

# **Graphisme des années 80 à nos jours**

- Importance de l'ère numérique
- Arrivée en 1984 – lancement de l'ordinateur grand public Macintosh, amenant une nouvelle relation entre graphisme et non-initiés (popularisation des pratiques et interactivité avec le récepteur)
- Renouvellement de la base et du contexte de travail : nouveaux moyens d'expression, système d'exploitation etc. et modalités de génération d'images (pixel, vectorisation, résolution etc.)
- Traits récurrents : déconstruction et reconstruction de l'image par effet de pixellisation, flou; démultiplication d'un même élément; juxtaposition de registres formels divers... interrogeant le statut de l'image et sa forme

VanderLans et Licko sont parmi les premiers à exploiter les possibilités techniques et esthétiques des nouveaux outils numériques, notamment avec la revue Emigre – vitrine du graphisme numérique.

Emploi de caractères conçus par Licko avec le logiciel FontEditor, suivi de création de Emigre Fonts (fonderie digitale indépendante) – plus de 300 polices de caractères sont créées sous licence Emigre Graphics.

Considéré comme du « graphisme de poubelle »



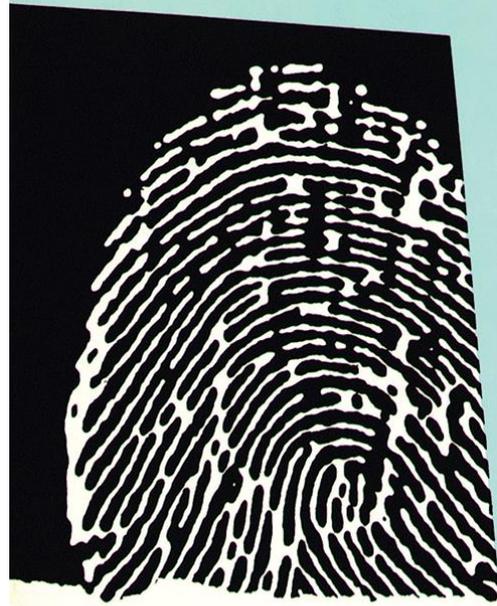
Rudy VanderLans et Zuzana Licko

Revue Emigre (1984-2005)

Chaque numéro construit autour d'un thème avec un graphisme réinventé à chaque fois (y compris format et logo)

Emigre : idée de magazine ignorant les frontières

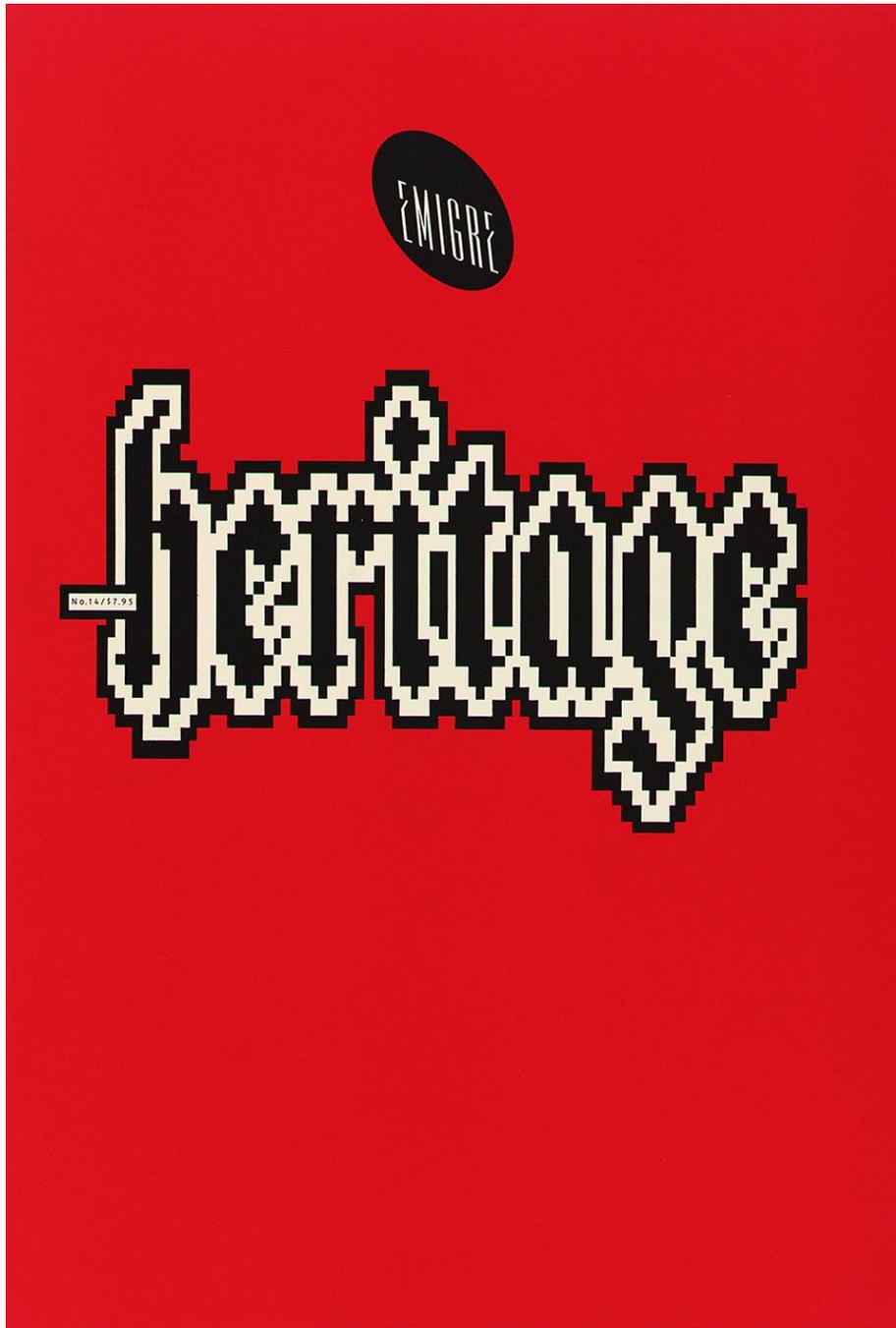
# EMIGRE



(A Magazine for Exiles)

EMIGRE n° 1 (1984)

EMIGRE 14 (1990)



EMIGRE Nº19:  
Starting From  
Zero

Price: \$7.95



EMIGRE 19 (1991)

Editor/Designer: RUDY VANDERLANS. Editorial consultant: ALICE POLESKY. Distribution, promotion and editorial assistance: ELIZABETH DUNN. Typeface design (this issue): BARRY DECK. Technical support: GERRY VILLAREAL. Emigre is published four times a year by Emigre Graphics. Copyright © 1991 Emigre Graphics. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced without written permission from the contributors or Emigre Graphics. Emigre magazine is a trademark of Emigre Graphics.

ISSN 1045-3717.

Send all correspondence to: Emigre, 48 Shattuck Square, No175, Berkeley, CA 94709 - 1140, USA.

Phone (415) 845 9021. Fax (415) 644 0820. POSTMASTER PLEASE SEND ADDRESS CHANGES TO:

EMIGRE, 48 SHATTUCK SQUARE, No175, BERKELEY, CA 94704 - 1140, USA. CIRCULATION 6,500. SUBSCRIPTIONS:

\$28 (four issues).

(Application to mail at 2nd class postage rates pending at Berkeley, CA.)

# INTRODUCTION

Each time we bring the issue of Emigre to the printer, the idea for the next will have already started to surface, but never quite crystallized until we're almost finished.

The idea for this issue started to come together after I was invited to do a three-day workshop at Cranbrook Academy of Art in Bloomfield Hills, Michigan.

I have always been impressed by the graphic design work produced there, mostly because of the students' high level of risk taking and experimentation. Regardless of the methodologies used there for more interesting than what is represented in the world, it is there where strong and creative interest in graphic design as a broader discipline that I am attracted to. And although not everything they produce is of the same quality, some work I had thought could be worth monthly attempts to offer something new, some surprises, or make me laugh.

Over the past eight or nine years, Emigre has often featured work by Cranbrook students and alumni alike. Emigre's interest in their work developed, written and produced entirely by the students design studios.

Just recently a young undergraduate design student from a large university contacted me in the Midwest called me. He had guided me on my last travels Cranbrook and asked me whether I thought that any of their "unconventional and rule-breaking" students at Cranbrook were present-minded about continuing to a "posterior" way to my culture, instead of always breaking rules. He seemed both mad and frustrated. What I believe perhaps because he didn't understand the type of work, and frustrated if I could not help because the school he attended left little room for such personal expression. After suggesting that he should address his questions directly to the Cranbrook students, I did feel a need to address him since on my last visit, his questions got me so mad and so mad I tried to tell them that their work designers were trying to find their personal voice and were simply intrigued by the more traditional search for alternative ways to communicate visually and verbally. What better place to do this than in a graduate design program? I also mentioned that he should remember that the conventions and rules that exist within graphic design are not necessarily carved in stone and that it is valid to question the necessity of these rules or at least wonder about how and why these rules were established in the first place. Graphic design is not like professional work, for example, if you don't follow certain regulations, a building might collapse and kill people.

This doesn't mean that anything goes in graphic design. In the end, it is the designer's goal to communicate something. But usually someone comes to an end of a rule to study for an art. After my conversation with this student, I decided that this issue of Emigre should be devoted to

graphic designers who experiment - designers who are fascinated by the idea of what graphic design would be like if we didn't adhere to the conventions, to avoid an unnecessary cause. "Why do we experiment?" would be the central dollar question. However, during my three days at Cranbrook, another interesting question came into the picture. Without the question about what the future of graphic design had to start, the students expressed a need to return to simple, more direct ways of expression. This need had come partially as a reaction to two years of very intense experimentation with complex typography and pictorial structuring at Cranbrook. Beautifully elaborated signs and illustrations in the recently published book Cranbrook Design: The New Direction. The central student thought with a need to rule necessary and start with a clean slate. Such a need was especially true when creating some of the more unconventional but beautiful graphic layouts for the book. The fact remains, people don't usually experiment in the way because of graphic design as, as Herb Lubowitz writes in the following article, "the safe refuge of the International Style." When creating something through design, I am interested when he showed me examples of his most recent work. This was simple typography designs leaving little room for the too far beyond graphic requirements. The Cranbrook was the university of America in the 1960s, as someone recently satisfied with someone who never might consider non-design. The book American Nature which he designed in 1966, consists primarily of full-page photographs with short captions set in various fonts, set in horizontal black rectangles which are each centered in the middle of the page. Even Jan Tschichold, after writing the design would as far as his manifesto for the New Typography but it, considered a safe refuge was one that the most radical approach to graphic design (especially) would have return to an even safer refuge. However, consider also typography. There are moments after graphic designers I can think of what to consider the path. In this article of course that designers who experiment inevitably take? Does all experimentation in graphic design lead to the simplification of graphic design? Are graphic designers who concern themselves with complex solutions merely, like designers who try to get the widest solution only to come to see a solution, that has to do? Since we usually have more questions with Emigre than we can answer, this seemed to be a topic right up our ally.

Rudy VanderLans

Extraits de pages intérieures de EMIGRE : exploitation de irrégularité, maladresse volontaire des lettres de caractère, jeu sur grille de composition et sur lettres (tailles et caractères)

# GREASING THE WHEELS OF CAPITALISM WITH STYLE AND TASTE OR THE "PROFESSIONALIZATION" OF AMERICAN GRAPHIC DESIGN

0.

THE WAY that commerce has played in American graphic design, and how it has determined what is valued in design practice, is one of the most interesting and least discussed topics. Questions of an ethical nature seldom arise in design discourse because designers are used to deferring responsibility to their clients, who are ultimately accountable for what is produced.

Designers are for the most part subservient to the client, obedient to society, and subservient to each other. The office of design was largely informed by a simplistic "politically correct" morality on one hand and a "bottom line" efficiency on the other, making for an easy rules system for practice. It's a value system in which design is implicitly understood as a design service, in which it is the designer's responsibility to anticipate and satisfy the expectations of the client and audience.

THE PROBLEM with this arrangement is that the audience is for the most part a silent, indifferent, and undifferentiated entity, thus concentrating a message (usually self-oriented) "output" to become the spokesperson for the audience. This average audience report is usually the client, or worse, a marketing consultant hired by the client. This obscures the possibility of the audience's desires contradicting the client's goals. On the other hand, the graphic designer as representative of the audience is just as likely to act with a fair dose of self-interest. Neither the client armed with a team of marketing experts, nor the designer with the best of intentions, is a credible representation of the audience.

WHY WAS IT THE ALTERNATIVE? The designer's and client's confidence that "we know what's best for you" is based on the fact that they do know and care a lot more about design than the audience does. The fact that the audience is often unwilling to concede this point is proof of the ignorance and contempt they have for any specialized knowledge and expertise in design. Perhaps that's why designers don't see the word "audience" very much anymore; one they call their "users." The term "user" is recognition of the fact that design and designers are supposed to be used up by the users.

# JUST SHOW ME THE MONEY

1!

IN SPITE of the general indifference most people have toward design, designers are hardly indifferent toward their users. In fact, they can't get enough of them. We would have guessed that post-industrial capitalism would lead to an even stiffer service to others' desires? Not the "others," that designers are not so eager to please are not just mass others, or most others; we're used to please all the others. Because another, it often seems there is no point in recording music, making a movie, or publishing a book without the guarantee of a large audience, or massive visibility.

BEYONDER OF GREEN AND LADENESS, this crowd-pleasing attitude has infected design. New systems have become more important than what's being expressed. The number of hits your web site gets, the number of facts you sell, the number of design awards and magazine articles you can rack up, and how big your clients are, are what designers value most. The bigger is better, particularly in regard to clients and users. Getting more users means getting stronger users. Tech like music, film, clothing, and software companies, use design companies are vying lower for higher returns. It is almost as if some of them that designers are consider clients like Nike, Barnes, and MTV the most desirable. Most design awards that were once filled with great books, exhibition designs, and public signage systems, are now more like sporting goods catalogs for professors.

THE BOTTOM LINE you seldom see related by achievement facts, does that mean design culture has to follow the money? Does a designer's clients are never be too big, and their audience too young, it would be logical to conclude that the really important design work of the future will be done for baby food and diapers, and the most desirable clients will be Father and Disneyland.

IN DESIGN CONVERSATION you often hear designers use the expression "selling out," but what does that mean in a practice in which the selling always precedes the production? But what exactly is being sold out? The designer's integrity and standards? What are those based on? Is design that doesn't attempt to take more money better than that which does? There has certainly never been a shortage of really crappy fine design. The designer who believes that "selling out" is somehow easier than sticking to presumably higher principles has obviously never really sold out. Selling out is so much work and probably more appreciating than sticking to one's own self-fulfilling principles.

WHEN IT COMES TO the relationship between design and money, we see to see a question of value systems. Design works for the one that values the bigger jack the client is, the higher the charge. So from the client's perspective: the bigger jack the designer is, the higher the fee. But she would a client based more money to work with a bigger jack? It's like psychotherapy: if you don't pay for it, it doesn't work - no pain, no gain. "Just look at this work office, and all these employees and design awards, it's got to be worth the price. Right?"

# ECLECTICISM AND MODERNISM

41

IN THE EARLY 1930s, the commercial artist's aesthetic ideology was framed largely by the demands of the market place - whatever sold the best and was most effective and expedient. That market-driven aesthetic was slightly tempered by the designer's personal aspirations that varied from great design, sign printing, newspaper writing, and illustration. The aesthetic ideology of the commercial artist was a remembrance of knowledge that had no pretensions for either high or low cultural style. Good or bad was only a matter of how well something was done. The only thing that was deemed unethical was to do pedestrian and lousy work for professional wages. Well crafted, or slickly







501 THE MAIN  
401 THE MAIN  
301 THE MAIN  
201 THE MAIN  
101 THE MAIN

"What I really miss now are the great accidents that happened when I first started working on the Macintosh four years ago. At that time, the Macintosh threw me into an area where I wasn't so much in control anymore. I could do things that I wasn't able to do by hand. Accidents, messy things, kept happening. I'd use the wrong keyboard command or the mouse would get stuck, and these things would start happening, opening up whole new roads of possibilities that hadn't been heavily trod upon by other designers. This too is such a profound thing about the Macintosh."



# KEEP\*

## on re

ly, 2. made or used for reading. 3. the or practice of a person who reads papers, d books. 2. ... the ... of banks; public ente ... of learn ... by figures, ... in a particular edition of a ... work as there were several readings for ... passage. 7. a particular interpretation as of ... writing

# reading.



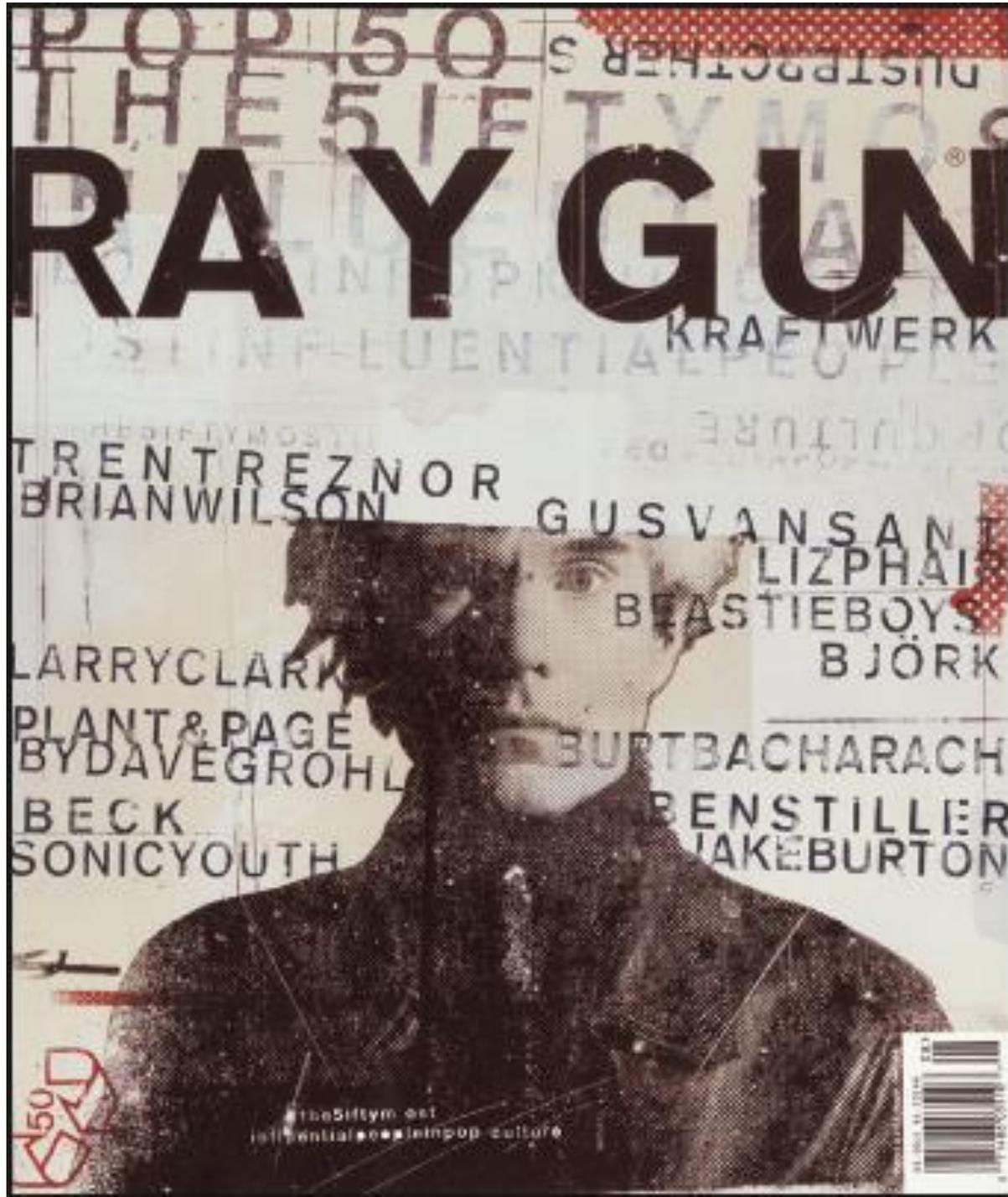
a general word of broad application. In its simplest sense implies merely a computing ...

# ing



\* see also celebrate.





## David Carson (1955-)

Graphiste et designer américain –  
travail avec les revues Transworld  
Skateboarding, Ray Gun, Beach Culture

Casse les codes et conventions régissant  
la mise en page

Traitement expressif et plastique pour  
amener des « expériences de lecture »  
et un dialogue entre texte et image :  
mélange de polices de caractères,  
photomontages, parasitage

Idee de « typographie grunge »

music + style (the bible of)

raygun

happy

superchun! suede richard thompson vertigo comics negativland world party basehead seaboard primus



\$2.99 USA  
\$3.99 CANADA

6

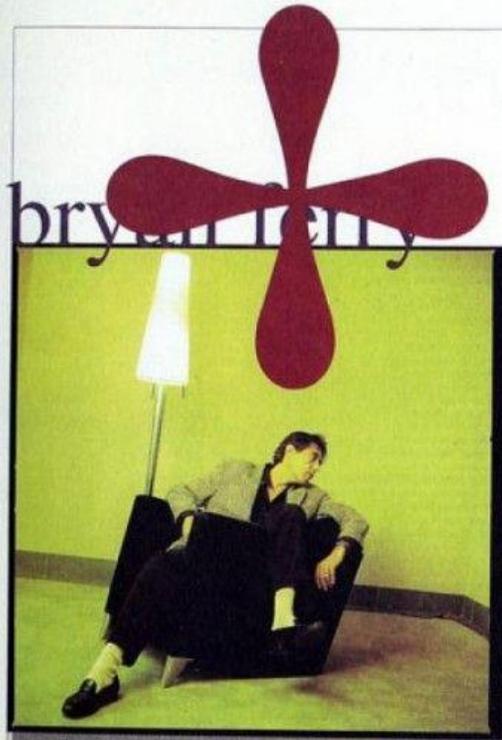


photo: Peter Morello / stylist: Jill Spence



Entretien dans *Ray Gun* de Bryan Ferry transformé par Carson (1994). Le trouvant ennuyeux, il décide de n'utiliser que la police de caractères Dingbat (symboles) – même si l'intégralité de l'entretien est retranscrit normalement à la fin de la revue





# D

... talks to Billy's ...



... ..

**Steve Calleri:** When did you move to Hawaii?  
**Leif Neel:** My mom was a teacher from Southern California who moved out to the North Shore in 1964. That's when I was born—March 2, 1964.  
**B.C.:** What was the first memory of your father?  
**L.N.:** I was four or five and I was playing in the water at Ehukai Beach Park. He'd be down there to surf. I

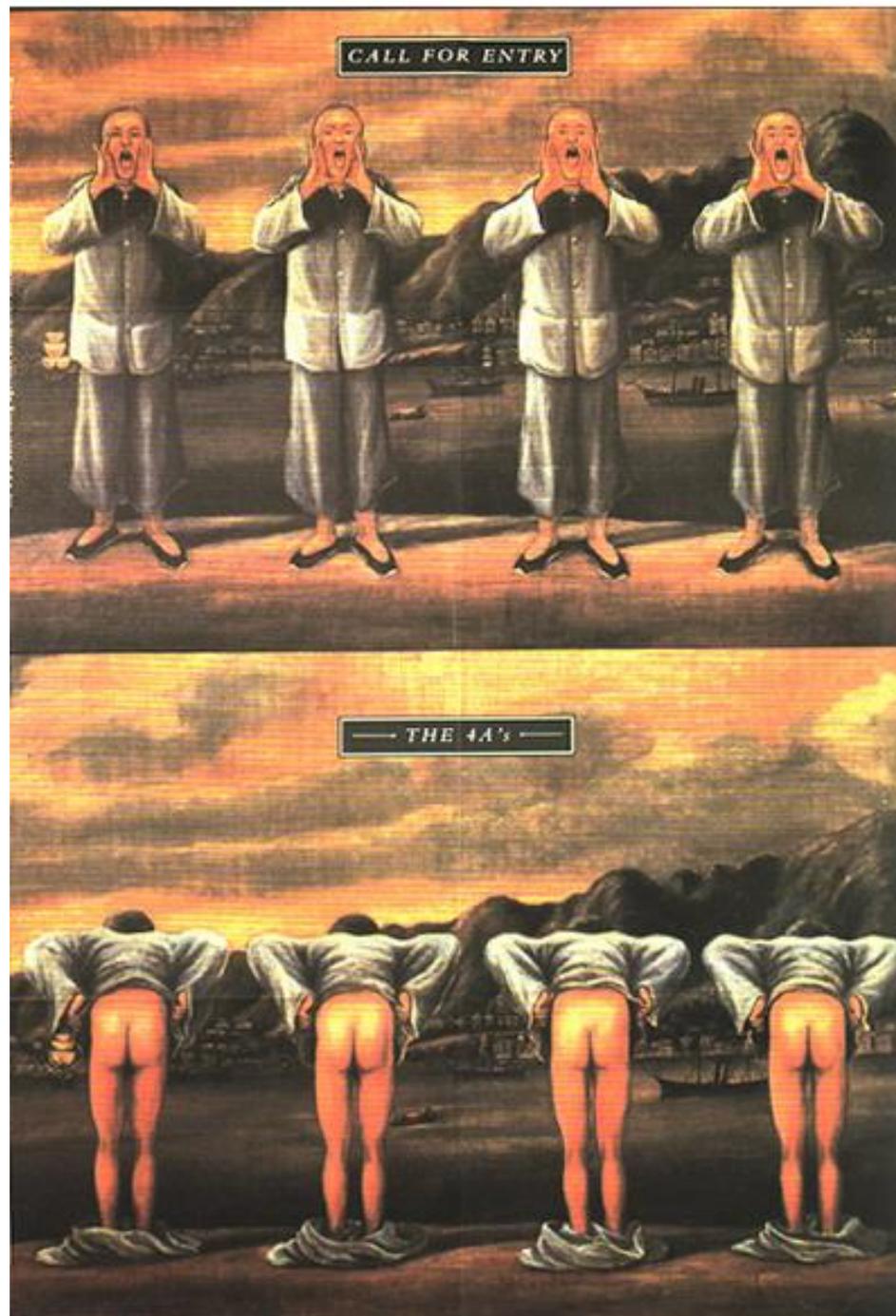
remember him and they on the beach. He was the thing. That's why I was afraid of the ocean. My teenage friends, I brought him home for my mom. Within a year they were married.  
**B.C.:** And how did you start surfing?  
**L.N.:** We played a game called "Submarine." I wanted to find the top but it sank under the waves. Then he would be on hand so the boat would not would be out of the hole or stuck. Later he stopped my first board. My dad has always been my hero and always that way.  
**B.C.:** How do you measure success, by the look of the face?  
**L.N.:** By their circumstances.  
**B.C.:** That's it?  
**L.N.:** That's it. ■

... ..  
 ... ..  
 ... ..





Affiche pour une conférence de l'AIGA



## Stefan Sagmeister (1962-)

Designer autrichien établi à NYC.  
Travail pour Rolling Stones  
magazine, Guggenheim, HBO...

Originalité et audace dans les  
projets

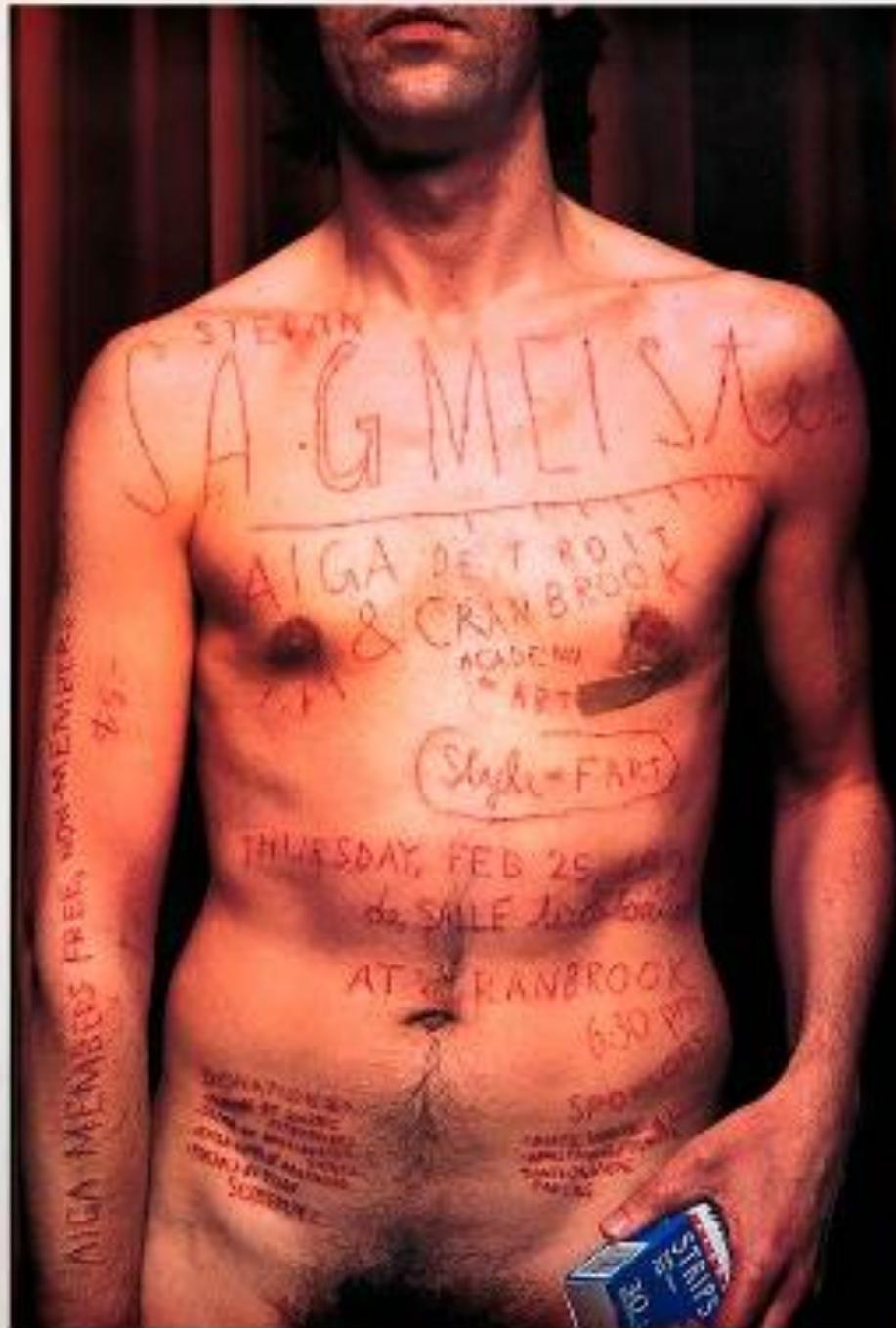
Réhabilitation du lettrage  
manuscrit, prise de vue réelle et  
illustration

4 A's (1992)

Travail sur les frontières culturelles  
pour une publicité pour le Hong  
Kong Design Award

Jeu sur le nom de l'agence (4A's – 4  
Ass)



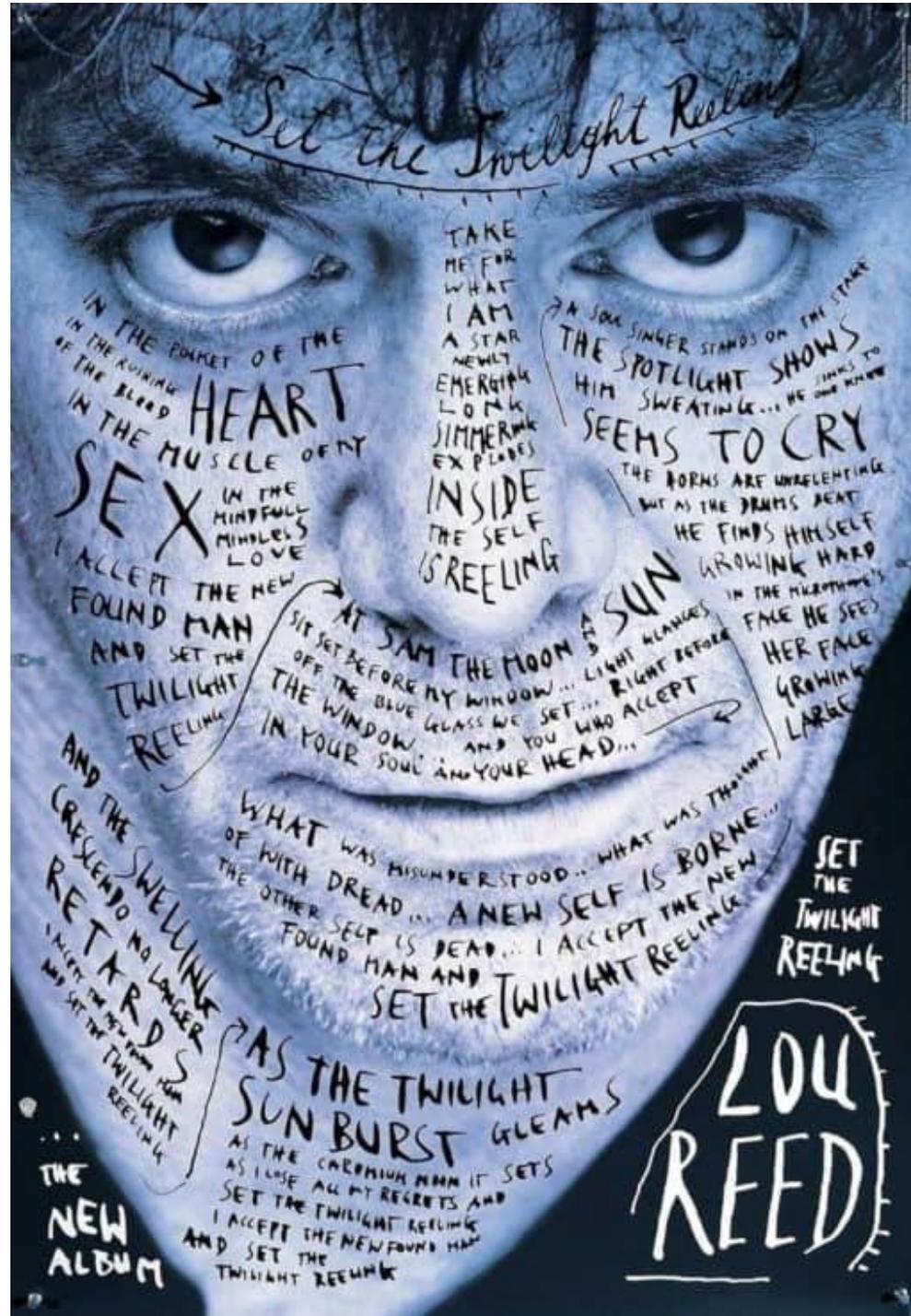


AIGA Detroit/Cranbrook  
Academy (1999)

Announce pour une conférence  
Idée de douleur autour de  
l'accouchement d'une œuvre et de  
payer de sa personne (donner sa  
peau pour)

Provocation d'une réponse  
émotionnelle chez le spectateur

Buste de l'artiste, Lettrage  
manuscrit et présence de la boîte  
de rasoirs



Lou Reed – affiche pour  
nouvel album « Set the  
Twilight Reeling » (1995-  
1996)

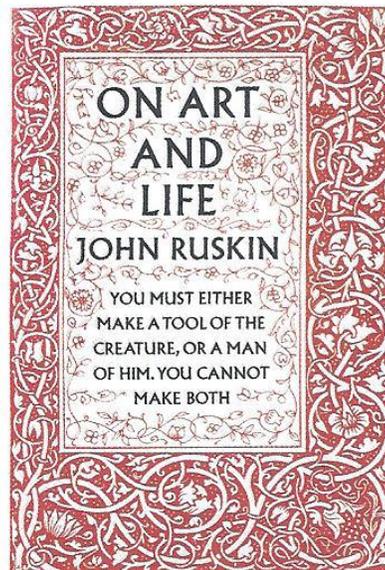
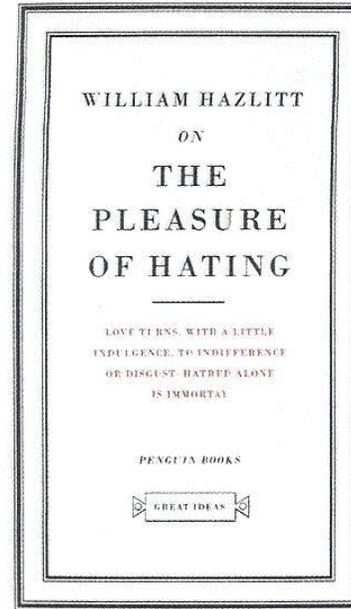
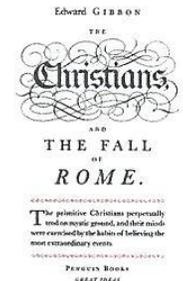
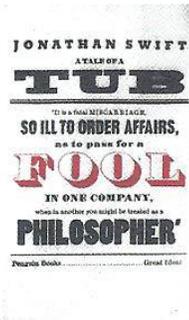
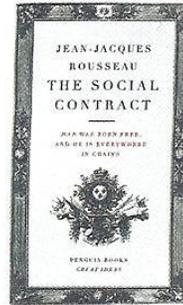
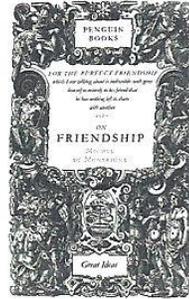
SENECA  
ON THE  
SHORTNESS  
OF LIFE  
LIFE IS LONG  
IF YOU  
KNOW HOW  
TO USE IT  
PENGUIN  
BOOKS  
GREAT IDEAS

MARCUS AU  
RELIIUS·MED  
ITATIONS·A  
LITTLE FLES  
H, A LITTLE  
BREAḤ, AN  
D A REASON  
TO RULE AL  
L— THAT IS M  
YSELF·PENG  
UIN BOOKS  
GREAT IDEAS

IT ALLIGTINE  
CONFESSIONS  
OF A SINNER  
AT A YOUTH  
HAD PRAYED TO YOU  
FOR CHARITY AND JAIL, GIVE ME  
CHARITY  
CONTINENCE  
BUT  
NOT  
YET

PENGUIN BOOKS GREAT IDEAS

Thomas à Kempis  
The Imitation of  
Christ  
If true understanding  
and humble estimate of  
oneself is the highest  
and most valuable of all  
lessons, it is hard to ac-  
count of oneself, but al-  
ways to think well and  
highly of others is the  
highest wisdom and  
perfection. "Should you  
see another person open-  
ly doing evil, or carry-  
ing out a wicked pur-  
pose, do not on that ac-  
count consider yourself  
better than him, for you  
cannot tell how long you  
will remain in a state of  
grace. If you will first  
consider none more frail  
than yourself."  
Penguin Books  
Great Ideas



PENGUIN BOOKS  
GREAT IDEAS

FRIEDRICH  
NIETZSCHE  
WHY I AM  
SO WISE

I know my fate. One day there  
will be associated with my  
name the recollection of  
something frightful—of a crisis  
like no other before on earth, of  
the profoundest collision of con-  
science.

SIGMUND FREUD  
CIVILIZATION AND  
ITS DISCONTENTS

PENGUIN BOOKS  
GREAT IDEAS

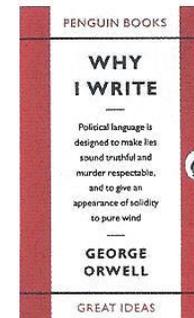
Penguin Books Great Ideas

Virginia Woolf  
A Room of One's Own



Copyright © 1929 by Virginia Woolf  
Reprinted by permission of the Estate of Virginia Woolf

Penguin Books Great Ideas



GREAT IDEAS

## David Pearson (1978-)

Création de la ligne graphique de « Great Ideas » (collection de classiques de philosophie lancée par Penguin Books en 2004)

Couvertures typographiques, référence visuelle de l'époque ou style auxquels appartient l'essai concerné (ex. style épigraphique pour Sénèque, bordure gravée de William Morris pour Ruskin, fer à gauche pour le Manifeste du parti communiste etc.)  
Manière de revisiter l'héritage graphique de l'Antiquité à 1940)

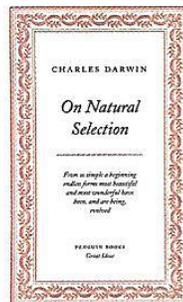
« Great Ideas », collection par Penguin Books en 2004

Let the ruling classes tremble at a Communist revolution. The proletarians have nothing to lose but their chains. They have a world to win. Working men of all countries, Unite! The Communist Manifesto Karl Marx & Friedrich Engels

Penguin Books Great Ideas

Arthur Schopenhauer  
On the Suffering of the World

Penguin Books Great Ideas



CHARLES DARWIN  
On Natural Selection

From its simple beginning, nature grows most beautiful and most wonderful here, then, and on being, reached

PENGUIN BOOKS  
GREAT IDEAS

FRIEDRICH

NIETZSCHE

WHY I AM

SO WISE

**I** know my fate. One day there will be associated with my name the recollection of something frightful—of a crisis like no other before on earth, of the profoundest collision of conscience.

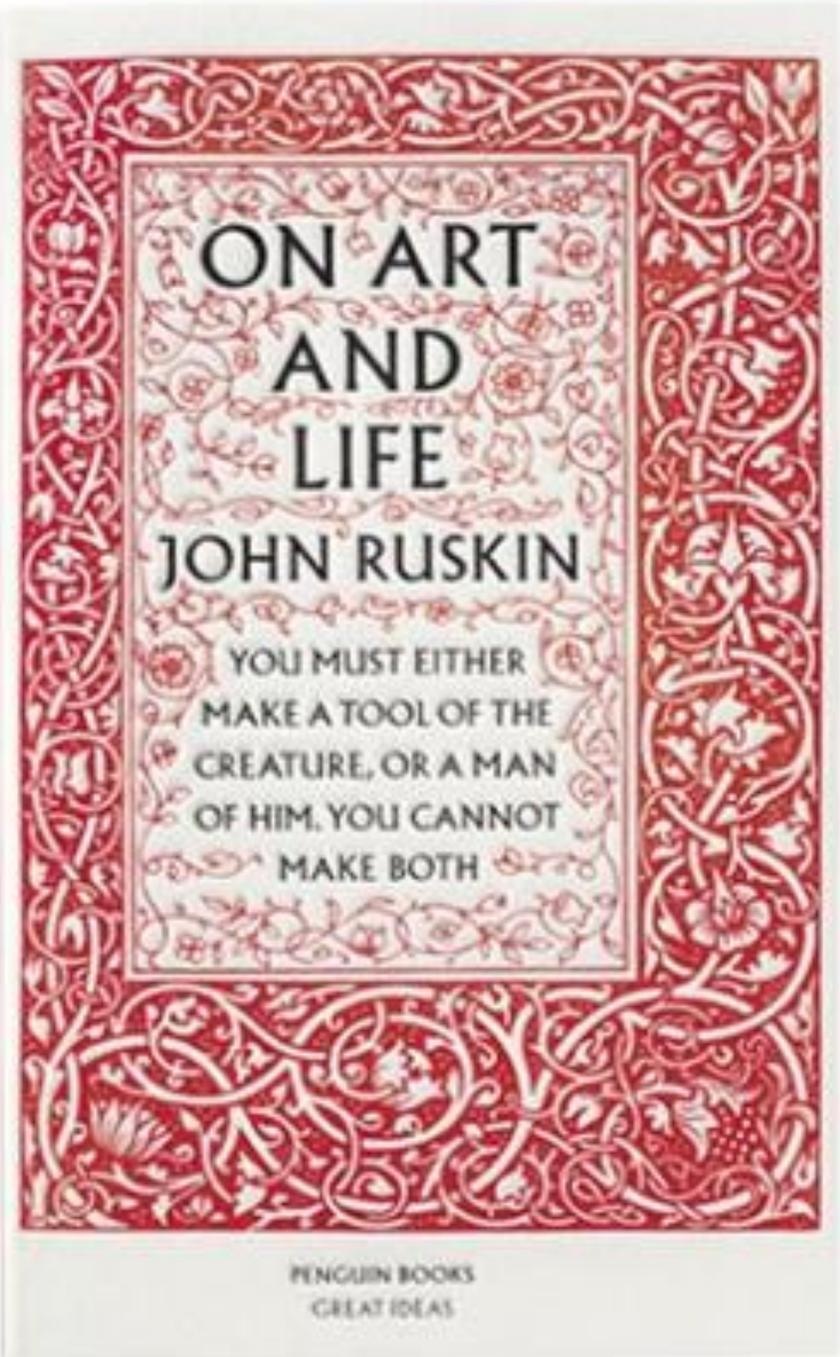
Penguin Books

Great Ideas

PENGUIN BOOKS

THE FIRST TEN BOOKS  
OF THE GREAT IDEAS SERIES  
BY CONFUCIUS  
HE HAS NOT LIVED IN  
THE WAY HE IS TOLD  
ABOUT BY HIS  
FATHERS WHO  
DIES THE DAY HE  
IS BORN

GREAT IDEAS



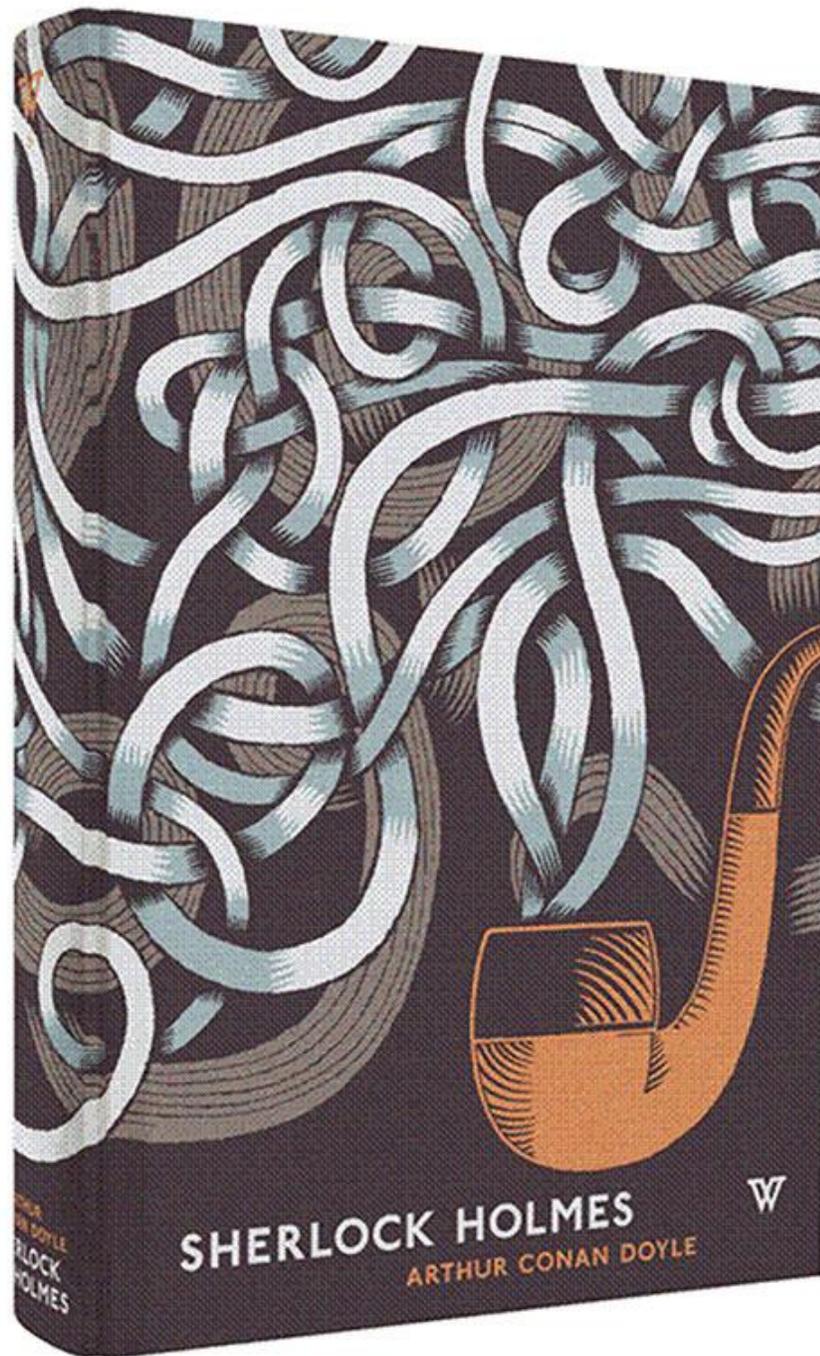
ON ART  
AND  
LIFE

JOHN RUSKIN

YOU MUST EITHER  
MAKE A TOOL OF THE  
CREATURE, OR A MAN  
OF HIM. YOU CANNOT  
MAKE BOTH

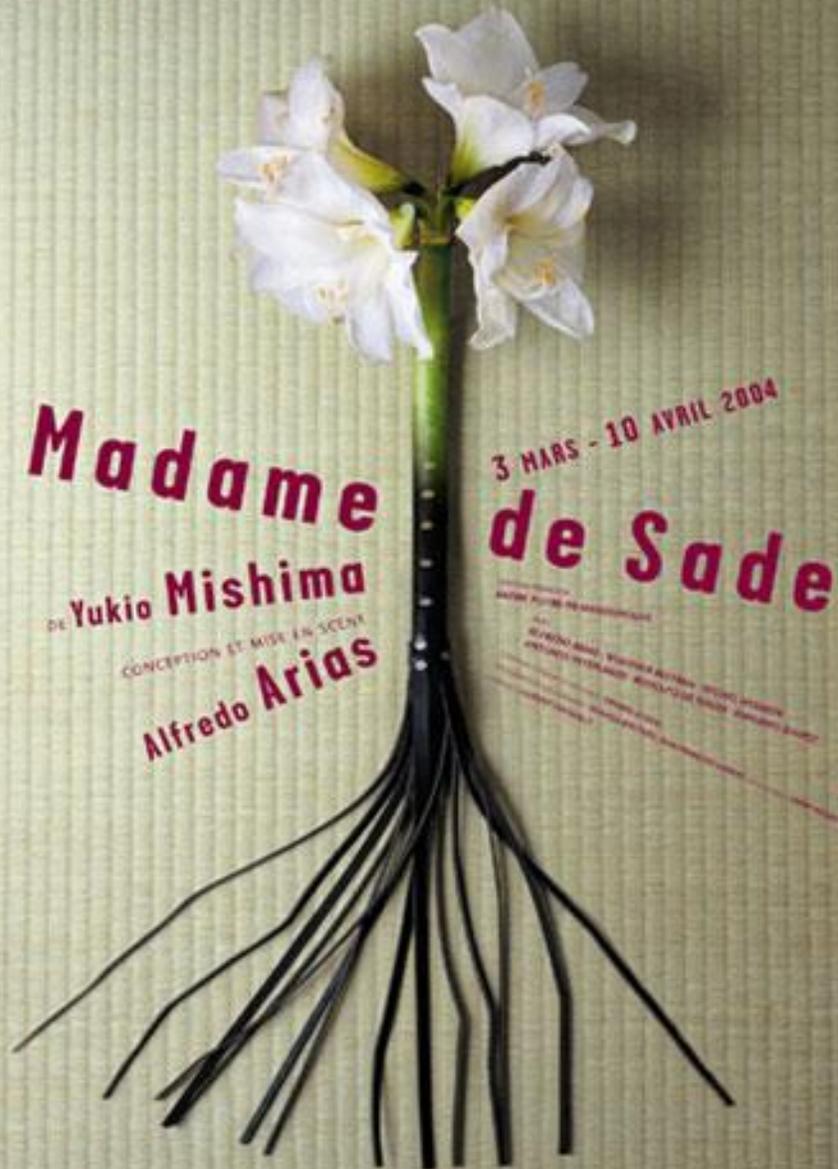
PENGUIN BOOKS  
GREAT IDEAS

P L A T O  
T H E S V M  
P O S I U M  
O U R H U M  
A N R A C E  
C A N O N  
L V A C H I  
E V E H A P  
P I N E S S  
F R E L O V E  
S I R E A C H E  
O N C L U S I  
U N P E N G  
U I N B O O  
K S G R E A  
T I D E A S



Création de *White Books* (2009) :  
travail sur les couvertures dans l'idée  
de prêter des émotions humaines aux  
choses (un élément vient remplacer  
le personnage principal du roman)

CHAILLOT



## Michal Batory (1959-)

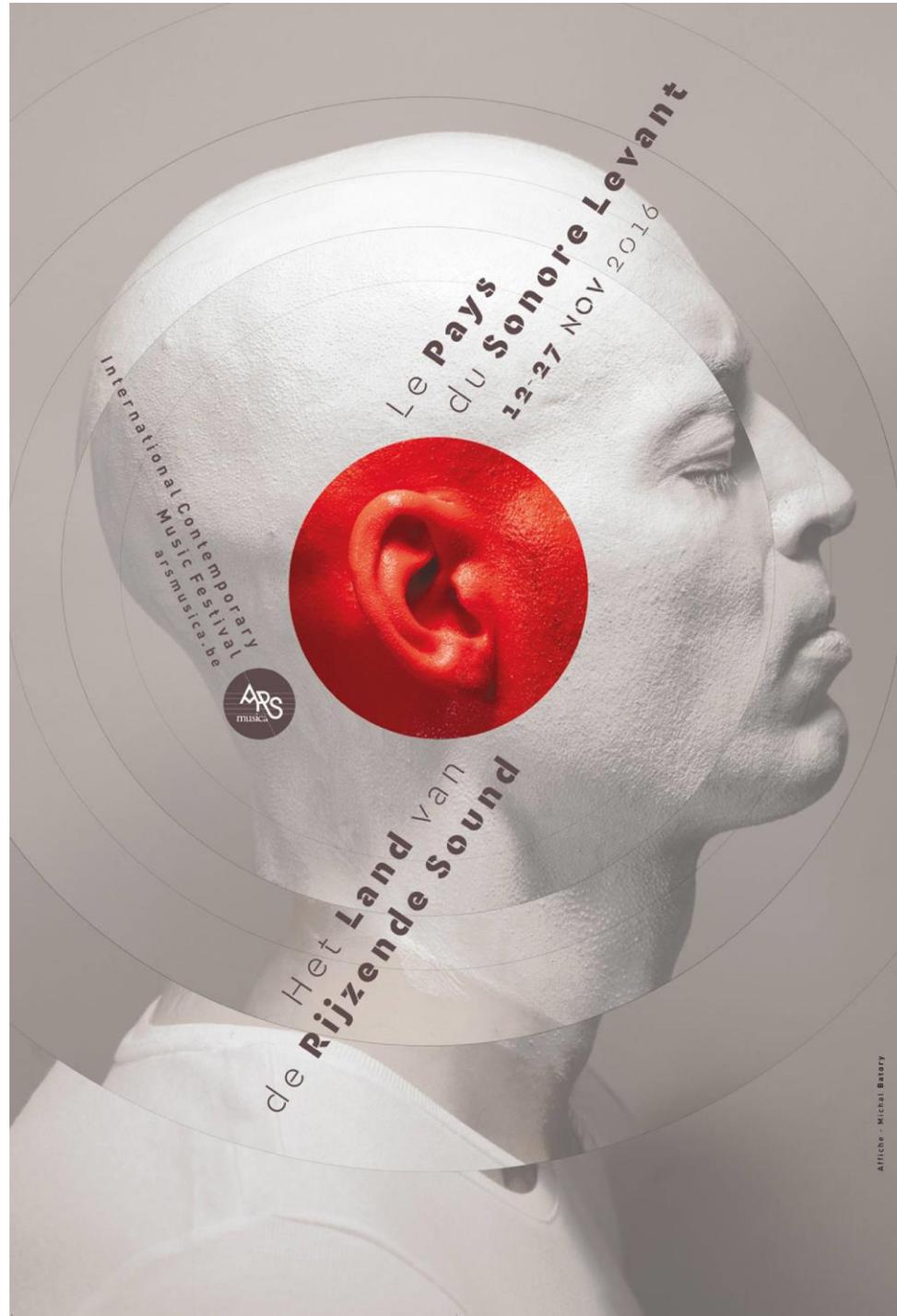
Graphiste polonais avec un important travail pour différents théâtres parisiens (Chaillot, la Colline), l'IRCAM et les Fêtes de la musique

Univers poétique avec création d'associations visuelles – photomontage et importance du jeu image/mot

« Graphisme émotionnel »



Association titre de l'exposition  
« Peintures flamandes et  
néerlandaises » et visuel :  
pinceau se terminant par la  
tulipe, un des symboles  
culturels des Pays-Bas



Affiche - Michal Batory

Festival musique – Le Pays  
du Sonore levant (2016)



5.08 – 30.10.2016 · PALACE ON THE ISLE  
Royal Lazienki Museum

# FLORA DANICA

A ROYAL DINNER SERVICE from the collection of the Museum of National History, Fredenborg Castle in Hillerød, Denmark

Exposition Flora Danica  
(2016)

**70<sup>e</sup> anniversaire de la Déclaration universelle des Droits de l'Homme**

**Article 1** - Tous les êtres humains naissent libres et égaux en dignité et en droits. Ils sont doués de raison et de conscience et doivent agir les uns envers les autres dans un esprit de fraternité.

**Article 2** - 1. Chacun peut se prévaloir de tous les droits et de toutes les libertés proclamés dans la présente Déclaration, sans distinction aucune, notamment de race, de couleur, de sexe, de langue, de religion, d'opinion politique ou de toute autre opinion, d'origine nationale ou sociale, de fortune, de naissance ou de statut social.

2. Aucune distinction fondée sur les attributs politiques, juridiques ou internationaux du pays ou du territoire dont une personne est ressortissante, que ce pays ou territoire soit indépendant, sous dépendance ou soumis à une telle limitation quelconque de souveraineté.

**Article 3** - 1. Tout individu a droit à la vie, à la liberté et à la sécurité de sa personne.

**Article 4** - Nul ne sera soumis à l'esclavage ni en servitude; l'esclavage et la traite des esclaves sont interdits sous toutes leurs formes.

**Article 5** - Nul ne sera soumis à la torture, ni à des peines ou traitements cruels, inhumains ou dégradants.

**Article 6** - Chacun a le droit à la reconnaissance en tous lieux de sa personnalité juridique.

**Article 7** - Tous sont égaux devant la loi et ont droit sans distinction à la pleine protection de la loi. Tous ont droit à une protection égale contre toute discrimination qui violerait la présente Déclaration et contre toute provocation à une telle discrimination.

**Article 8** - Toute personne a droit à un recours effectif devant les juridictions nationales compétentes contre les actes violant les droits fondamentaux qui lui sont reconnus par la constitution ou par la loi.

**Article 9** - Nul ne peut être arbitrairement arrêté, détenu ou exilé.

**Article 10** - Toute personne a droit, en pleine égalité, à ce que sa cause soit entendue équitablement et publiquement par un tribunal indépendant et impartial, qui décidera, soit de ses droits et obligations, soit du bien-fondé de toute accusation en matière pénale dirigée contre elle.

**Article 11** - 1. Toute personne accusée d'un acte délictueux est présumée innocente jusqu'à ce que sa culpabilité ait été légalement établie au cours d'un procès public où toutes les garanties nécessaires à sa défense lui auront été assurées.

2. Nul ne sera condamné pour des actions ou omissions qui, au moment où elles ont été commises, ne constituaient pas un acte délictueux d'après le droit national ou international. De même, il ne sera infligé aucune peine plus forte que celle qui était applicable au moment où l'acte délictueux a été commis.

**Article 12** - Nul ne sera l'objet d'immixtions arbitraires dans sa vie privée, sa famille, son domicile ou sa correspondance, ni d'atteintes à son honneur et à sa réputation. Toute personne a droit à la protection de la loi contre de telles immixtions ou de telles atteintes.

**Article 13** - 1. Toute personne a le droit de circuler librement et de choisir sa résidence à l'intérieur d'un Etat.

2. Toute personne a le droit de quitter tout pays, y compris le sien, et de revenir dans son pays.

**Article 14** - 1. Dans la persécution, toute personne a le droit de chercher asile et de bénéficier de l'asile en d'autres pays.

2. Ce droit ne peut être invoqué contre un pays auquel elle a été soumise, si ce pays n'a pas pris de mesures contraires aux buts et aux principes des Nations Unies.

**Article 15** - 1. Tout individu a droit à une famille.

2. Nul ne peut être séparé de sa famille; l'homme et la femme, en pleine égalité, ont le droit de se marier et de fonder une famille.

**Article 16** - 1. A partir de l'âge nuptial, l'homme et la femme, en pleine égalité, ont le droit de se marier et de fonder une famille.

2. Le mariage ne peut être conclu qu'avec le libre et plein consentement des futurs époux.

3. Le mariage est fondé sur l'égalité naturelle et fondamental de la société et a droit à la protection de la société et de l'Etat.

**Article 17** - 1. Toute personne, aussi bien seule qu'en collectivité, a droit à la propriété.

2. Nul ne peut être arbitrairement privé de sa propriété.

**Article 18** - Toute personne a droit à la liberté de pensée, de conscience et de religion; ce droit implique la liberté de changer de religion ou de convictions ainsi que la liberté de manifester sa religion ou sa conviction seule ou en commun, tant en public qu'en privé, par l'enseignement, les pratiques, le culte et l'accomplissement des rites.

**Article 19** - Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit.

**Article 20** - 1. Toute personne a droit à la liberté de réunion avec paisiblement.

2. Nul ne peut être obligé de faire partie d'une association.

**Article 21** - 1. Toute personne a le droit de prendre part à la direction des affaires publiques de son pays, soit directement, soit par l'intermédiaire de représentants élus.

2. Toute personne a droit à accéder, dans des conditions d'égalité, aux fonctions publiques de son pays.

3. La volonté du peuple est le fondement de l'autorité des pouvoirs gouvernementaux; elle doit être exercée par des élections honnêtes qui doivent avoir lieu périodiquement, au suffrage universel égal et au vote secret ou suivant une procédure équivalente.

**Article 22** - Toute personne, en tant que membre de la société, a droit à la sécurité sociale; elle a droit à la sécurité en cas de chômage, de maladie, d'invalidité, de veuvage, de vieillesse ou dans les autres cas de perte de ses moyens de subsistance par suite de circonstances indépendantes de sa volonté.

2. La maternité et l'enfance ont droit à une aide et à une assistance spéciales. Tous les enfants, qu'ils soient nés dans le mariage ou hors mariage, jouissent de la même protection sociale.

**Article 23** - 1. Toute personne a droit au travail, au libre choix de son travail, à des conditions équitables et satisfaisantes de travail et à la protection contre le chômage.

2. Chacun a droit, sans aucune discrimination, à un salaire égal pour un travail égal.

3. Quiconque travaille a droit à une rémunération équitable et satisfaisante lui assurant, ainsi qu'à sa famille, une existence conforme à la dignité humaine et complétée, s'il y a lieu, par tous autres moyens de protection sociale.

4. Toute personne a le droit de fonder avec d'autres un syndicat ou de rejoindre des syndicats pour la défense de ses intérêts.

**Article 24** - Toute personne a droit au repos et aux loisirs et notamment à une limitation raisonnable de la durée du travail et à des congés périodiques.

**Article 25** - 1. Toute personne a droit à un niveau de vie suffisant pour assurer sa santé, son bien-être et ceux de sa famille, notamment pour l'alimentation, l'habillement, le logement, les soins médicaux ainsi que pour les services sociaux nécessaires; elle a droit à la sécurité en cas de chômage, de maladie, d'invalidité, de veuvage, de vieillesse ou dans les autres cas de perte de ses moyens de subsistance par suite de circonstances indépendantes de sa volonté.

2. La maternité et l'enfance ont droit à une aide et à une assistance spéciales. Tous les enfants, qu'ils soient nés dans le mariage ou hors mariage, jouissent de la même protection sociale.

**Article 26** - 1. Toute personne a droit à l'éducation. L'éducation doit être gratuite, au moins en ce qui concerne l'enseignement élémentaire et fondamental. L'enseignement élémentaire est obligatoire. L'enseignement technique et professionnel doit être généralisé. L'accès aux études supérieures doit être ouvert en pleine égalité à tous en fonction de leur mérite.

2. L'éducation doit viser au plein développement de la personnalité humaine et au renforcement du respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales. Elle doit favoriser la compréhension, la tolérance et l'amitié entre toutes les nations et tous les groupes raciaux ou religieux, ainsi que le développement des activités des Nations Unies pour le maintien de la paix.

3. Les parents ont, par priorité, le droit de choisir le genre d'éducation à donner à leurs enfants.

**Article 27** - 1. Toute personne a le droit de prendre part librement à la vie culturelle de la communauté, de jouir des arts et de participer au progrès scientifique et aux bienfaits qui en résultent.

2. Chacun a droit à la protection des intérêts moraux et matériels découlant de toute production scientifique, littéraire ou artistique dont il est l'auteur.

**Article 28** - Toute personne a droit à ce que règne, sur le plan social et sur le plan international, un ordre tel que les droits et libertés énoncés dans la présente Déclaration puissent y trouver plein effet.

**Article 29** - 1. L'individu a des devoirs envers la communauté dans laquelle seul le libre et plein développement de sa personnalité est possible.

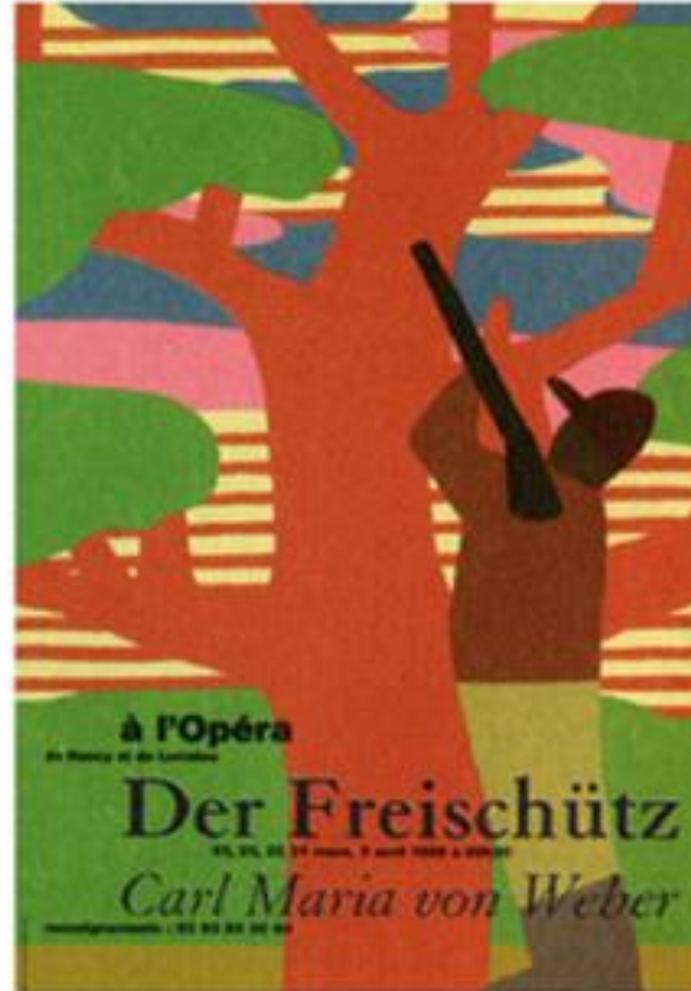
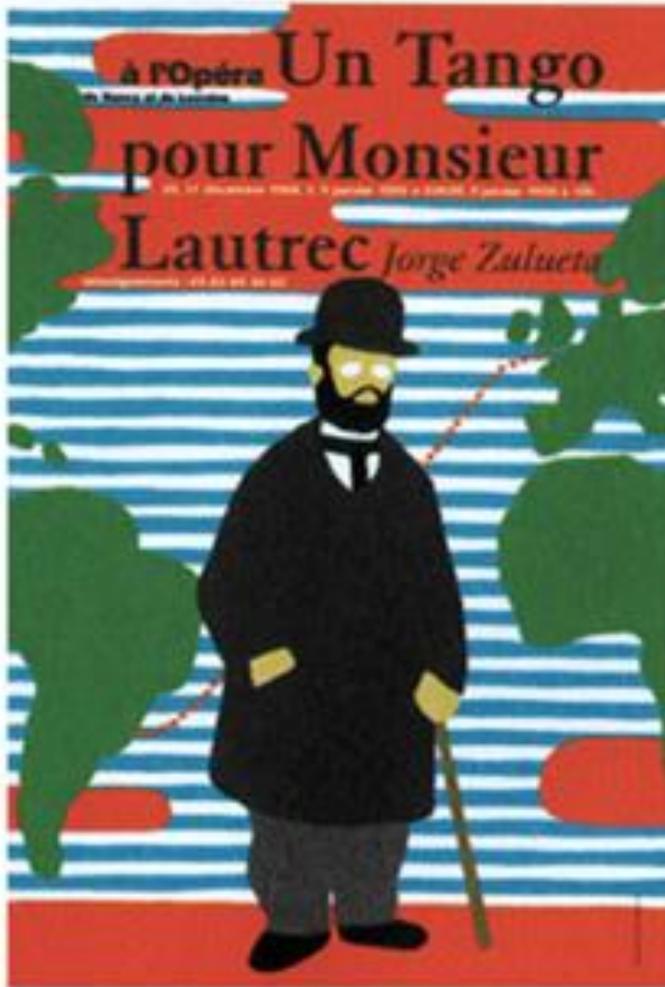
2. Dans l'exercice de ses droits et dans la jouissance de ses libertés, chacun n'est soumis qu'aux limitations établies par la loi exclusivement en vue d'assurer la reconnaissance et le respect des droits et libertés d'autrui et afin de satisfaire aux justes exigences de la morale, de l'ordre public et du bien-être général dans une société démocratique.

3. Ces droits et libertés ne pourront, en aucun cas, s'exercer contrairement aux buts et aux principes des Nations Unies.

**Article 30** - Aucune disposition de la présente Déclaration ne peut être interprétée comme impliquant pour un Etat, un groupement ou un individu un droit quelconque de se livrer à une activité ou d'accomplir un acte visant à la destruction des droits et libertés qui y sont énoncés.

2018

## Paul Cox (1959-)

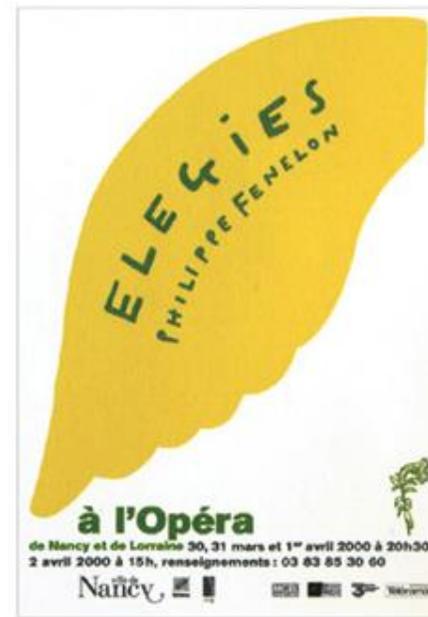
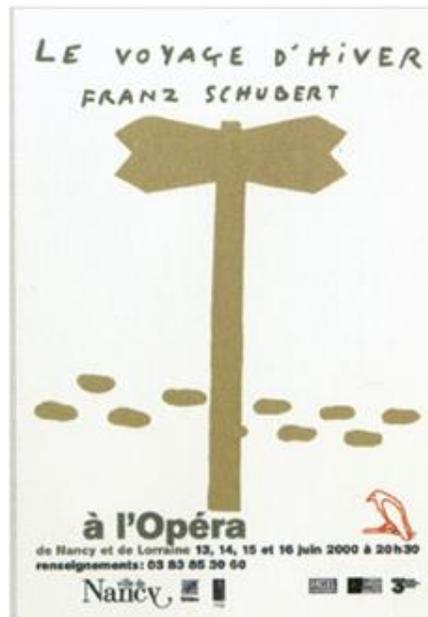
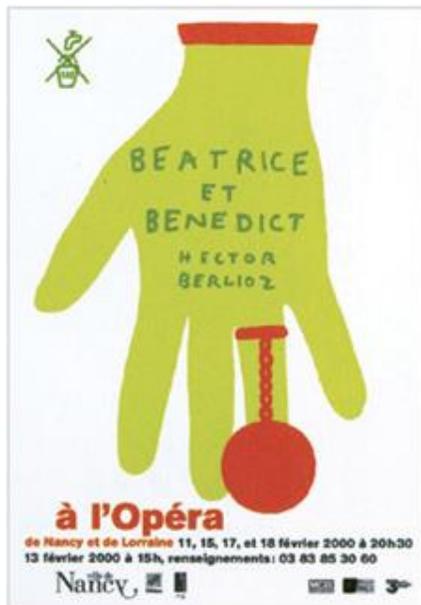
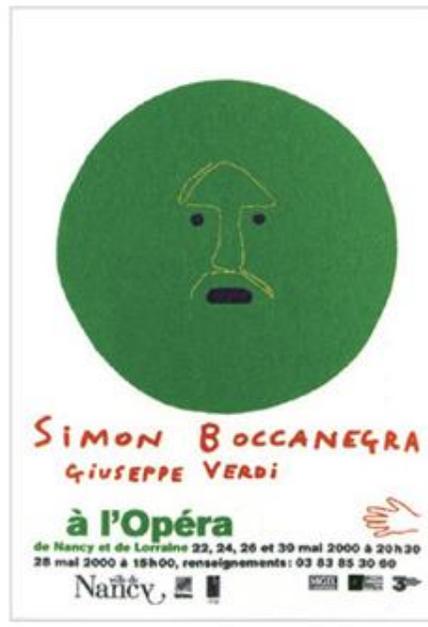
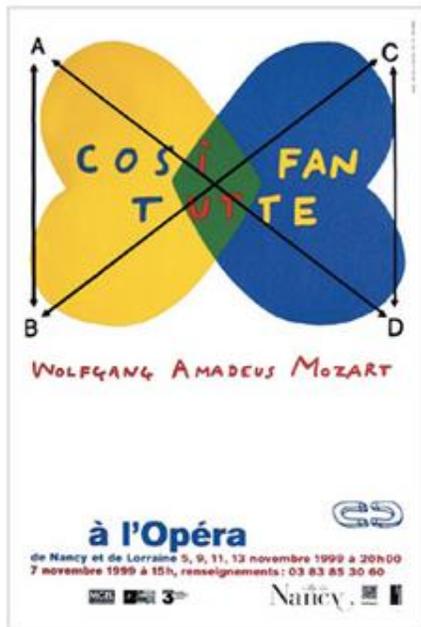


Illustrateur français, Paul Cox réalise parallèlement affiches de théâtre, livres pour enfants, œuvres picturales, logos, illustrations de presse...

Construction d'images à partir d'un vocabulaire limité, réduit (tant dans la forme que dans la gamme chromatique)  
Expérimentation du vocabulaire graphique – notamment pour affiches de l'Opéra de Nancy et de Lorraine : réalisation de campagnes d'affichage durant 5 saisons, avec changement de vocabulaire pour maintenir un effet de surprise

<http://indexgrafik.fr/paul-cox/>

Affiches pour l'Opéra de Nancy et de Lorraine (1997-1998)



Affiches pour l'Opéra de Nancy et de Lorraine (1999-2000)

à l'Opéra  
L'Isola  
disabitata



Joseph Haydn

Opéra de Nancy et de Lorraine  
18, 25, 28 avril, 2 mai 2001 à 20h00  
et 22 avril 2001 à 16h00  
Renseignements : 03 83 85 33 11

Nancy,    

à l'Opéra

Jérôme  
Deschamps

Maïcha  
Makieïeff



Les  
Pensionnaires

Opéra de Nancy et de Lorraine  
6, 7, 8 et 9 février 2001 à 20h00  
Renseignements : 03 83 85 33 11

Nancy,    

à l'Opéra  
Cecilia



Charles Charney

Opéra de Nancy et de Lorraine  
26, 30 janvier et 1<sup>er</sup> février 2001 à  
20h00 et 28 janvier 2001 à 16h00  
Renseignements : 03 83 85 33 11

Nancy,    

Orchestre



Saison 2000-2001

Orchestre Symphonique et Lyrique de Nancy  
03 83 85 30 60

Nancy, 

à l'Opéra  
abonnements  
2000-2001



amour, désin, trahison,  
désir, larmes, fidélité,  
liberté, souffrance, passion

Opéra de Nancy et de Lorraine  
03 83 85 30 60

Nancy,    

à l'Opéra  
Fidelio



Ludwig  
van Beethoven

Opéra de Nancy et de Lorraine  
5, 7, 12 et 18 juin 2001 à 20h00, 10 juin  
2001 à 16h00  
Renseignements : 03 83 85 33 11

Nancy,    

à l'Opéra  
Manon



Jules Massenet

Opéra de Nancy et de Lorraine  
20 et 23 mars 2001 à 20h00  
18 et 25 mars 2001 à 16h00  
Renseignements : 03 83 85 33 11

Nancy,    

à l'Opéra  
Saison 2000-2001



Pete Yrreus Falstaff Cecilia  
Les Pensionnaires Manon  
L'Isola disabitata Fidelio

Opéra de Nancy et de Lorraine  
03 83 85 30 60

Nancy,    

à l'Opéra  
Falstaff



Giuseppe Verdi

Opéra de Nancy et de Lorraine  
2, 4, 9, 11 janvier 2001 à 20h00 et  
7 janvier 2001 à 16h00  
Renseignements : 03 83 85 33 11

Nancy,    

Affiches pour l'Opéra de Nancy et de Lorraine (2000-2001)

# THÉÂTRE DIJON BOURGOGNE CENTRE DRAMATIQUE NATIONAL

**SEPTEMBRE**  
PRÉSENTATION DE SAISON

**SEPTEMBRE**  
OUI OUI OUI  
TRAVELLING  
PIÈCES

**OCTOBRE**  
L'OISEAU VERT  
CARLO GOLDONI

**OCTOBRE**  
ici  
JÉRÔME THOMAS  
PIERRE SCHMITZ  
PIERRE BASTIEN

**NOVEMBRE**  
D'ARRÊT  
PARLIÉRIE  
MISE EN SCÈNE  
JEAN-PIERRE VIGNÉ

**NOVEMBRE**  
L'AFFICHE  
PHILIPPE SOUVERAIN

**DÉCEMBRE**  
PROMÉTHÉE  
SELON  
ESCHYLE  
MISE EN SCÈNE  
SULLIVAIN  
DELAVERNE

**DÉCEMBRE**  
PETIT PIERRE  
JOSYANN LEBEAU

**JANVIER**  
LES ACTEURS  
DE  
BONNE  
FOI  
MISE EN SCÈNE  
MAY  
DELANDE

**JANVIER**  
QUE FAIRE  
?  
(LE  
RETOUR)  
MISE EN SCÈNE  
SULLIVAIN  
DELAVERNE

**JANVIER - FÉVRIER**  
FESTIVAL  
ART DANSE

**FÉVRIER**  
LE CHERCHEUR  
DE TRACES  
MISE EN SCÈNE  
MAY  
DELANDE

**FÉVRIER**  
L'APPRENTI  
SAGE-FEMME  
DE  
MARCEL  
COURMAYEUR

**MARS**  
SOLEIL COUCHANT  
LÉAULT BABEL  
MISE EN SCÈNE  
IRÈNE SCHWABE

**MARS**  
CLARISSE, MEMOI  
ET LES AUTRES...  
DAVID DUMARTIER

**MARS**  
JULIUS  
CAESAR  
WILLIAM  
SHAKESPEARE

**MARS - AVRIL**  
LOINTAIN INTÉRIEUR  
LA NUIT  
REMUE  
EDOUARD  
COURTÈS

**AVRIL**  
L'HOMME-JASMIN  
UNICA ZÜRN

**AVRIL**  
À VOI RÉVENT  
LES CHEVAUX LA NUIT  
POUR ÊTRE SI PEUREUX  
LE JOUR ?  
MISE EN SCÈNE  
MAY  
DELANDE

**AVRIL**  
IL FAUT  
QU'UNE PORTE  
SOIT OUVERTE  
OU FERMÉE  
ON NE SAURAIT  
PENSER À TOUT  
MYSTÈRE  
ALFRED  
SARAJEVO

**MAI**  
THÉÂTRE  
EN MAI  
FESTIVAL

**MAI**  
DE L'ÉCRIT  
À LA SCÈNE  
RENCONTRES

**MAI**  
TOURNÉES-TRÉTEAUX

**MAI**  
FORMATIONS

**MAI**  
PARTENARIATS:  
ART DANSE  
MAY  
DELANDE  
OPÉRA DE DIJON  
DÉPARTEMENT DE LA COCOTTE  
MAY  
DELANDE

**03 80 30 12 12 www.tdb-cdn.com**

Affiches à la fois savantes et populaires, comprises par tous sans être simplistes. Images lisibles comme illustration, avec réduction des éléments graphiques

Théâtre Dijon Bourgogne (2010-2011)

# DANS LE NOM

texte, mise en scène  
et scénographie

Tiphaine  
Raffier



du 3 au 10  
novembre  
grande Salle,  
Lille

THÉÂTRE  
DU NORD

LILLE

03 20 14 24 24  
www.theatredunord.fr

le Monde

THÉÂTRE  
DU NORD  
LILLE

Utilisation d'images abstraites au pochoir et pistolet – utilisation de 2 couleurs

Attribution des formes de manière arbitraire

Affiche pour le Théâtre du Nord (2016-2017)