

Introduction :

Les apparitions technologiques et scientifiques ont transformé nos sociétés occidentales en société de l'information. L'organisation, la lisibilité, la compréhension et l'accès à l'information concentrent des enjeux majeurs, aussi bien sur le plan économique que politique ou social. Le design graphique apparaît comme l'outil nécessaire et indispensable de ces nouvelles sociétés, aux besoins communicationnels inédits.

Avant tout dominé par une logique commerciale, la publicité et le marketing ont détourné les signes graphiques vers un autre langage. Dans un monde frappé d'immédiateté, où économie rime avec profit et où profit est synonyme de progrès et d'argent, la vitesse est le maître mot. Aussi faut-il frapper les masses, matraquer le message publicitaire, manipuler en démocratie sans les apparences de la propagande afin de veiller au contrôle.

Or, ce contrôle ne concerne pas uniquement les consommateurs adultes : il commence sur les bancs de l'école où, dès le plus jeune âge, les enfants sont encouragés à devenir des consommateurs soumis n'ayant pas conscience des conditions de production, des effets et des puissances critiques du signe, de l'image et du graphisme en général. Au lieu d'apprendre l'histoire, le fonctionnement et le potentiel critique et créatif du graphisme, les enfants sont conduits à se conformer au cadre établi par l'Éducation nationale. Ce cadre, constitué de règles, de leçons apprises par cœur, de notes et de disciplines générales uniformément pensées, s'impose à l'enfant. S'il ne parvient pas à assimiler et à s'adapter au fonctionnement de la machine scolaire générale, son avenir est promis à l'échec social.

L'acte créatif engage un certain nombre de réponses face à des restrictions de plus en présentes dans la vie quotidienne des enfants. De la découverte à l'acquisition d'un point de vue critique, en passant par la stimulation de la faculté d'imagination et d'invention, la sensibilisation au graphisme s'impose comme une nécessité de lutte contre l'analphabétisme graphique, contre l'ignorance et l'insensibilité envers ce que cette discipline de création et de recherche peut apporter à l'esprit dans la société contemporaine.

Comme l'explique le graphiste Alex Jordan : « Nous devons enseigner et parler du graphisme en initiant une vraie réflexion quant à la morale publique. [...] Pour une prise de conscience de la valeur et du rôle de l'image au niveau artistique, social et politique, c'est tout le système d'apprentissage et l'éducation à la chose visuelle – de l'école primaire aux grandes écoles – qui est à revoir ». Ces constats nourrissent un certain nombre de questions. Quels sont les freins de la diffusion du graphisme en France ? Quels sont les enjeux entre les producteurs et les consommateurs d'images ? Comment créer une sensibilisation basée sur la participation, qui permet l'instauration d'un dialogue entre ludique et didactique, afin d'approfondir et d'enrichir l'expérience au sein du design graphique et visuel ?

Ce mémoire se développe en deux parties distinctes en lien l'une avec l'autre et se complétant. La première partie pose un constat sur la situation du graphisme en France liant histoire, médias, économie, politique, philosophie et sociologie. Dans les limites propres à un mémoire de recherche, l'étude s'étend sur la question typographique et sur l'affiche illustrée. La seconde partie propose, quant à elle, un des remèdes à ce manque de connaissance du design graphique incarné par la sensibilisation. Cette deuxième partie s'élabore grâce à l'analyse des pédagogies alternatives (leurs fonctionnements, leurs histoires, leurs méthodes et leurs différences), ainsi que par l'étude de références plastiques en lien avec la transmission des savoirs graphiques. Ponctuée de rencontres et d'entretiens avec différents acteurs de la médiation et de la sensibilisation culturelle et graphique, la seconde partie entend une concrétisation des théories apportées.

Ce mémoire ne prétend pas trouver la seule et unique réponse au problème de la culture graphique en France mais investi un axe de recherche proposant une hypothèse où la sensibilisation joue un rôle décisif par l'approche ludique et créative d'ateliers de design graphique proposés aux enfants.