pour effet d'élaborer une conception profonde sur les choses transmises. Donc, dans ce cas là on peut constater que n'importe quel type d'affiche, quel qu'elle ait objet de promouvoir certains produits, de faire connaître certain événement au public ou exprimer un sentiment, l'affiche peut tout attirer l'attention des passants, transmettre correctement les informations chargées par elle. Donc c'est la raison pour laquelle on dit que l'affiche publicitaire dispose d'un privilège remarquable de la transmission qui se manifeste par la manière pénitentielle afin que le public social puisse être assimilé de façon psychologique par sa propre conception.

En effet, dans le domaine du design linguistique composé par des facteurs tels que la figure, la lettre, le design graphique manifeste bien les résultats du développement de la culture humaine tels que l'imprimerie, la peinture, la photographie, ainsi les techniques informatiques.

Vers 1881, le gouvernement français a effectué une réforme à grande échelle sur le régime de contrôle strict de la presse à long terme, en particulier après avoir promulgué la règle sur l'apposition de l'affiche, il y a eu un grand essor sur le design et l'utilisation de l'affiche dans l'ensemble de la France, donc l'affiche est évidemment devenue la manière principale servant à la promotion commerciale. Donc c'est pour quoi à l'époque là, un grand nombre d'artistes se sont lancés dans le design de l'affiche, et les rues de Paris ont également été utilisées comme la galerie de l'art d'affiche. Pendant ce temps, un grand nombre de graphistes extraordinaires sont émergés, parmi eux le plus remarquable est Jules Cheret, le graphiste le plus important représentant le mouvement de « Nouvel art » de la France. Il a utilisé la technique de la lithographie des couleurs qu'il a apprise en Angleterre sur l'impression d'affiche, finalement a obtenu un grand succès. L'affiche publicitaire dressée par Jules Chert la première fois en 1858 au profit de musicien Jacque Offenback pour son opérette de « Ofi d'Anfi » a également lancé une grande influence à Paris, donc désormais il a commencé sa carrière de l'affiche, cela signifie ainsi la naissance de l'affiche contemporaine à l'échelon mondial. Donc pour cela, Jules Cheret est considéré comme « Père de l'affiche contemporain ».





1.2 La généralisation et l'utilisation de la technique et la technologie récente dans l'affiche

L'affiche est un art, mais il ne faut pas la confondre avec la peinture pure pour laquelle l'artiste peut exprimer de manière libre leur sentiment personnel et la conscience. Le développement de l'affiche est bien le processus « de l'étape d'initiative à celle de la richesse », depuis le début cela s'attache forcément au développement social dans tous les domaines tels que l'économie sociale, la politique et la culture etc. L'affiche est déterminée par sa fonction de seulement suivre les changements de la culture populaire, son style, les caractéristiques d'esthétique et technologiques manifestent toujours la conception de valeur, la conscience d'esthétique ainsi le goût des populations dans une étape au cours du développement historique déterminée, et de plus sont influencés par l'idée de création et tous les arts de littérature.

1. La peinture et la photographie

Parmi des diverses formes de l'art qui ont porté les impacts sur le développement de l'affiche, la peinture et la photographie sont sans doute les formes les plus importantes. Au début du développement de l'affiche, la publicité avec la forme de peinture et l'affiche du nouveau mouvement d'art disposent d'une relation très étroite avec l'art de peinture, évidemment beaucoup de techniques de peinture et de conceptions ont été directement utilisées dans la conception des affiches.

2. La reproduction d'impression

La reproduction d'impression des affiches sont considérées comme un grand progrès tout au long de l'histoire du développement du design graphique et des affiches. Tout d'abord, l'apparition des affiches imprimantes est grâce à l'invention du papier car le papier est la base de l'impression. En effet, l'invention de l'imprimerie et l'amélioration de la fabrication du papier ont connu une longue histoire. Après avoir transmis l'invention de l'imprimerie par des Chinois en Europe en Moyen Age, l'imprimerie est améliorée au fur et à mesure, donc du point de vue technique, l'apparition de l'affiche imprimante est bien le succès des recherches effectuées par des artisans de plusieurs pays dans quelques centaines d'années. Au 17^{er} siècle en Europe, la technologie de la transformation mécanique s'est forcément élevée, les équipements mécaniques et les matières ont été radicalement améliorés. Donc les églises, les gouvernements étatiques, les commerçants ainsi les artistes se sont rapidement sentis l'importance de la technologie d'imprimerie, donc c'est la raison pour laquelle cette dernière est rapidement utilisée afin de répondre aux diverses exigences.

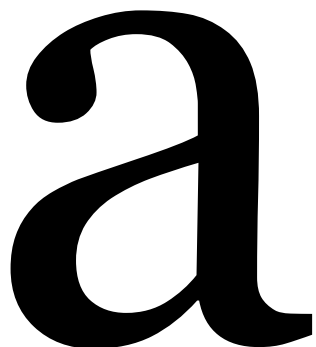


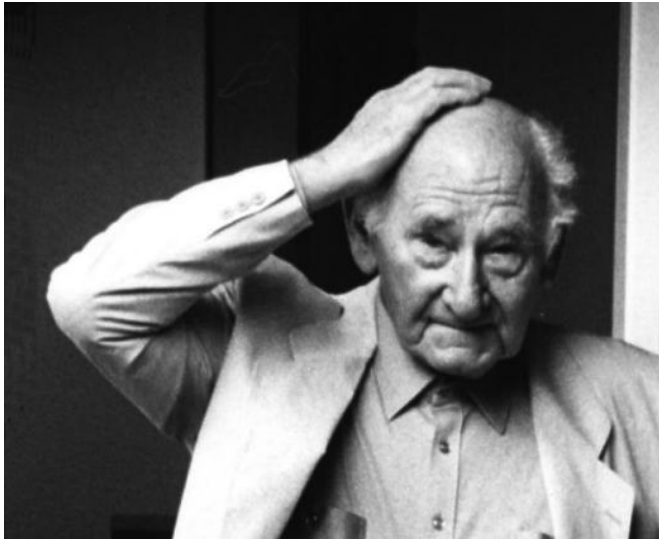
3. Le nouveau style de calligraphie

Le design du nouveau style de calligraphie fondé par Bahause a commencé au début du 20er siècle, les principes essentiels sont les suivants :

- a. les formes du design du style de calligraphie sont déterminées par l'exigence de fonction ;
- b. le but du design du style de calligraphie est bien la transmission (par rapport au design graphique), en revanche la transmission doit se faire par les manières simple, et bien transparentes ;
- c. la composition du design du style de calligraphie ayant pour objet de rendre les services au profit de la société demande l'organisation intrinsèque et l'état extrinsèque ;

En effet, les contenus intrinsèques déterminent la forme extrinsèque en tenant compte la faisabilité de la fabrication technologique. Les nouveaux styles de calligraphie inventés par les enseignants et les élèves de l'Institut Bauris ne présentent aucune relation avec l'histoire et la tradition régionale –la géométrie pure et les formes sans aucun accessoires de n'importe quel type, la structure dispose des caractéristiques reproductible et mesurable, cela répond parfaitement les exigences demandées par la production de caractères de manière industrielle et la technologie de l'imprimerie. L'apparition des nouveaux styles de calligraphie manifeste que l'époque d'xylographie et de la reliure manufacturée des livres prend la fin, cela renforce également le design des livres contemporains, la formation et le développement de l'imprimerie et de la manière de brochure, de plus accélère aussi l'amélioration des autres styles de calligraphie (y compris le style de roman de calligraphie), le processus de transformation des styles de calligraphies des lettres chinoises du style ancien Song à celui de Song de standard, sans doute ceci est aussi grâce à l'influence visuelle et aux exigences technologiques.





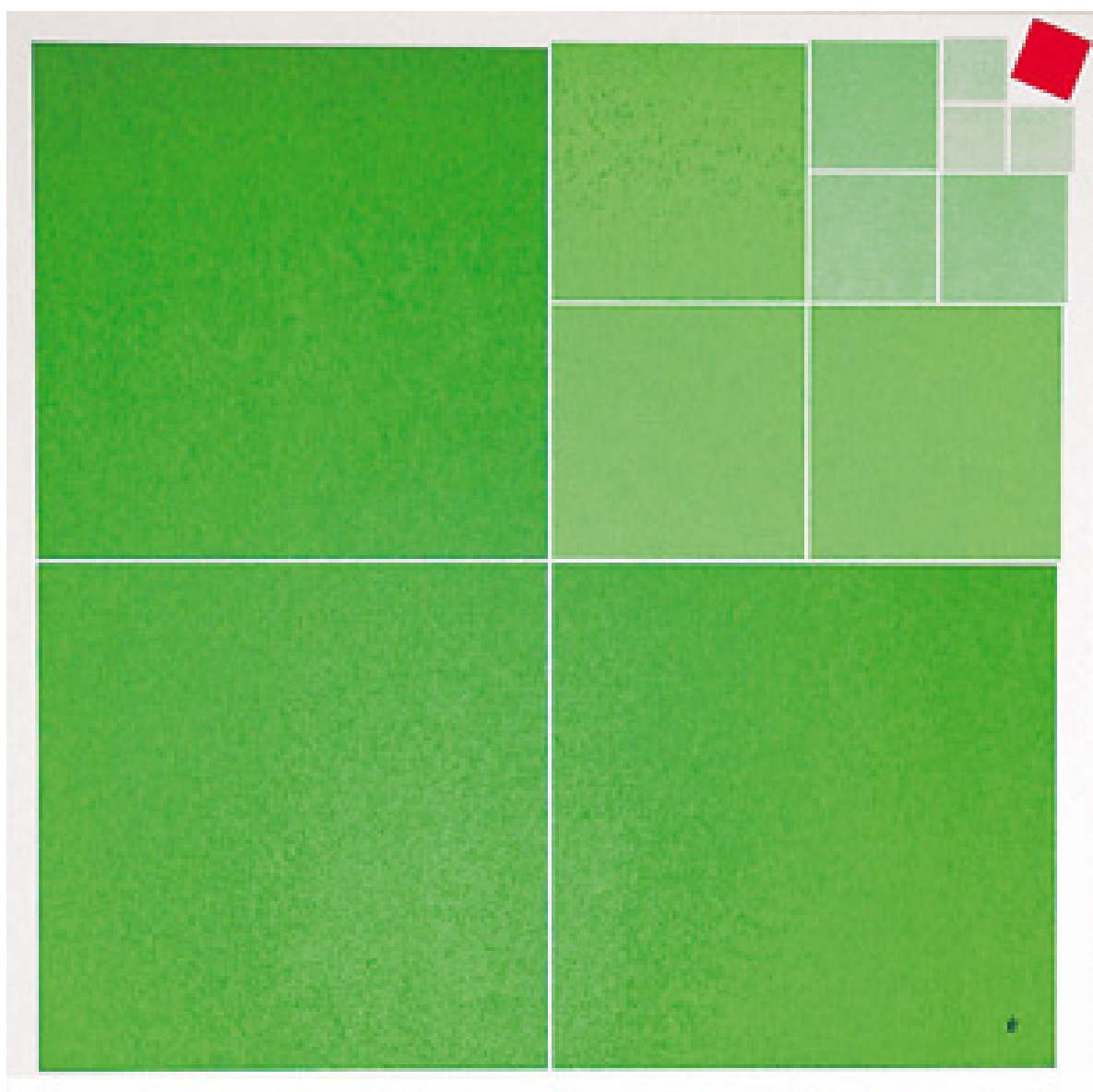
4. La morphologie

En ce qui concerne la morphologie, il s'agit d'une conscience systématique et complète sur les relations entre des facteurs essentiels tels que le point, la ligne et la surface aux différents types et ordres de formes, en particulier les études sur des graphiques géométriques abstraits, tout cela est relativement lié au design de l'affiche.

5. La photographie et l'application de sa composition

En tant que média d'expression, la photographie entraîne que l'image de « nouvel objectivisme » apparaît un nouvel esprit et une comparaison dramatique sur la relation proportionnelle et l'espace. Certaines personnes tels que **Anton Stankowski** ont posé la conception du « design graphique industriel » en accentuant qu' « il faut montrer des produits de manière la plus claire possible et accentuer les informations essentielles... ; il faut également utiliser soigneusement la règle de dessin afin de pouvoir mettre ensemble les figures, les lettres et les marges





Anton Stankowski

2. Les caractéristiques de l'époque des affiches

2.1 Interprétation des affiches de guerre

Pendant les deux guerres mondiales, parmi les nombreuses affiches de différentes formes et disposant d'une diversité de contenus émis dans tous les pays, celles les plus nombreuses sont des affiches ayant pour objet de recruter les soldats et recueillir les fonds, et puis c'est des affiches ayant pour effet de révéler l'ennemi et d'encourager la grande production. Sauf cela, il y a aussi des affiches avec le thème d'appeler à économiser des matières et d'anti-espion, etc. Des affiches de guerre disposent de la fonction sur la propagation et la diffusion des informations, en particulier lors de l'apparition de la crise sociale, cette fonction est devenue plus remarquée. Donc c'est la raison pour laquelle l'affiche est rapidement devenue l'une des manières essentielles visant à affronter le rival politique et l'ennemi.









2.2 La première guerre mondiale a offert un espace du développement de l'affiche

A la première moitié du 20^{er} siècle, en Europe le design de l'affiche suivait principalement l'exposition d'itinéraire du design de l'affiche du siècle. Mais en revanche ce développement a été également beaucoup influencé par les nouveaux facteurs tels que les facteurs politiques, les facteurs économiques, sociaux, et culturels, etc., tout cela entraîne que l'affiche apparait une nouvelle apparence. Au début du 20^{er} siècle, compte tenu le développement de l'industrialisation, à l'intérieur des pays capitalistes, la contradiction entre les différentes classes était de plus en plus grave, les conflits des intérêts entre les différents pays sont ainsi de plus en plus chauds, en effet la rapidité du développement de l'économie et l'élargissement de la distance entre les riches et les pauvres se manifestent le mouvement de modernisme d'éthiques dans le domaine de culture et d'art, donc pour le design, en particulier en ce qui concerne le design graphique, tout cela joue un rôle très important. Quant à l'art, il a apparu des divers mouvements tels que le cubisme, le dadaïsme, le futurisme, le surréalisme etc. Cela a porté des impacts sur le style du design des nouvelles affiches et les formes dans le domaine de vision et l'idéologique. Du point de vue politique, l'intensification des relations entre les différentes classes et des différents pays a finalement causé l'explosion de la première guerre mondiale, cela a également stimulé les exigences posées par le gouvernement et la société sur les affiches politiques. Tous ces facteurs rendent que le design de l'affiche a pu être très bien amélioré.



Après la première guerre mondiale, en Europe il a apparu un autre mouvement du design qui porte des impacts dans l'ensemble du monde entier—« l'art de déco », sous l'influence du mouvement de l'art de déco, dans certains pays européens il a apparu des réformes sur le nouveau design graphique au cœur de l'affiche, pendant ce temps un grand nombre d'artistes d'affiches sont émergés. **Am Cassandre**, le graphiste russe immigrant à Paris, est bien un représentant le plus célèbre. Au début il était confié de designer une série d'affiches très importantes, parmi elles, l'affiche nommée « nord expresse » confiée par SNCF et l'affiche dressée pour la croisière Normandie sont les œuvres les plus célèbres comme l'art de décoration. Les œuvres de Cassandre ont ajouté une force active au profit des affiches françaises, ses affiches sont simples, claires, il a mis l'accent plutôt sur l'espace composé par les couleurs simples et les plans, le thème est réduit en symbole graphique, tout cela correspond manuellement aux images de l'affiche.

La peinture est considérée comme cœur du design de l'art déco, en même temps ce dernier est beaucoup influencé par le mouvement du modernisme, donc il a apparu le mouvement du modernisme de dessin. Dans la tendance du mouvement de design graphique de modernisme de dessin, chaque pays présente leurs propres caractéristiques. Parmi eux, un mouvement de design d'affiche qui porte des impacts les plus forts dans l'ensemble du monde a apparu en Allemagne, cela est appelé le style d'affiche, le mouvement « plakastil ». **Lucian Bernhard**, le fondateur allemand du mouvement « plakastil » a joué un rôle très important en construisant une base puissante du développement. L'affiche publicitaire qu'il avait dressée par hasard pour la Société Prescottte est devenue l'image essentielle du design de la nouvelle génération, et ainsi l'un des modèles les plus importants pour le design de l'affiche publicitaire en Allemagne. Il a réalisé un travail de recherche qu'un grand nombre de graphiques avaient fait depuis le mouvement de nouvel art sur la question de comment obtenir le meilleur résultat visuel de la conception d'affiche par la manière la plus simple.



Lucian Bernhard



La première guerre mondiale en 1914 a également poussé le design de l'affiche au sommet de la vague, donc à l'époque là, le design de l'affiche s'est déjà développé dans un niveau relativement haut. L'amélioration de la technologie d'imprimerie, la transformation de l'esprit de conception et les exigences sociales considérables ont toutes produit ces progrès. L'affiche a une fois joué un rôle très important et finalement s'est transformée en art qui pourrait porter des impacts sur l'histoire humaine car elle dispose de l'éloquence, des effets d'inspiration et des diverses formes de propagation.

Au cours de la deuxième guerre mondiale, les affiches manifestent clairement une position d'anti-facisme visant à sauvegarder la paix mondiale de haut niveau, les affiches ont pour objet de rendre les grandes populations mondiales de choisir une position politique du côté de gouvernement étatique d'une part ; d'autre part, c'est bien de faire de la propagande des politiques domestiques afin de pouvoir trouver plus de soutiens internationaux. Après la deuxième guerre mondiale, la conception d'affiche des Etats-Unis est principalement sur le thème de la paix, des années 50, la conception d'affiche a commencé à mettre l'accent sur la fonction commerciale, les groupes professionnels de la conception d'affiche sont élaborés au fur et à mesure. Quant au style de conception, il est de plus en plus multiple. Des années 60, la conception d'affiche a plutôt pour objet de transmettre certaine conception sociale, à cette époque là sans rien penser des informations commerciales. Cette conception d'affiche non commercialisée a commencé à partir de la fin de deuxième guerre mondiale à l'année 1989, parmi les deux masses de pays occidentaux et orientaux, il y a toujours un grand nombre d'artistes qui travaillent dans ce domaine. Ce type d'affiches qui ont pour objet de rendre service à la politique afin d'élever l'image politique sont vraiment remarquables dans les pays socialistes tels que l'ancien Union Soviétique, la Chine, le Cuba, la Pologne, etc. Ce type d'affiches sont appelées la conception de l'image d'idée par le monde de conception, elles sont devenues une partie la plus importante du design graphique après la deuxième guerre mondiale.



Style victorian affiche

2.3 L'évolution du style des affiches du mouvement de nouvel art dans la conception contemporaine

2.31 Les caractéristiques de la conception d'affiche au cours du mouvement de « nouvel art »

Le mouvement de « nouvel art » est un mouvement de l'art de décoration produit et développé en Europe et aux Etats-Unies pendant la période de la fin du 19^{er} siècle au début du 20^{er} siècle, il a également porté des impacts graves sur presque tous les domaines de l'époque-là tels que le secteur immobilier, du meuble, de la peinture etc., il a disposé des caractéristiques suivantes :

1. contre le style Victorian , en revanche il a préconisé d'inspirer de la motivation de décoration dans l'état naturel, quant à la décoration, il met l'accent sur des courbes et des formes organiques ;
2. contre le style de décoration du historicisme ;
3. il demande d'inspirer et de prendre en compte des arts orientaux, en particulier sous les influences d'estampes ukiyo-e japonais.

Du point de vue historique, le mouvement de nouvel art est le premier mouvement de la conception qui a radicalement abandonné la dépendance sur la décoration historique et le style de conception et inspiré entièrement des initiatives de décoration dans la nature. Bien que malheureusement ce style du naturalisme n'a pas élaboré une bonne base du développement au profit de la conception contemporaine, mais en revanche sa négation audacieuse sur le style historique a également formé une base essentielle pour que les mouvements de conception dans l'avenir puissent couper des relations avec le style historique.



ukiyo-e japonais.

2.32 les influences issues du mouvement de nouvel art sur la conception d'affiche

1. Sur la technique de décoration, des affiches du mouvement de nouvel art a également renforcé les effets visuels, par l'adoption d'une forme plane et de la séparation de la comparaison des couleurs, elles transforment et exagèrent de manière naturaliste la forme afin de créer des nouvelles images.
2. La création du thème s'est faite par la manière de la métaphore emblématique afin de transmettre plus efficacement des informations.

Le mouvement de nouvel art a commencé au début de la culture industrielle, au cours de cette période les caractéristiques culturelles se sont manifestées principalement sur la chute de la culture classique et la naissance de la culture contemporaine, c'est à dire une époque de l'élaboration d'une nouvelle norme de culture et de la règle. « Si on dit que les caractéristiques de la culture classique se manifestent essentiellement sur l'harmonie, alors que la caractéristique de la culture contemporaine se manifeste plutôt sur le conflit ». En effet, la nature de la rupture s'agit exactement de celle entre les classes sociales différentes, la culture de la classe noble et celle de la classe folklorique ont commencé à être éliminées, en revanche c'est bien la culture de la classe capitaliste représentant la nouvelle force qui le remplace en occupant le coeur de la scène culturelle.

2.4 La conception d'affiche du style de post-mouvement de nouvel art

Le mouvement de nouvel art a porté des influences fortes sur le développement de la conception d'affiche, par exemple dans l'« affiche Hippie » des années 60, ainsi l'art de nouveau média apparu dans le contexte de design de cerveau électronique, on peut trouver ses influences. En effet des affiches hippies des années 60 aux Etats-Unis avaient pour objet de répondre au mouvement culturel sur anti-autorité, anti-culture traditionnelle, car elles ont également eu certaines relations étroites avec la drogue et les psychédéliques, donc c'est pourquoi ce type d'affiches est aussi appelé « l'affiche psychédélique », elles ont bien inspiré du style des courbes proconisé par le mouvement de nouvel art, ainsi des influences issues de « l'art d'effet de lumière » des années 60 leur ont donné des caractéristiques arbitraire, psychédélique, cela s'est manifesté principalement sur les styles de calligraphe fantasitique, et la décoration complexe, la couleur bryante, donc cela a finalement formé un style de jeunesse en mode et rebelle. **Victor Moscoso** est bien le représentant le plus célèbre de ce style, il a beaucoup utilisé la ligne courbe de dresser les images et les styles de calligraphe, les couleurs sont sauvages, bryantes, cela a également formé un sens sportif et une expansion non stable.





Victor Moscoso

3. Les graphistes des affiches

3.1 L'art d'affiche de Hara Kenya



Hara Kenya



M. Hara Kenya, le graphiste japonais très célèbre a une fois dit franchement, il avait voulu devenir un architecte pas graphiste, mais en revanche au long de toute sa vie du design graphique ce rêve n'a toujours pas été disparu, de plus ce rêve est devenu une partie très importante de sa manière de pensée. Sa conception traverse l'espace, dans les deux dimensions. Il a une fois posé « la direction du design - l'architecture de l'information—les cinq sens », c'est à dire que même si dans le plan, il faut suffisamment penser des cinq sens de l'humain afin de trouver des informations qui peuvent faire satisfaire à ces cinq sens. **Hara Kenya** pense que la bonne utilisation des cinq sens de l'humain ainsi la mémoire des expériences de sens pourrait faciliter la communication et la rend plus profonde.

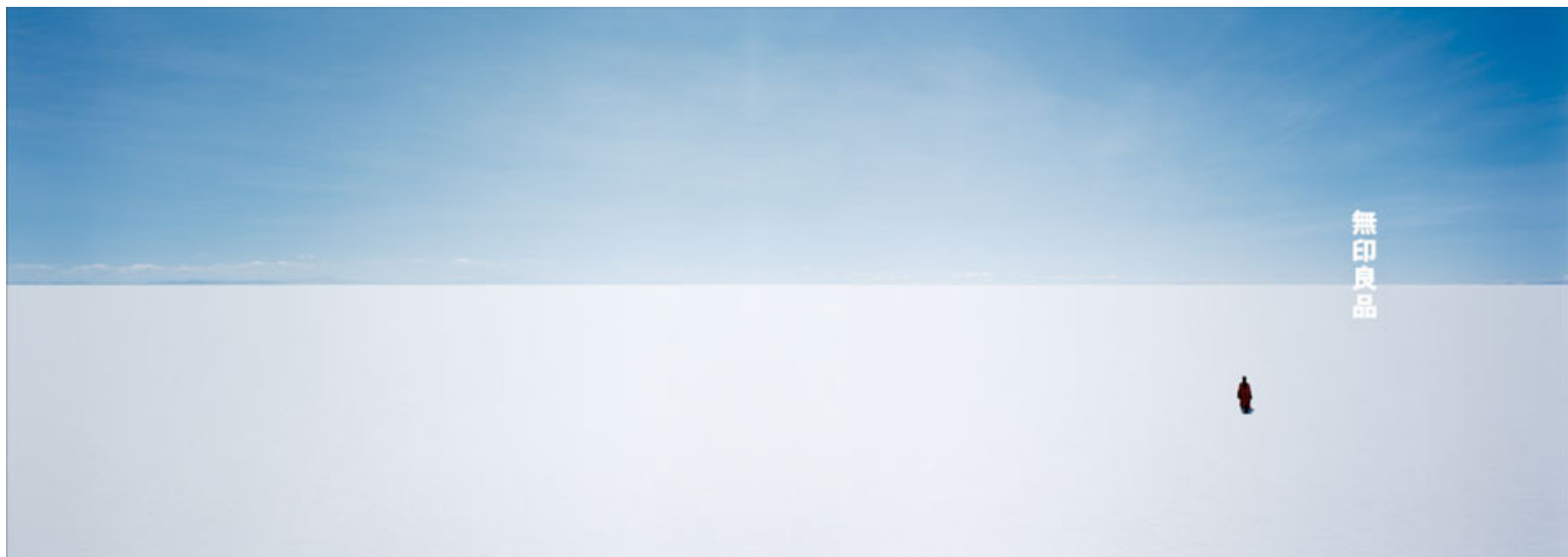
Il faut que la design graphique serte non seulement la vision humaine, mais également cela pourrait toucher tous les sens d'humain.

Dans l'affiche nommée « la mémoire de la neige » conçue particulièrement pour les Jeux Olympiques d'Hiver, **Hara Kenya** a utilisé un papier spécial, la qualité de ce type de papier est bien particulière, dans les endroits creux du papier, il peut se manifester des effets de la transparence tout comme la glace, le but qu'il a utilisé cette matière est bien de transmettre la conception sur la neige ;

Pour dresser l'affiche publicitaire en faisant connaître « MUJI » , **Hara Kenya** s'est déplacé à la ville de **Salar de Uyuni City** située en Amérique du Sud, là-bas, il a trouvé un lac de sec déserté sans aucune habitation sauf la ligne horizontale. Dans l'affiche, on ne trouve que l'espace énorme, la glace, la neige et le ciel.

La sensibilité de **Hara Kenya** sur les choses se manifeste sur la profondeur de l'espace et l'espace en trois dimensions, la lumière et la zone sombre, tout cela s'assimile à la manière de pensée des architectes, cette manière de pensée entraîne que les oeuvres de **Hara Kenya** doivent être analysés du point de vue plus grande, plus macro, ses oeuvres disposent de la qualité de littérature, ainsi des sens de l'espace et de la lumière et de la zone sombre.





無印良品

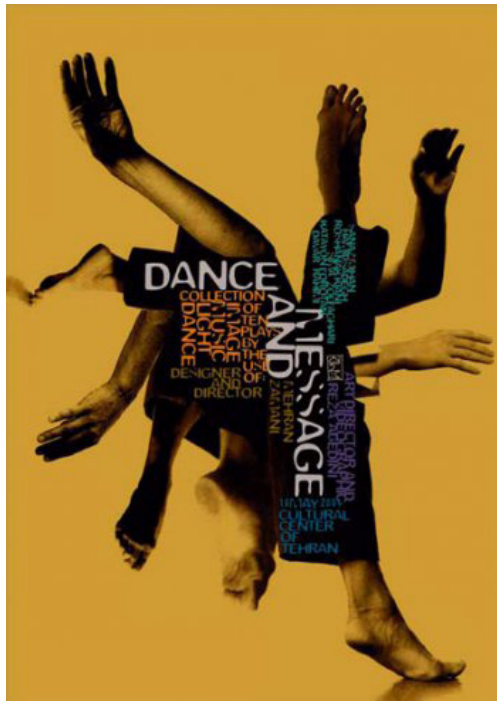
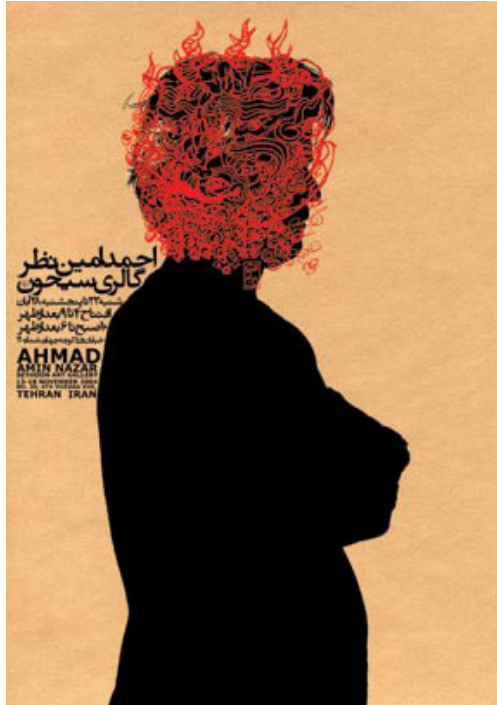


無印良品

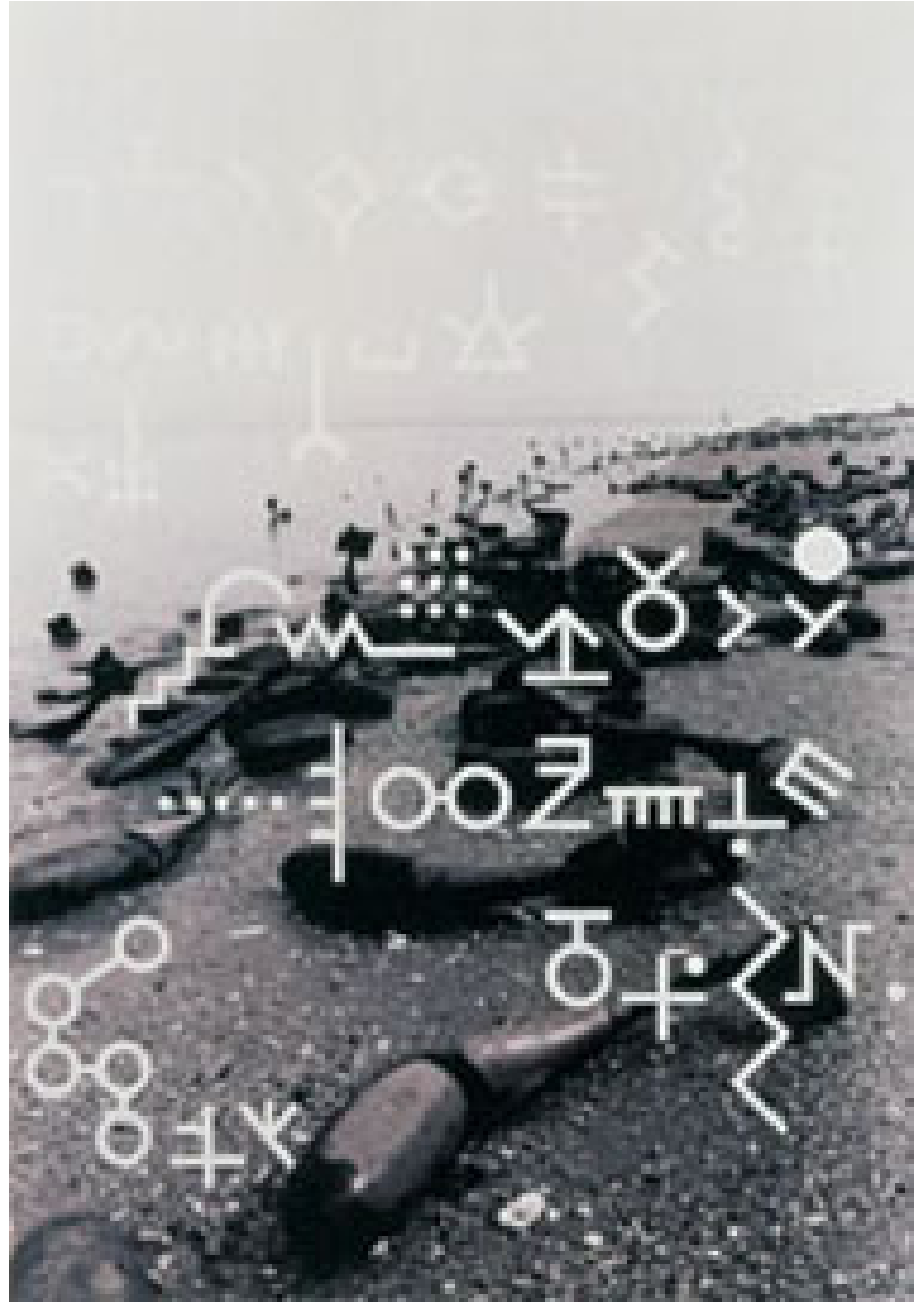


3.2 Les caractéristiques sexuelles manifestées par des affiches

Une œuvre d'affiche pourrait être interprétée comme le symbole de l'auteur, il transmet consciemment ou sans conscience la pensée ou la personnalité du graphiste, ainsi la conception du monde du graphiste dans le cadre du sex. Un grand nombre de graphistes masculins ont beaucoup utilisé leur propre image en tant que facteur de la conception, par exemple An Shangxiu, le grand graphiste d'affiche de Corée du Sud et le grand graphiste d'affiche iranien, RezaAbedini. Les effets manifestés par l'utilisation de leur propre image en tant que facteur d'affiche présente une intention de l'exposition soi-même, ainsi un petit de l'auto-abus. Les graphistes féminines ont rarement fait la même chose, selon moi je crois que peut-être c'est en raison de la restriction provenant de la culture qui limite la mentalité des femmes, y compris la dignité psychologique des femmes pour sauvegarder leur propre image, en principe, l'exigence des femmes sur leur propre image s'agit toujours de l'esthétique, donc c'est la raison pour laquelle elles ne veulent pas utiliser leur propre image dans la publicité. Lorsque des femmes choisissent certain thème réel ou les thèmes romantiques, souvent cela s'est fait consciemment ou inconsciemment, il s'agit éventuellement d'un choix inconscient produit par les effets sur les caractéristiques sexuelles de la conscience potentielle, en effet cela est bien abstrait et difficile de l'identifier. Mais la plupart de thèmes des affiches des graphistes féminins disposent d'une caractéristiques très remarquable sur le sex, en ce qui concerne la manière de lutte, c'est bien dou et souple.



Reza Abedini



An Shangxiu

4. La forme du design de l'interaction des affiches

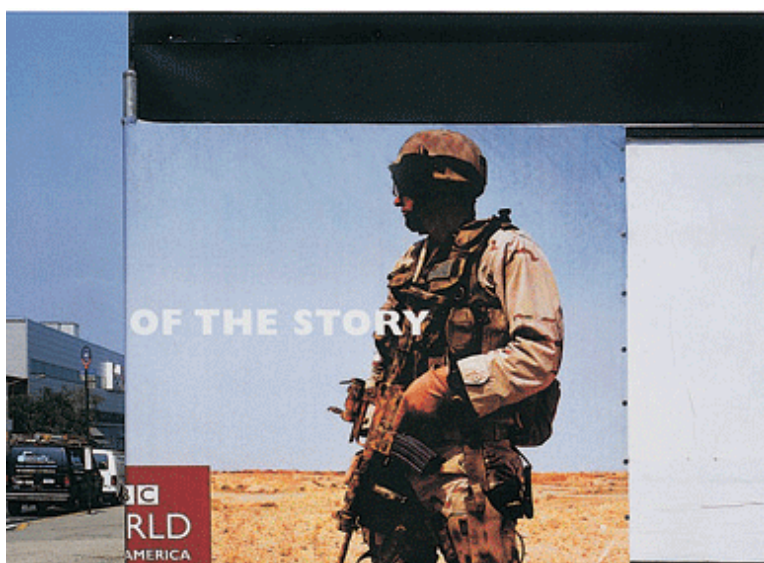
4.1 La forme de l'interaction à partir de l'expérience physique

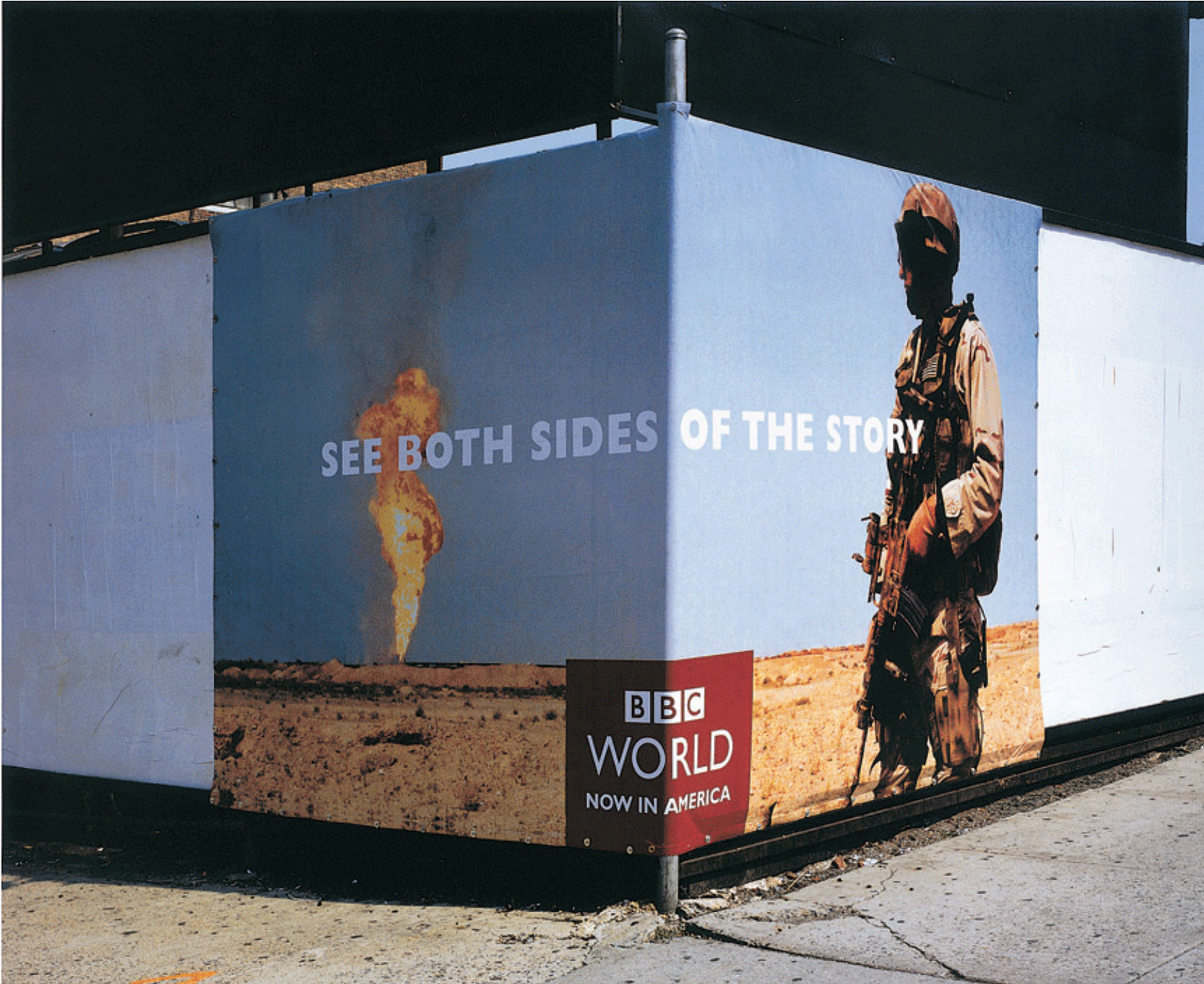
L'expérience physique est la forme du sens essentielle, cela indique la réaction directe effectuée par le sens de la stimulation qui se réfère au cerveau à travers la vision, l'ouïe, le goût, l'odorat et la touche, c'est à dire « les cinq sens ». parmi eux, la vision est une forme du sens la plus importante, donc l'interaction des affiches de plan pourrait être réalisée tout d'abord par le sens de la vision, cela se manifeste principalement sur l'enforcement des nombreux facteurs visuels tels que l'espèce, la matière, la forme etc. afin de réaliser la transformation des affiches de plan vers des affiches en deux ou trois même en quatre dimensions.

1. L'interaction de la vision

Pour instant, nous recevons tous les jours un grand nombre d'informations couvrant tous les domaines, pour la forme des affiches publicitaires de plan classiques, simples, cela nous donne une fatigue d'esthétique. Donc le design graphique ne peut pas mettre en accent seulement sur l'image de deux dimensions, lorsqu'il se lie avec les bâtiments, les routes et les places, avec la composition des facteurs de plan et des facteurs d'environnement, il peut se manifester par la forme multiple plus concrètement les images de trois ou quatre dimensions.

Par exemple l'émission de la publicité de l'image de l'année (figure 1) de la British Broadcasting Corporation (BBC) a bien choisi les coins, les immeubles, la publicité est collée en étant coupée en deux parties, donc les gens ne peuvent pas métriser toutes les informations en la voyant en une fois, une curiosité attire les spectateurs, donc ces derniers doivent se tourner afin de trouver la réponse. Donc dans ce cas là, on peut dire que la Société BBC veut bien fournir un contre entier aux spectateurs.. L'affiche publicitaire plus intéressante est celle produite pour la chaîne de restaurant McDonald's. Par cela on peut également constater que ces publicités de plan ont bien pénétré les limites de la manifestation de l'espèce en deux dimension, cela est plus proche de la conception d'esthétique des gens modernes et leur modèle de pensée, du point de vue visuel l'interaction des informations publicitaires est parfaitement réalisée.





SEE BOTH SIDES OF THE STORY

BBC
WORLD
NOW IN AMERICA

2. L'interaction de la composition des cinq sens

Bien que la vision est une forme du sens essentielle, mais la manière de sentir les choses n'est pas simple, unique, nous devons accepter synthétiquement des informations par la stimulation des organes du sens afin que nous puissions connaître les choses réelles de manière complexe. **M. Kohei Sugiura**, le designer des affiches de livres très célèbre du Japon met toujours l'accent sur la conception de design des cinq sens, au cours de la conception des livres, il cherche plusieurs sens afin de donner des bons effets au profit des lecteurs. La publicité plane peut aussi utiliser les manières techniques en composant le voix, le goût et la touche afin de faciliter la communication entre les spectateurs. Par exemple par l'utilisation de la technologie spéciale de l'imprimerie, on peut faire des traitements afin de produire la stimulation du sens ; dans des années 90, un type de carte d'anniversaire avec la musique de l'anniversaire en cas d'ouverture était vraiment à la mode, c'est aussi une méthode essentielle pour ajouter un sens de stimulation ; en revanche le développement de la technique chimique d'aujourd'hui nous permet aussi de mettre certain goût dans la publicité plane. C'est le cas d'une société française de fabrication des bonbons.

La diversité de la stimulation du sens peut causer à faire l'imaginer et des rêves sur les choses, cela donne une signification manifique au profit de la publicité plane



M. Kohei Sugiura



Naoto Fukasawa

4.2 La forme de l'interaction à partir du sens psychologique

Le sens psychologique comprend le sens donné par l'objet lors du moment de l'appréciation et celui donné par le sujet lors du moment de la création, il se reflète directement les intérêts, les exigences, la motivation, l'attitude ainsi la conception de valeur. Quant à la technique de média multiple, le modèle de la réaction d'interaction est diversifié en trois niveaux, l'interaction passive, l'interaction active et l'interaction mutuelle. Si la forme de l'interaction qu'on a mentionnée auparavant appartient au niveau de l'interaction passive, alors que la forme de l'interaction ayant pour objet de répondre aux exigences du sens psychologique humain pourra être considérée comme l'interaction active et mutuelle, elle répond aux exigences posées par les populations sur le choix et l'intervention de l'interaction au cours de l'acceptation des informations. L'ancien processus pendant lequel les informations ont été acceptées passivement s'est transformé vers le processus pendant lequel les populations interviennent volontairement et creuser la vraie intention de l'oeuvre.



Tudo sobre black music.

realhiphop.com.br

REAL
HIP HOP

Tudo sobre black music.

realhiphop.com.br

REAL
HIP HOP

4.21 L'interaction de la participation passive

Dans l'affiche publicitaire de la station d'un site web Realhiphop, sauf le slogan et des informations des lettres sur le nom du site et l'adresse, celui qui attire plus d'intention est la figure noir avec la forme ronde située au milieu de l'affiche, vous ne savez jamais que vous êtes déjà devenu l'une des parties de cette affiche, la figure inconnue noir est également devenue votre coiffure de l'« explosion »--cette coiffure typique réservée aux africains se manifeste bien le thème de la musique de ce site web. Pas seulement que cela, l'affiche publicitaire de l'Hôpital de beauté au Canada s'est faite par l'impression d'une figure sur un nez manifique sur la verre en papier, en cas d'utilisation vous disposerez le nez le plus parfait du monde. Toutes ces œuvres d'affiche publicitaire ont utilisé la forme de la conception ou la non complicité afin de laisser certaine place aux spectateurs y participer, donc à ce sens là on dit que seulement par l'interaction avec les spectateurs, l'affiche publicitaire pourra être réellement réalisée. En effet, les spectateurs ne sont plus les accepteurs qui reçoivent les informations de manière passive par la forme de média classique, en revanche ils interviennent dans le processus de transmission en tant que le sujet principal des participants.



4.22 L'interaction de la participation active

Dans les cas mentionnés auparavant, la plupart du temps la participation des gens est non volontaire, inconsciente, ils y ont participé de manière passive. Si on veut qu'ils y participent de manière active dans la publicité, il nous demande d'utiliser certaine manière de conception anti-traditionnelle, par exemple dans l'affiche plane, on utilise la suspense afin d'introduire aux spectateurs de trouver eux-mêmes les informations. Par cela, les effets respectifs enter les populations et l'œuvre de la publicité pourra se développer de manière durable, la transmission des informations sera plus efficace.

Ce type de publicité est vraiment très intéressant, du point de vue de la manière de lecture et celle de transmission des informations, elle est beaucoup meilleure que la publicité plane car la première peut bien répondre aux besoins psychologiques des gens de l'époque de média multiple. Au cours de la participation, les populations acceptent non seulement les informations, mais ainsi les jouissances, au cours de l'« utilisation » la transmission des informations est finalement réalisée. Dans certain niveau, on peut dire que la conception sur laquelle on ajoute la conception de l'interaction a remédié les limites pour lesquelles la publicité plan classique peut seulement exposer la conception des facteurs visuels dans une espèce de deux dimensions, ainsi les inconvénients causées par la mauvaise communication au cours de la transmission des informations. En effet l'interaction peut bien répondre aux exigences des gens sur l'esthétique, l'initiative afin de bien trouver des informations de manière active.

A ce sens là, on peut dire que l'interaction a également fourni une nouvelle idée au profit du développement de l'époque de média multiple, une direction du développement durable.

Références

A HISTORY OF GRAPHIC DESIGN *Wang Shouzhi*

AWAKENING OF DESIGN *Tanaka Ikko*

DESIGN OF DESIGN *Hara Kenya*

DIALOGUE IN DESIGN *Hara Kenya*

HOW TO THINK LIKE A GREAT GRAPHIC DESIGNER *Debbie Millman*

NOTHING YET EVERYTHING *E. ZHU*

THE DESIGN OF EVERYDAY THINGS *Donald Arthur Norman*

THE DESIGN OF FUTURE THINGS *Donald A. Norman*

Ensci les-ateliers