



vision

BULLETIN DE L'AUDIOVISUEL FRANCOPHONE

PENDANT longtemps, le générique (*titre, auteur, acteurs, auteurs des musiques et des textes, etc.*) a été le parent pauvre de la réalisation des montages audiovisuels et sa confection était le plus souvent réalisée à la hâte en dernière minute. On se souvient encore, non sans une certaine nostalgie d'ailleurs, de ces titres tracés d'une main malhabile sur le sable, écrits avec des petits cailloux ou des lettres amovibles plus ou moins bien alignées. Mais il faut bien vivre avec son temps.

ALLO POLICE

Un générique, voire un simple titre, ne sont pas indispensables même s'ils semblent de plus en plus incontournables dans l'audiovisuel contemporain car ils sont en quelque sorte la «carte de visite» d'une œuvre audiovisuelle.

Si l'auteur décide que son montage mérite un générique, c'est bien la moindre des choses qu'il mette tous les atouts de son côté pour que cette carte de visite ne desserve pas l'œuvre en question. Qui plus est, nous considérons que le générique fait partie intégrante du montage, aussi doit-il être réalisé avec soin et placé au bon endroit. Nous avons voulu, par ce Numéro Spécial Typographie, donner quelques repères et conseils pour choisir

et réaliser un titrage qui corresponde autant que possible à ce que l'auteur a voulu exprimer. Nombre de ces considérations ne valent pas seulement pour les génériques de montages audiovisuels proprement dits, mais pourraient aussi être appliquées *mutatis mutandis* à la présentation et aux titres d'articles, de bulletins internes d'associations ou de programmes de manifestations, par exemple.

Nous serions heureux de connaître vos réactions et expériences afin d'en faire profiter les lecteurs d'un prochain bulletin. Nous vous remercions de bien vouloir adresser vos commentaires et critiques à C.T. VIDAL, 12 avenue Bernard IV, 31600 MURET.



J. Gutenberg

Johannes Gensfleisch & Co.

Les caractères d'imprimerie ont été pendant cinq siècles de petits parallélépipèdes faits en un alliage de plomb, d'antimoine et d'étain, portant sur une de leurs faces le dessin en relief d'un signe alphabétique; c'est ce que nous devons à M. Johannes Gensfleisch, dit Gutenberg. Les caractères fondus par Gutenberg imitaient l'écriture manuelle employée pour reproduire les livres sacrés (*figure 1a*).

Ils ont été appelés gothiques par les hommes de la Renaissance qui les trouvaient barbares. Ils ont rapidement cédé la place, sauf dans les pays germaniques, à des alphabets inspirés de la superbe écriture mi-

ouvrages produits jusqu'au milieu du XIXe siècle. Les progrès accomplis vers la fin du XIXe et au XXe siècles, en particulier l'apparition de la composition mécanique (*figure 2*), ont permis de multiplier la production d'alphabets différents, souvent véritables créations artistiques, et d'utiliser des caractères neufs pour chaque impression de qualité. La composition métallique a dominé totalement la reproduction des textes jusqu'au milieu de notre siècle. C'est à partir des années cinquante que ces petites merveilles de mécanique de précision ont été progressivement remplacées par des photocomposeuses.

tion métallique ou qui conseillaient des firmes d'électronique ou d'informatique ignorant tout (ou presque) des règles de composition typographique.

La composition numérique

La première composeuse faisant appel à des matrices numériques est apparue vers 1965. Elle faisait naître les lettres sur le fond d'un tube cathodique d'où elle les transférait photographiquement sur des films ou des papiers sensibles. Les matrices numériques décomposaient les signes alphabétiques en milliers de points noirs et blancs représentés par des 0 ou des 1 rangés en lignes successives dans des structures en forme de grilles (*que l'on appellera plus tard bitmaps, pour faire chic ou parce que les premiers lecteurs de ce mot n'avaient pas la moindre notion de ce qu'il représentait*). Ces structures étaient introduites dans l'ordinateur qui pilotait les mouvements du faisceau électronique à l'intérieur du tube cathodique pour créer les signes alphabétiques (*figure 3*).

Ces machines ont constitué une grande avancée technologique mais ont été responsables d'une certaine

nuscule caroline que les humanistes découvraient dans les manuscrits copiés à l'époque de Charlemagne (*figure 1b*). Ainsi sont nés au fil des siècles des alphabets de différents styles dont certains portent encore le nom de leur concepteur – Garamond, Baskerville, Didot, Bodoni – et sont largement utilisés par la typographie moderne.

La composition mécanique

Ces alphabets ont régné pendant de longues années parce que l'élaboration manuelle des poinçons exigeait des investissements énormes, ce qui rendait les renouvellements difficiles. D'où une certaine uniformité dans l'apparence imprimée des

La composition photographique

Les photocomposeuses permettent de créer les caractères directement sur des films ou sur des papiers sensibles en faisant passer un flux lumineux, généralement issu d'un flash électronique, à travers des matrices transparentes négatives. La plupart de ces machines étaient conçues de manière à fournir un grand nombre de tailles de caractères à partir d'une même matrice grâce à des réductions et à des agrandissements opérés au moyen de zooms ou de tourelles d'objectifs. Le dessin des alphabets « de base » était toujours assuré par des professionnels avertis qui travaillaient pour des sociétés approvisionnant depuis longtemps le marché de la composi-

régression esthétique. En effet, leurs concepteurs, fascinés par les performances électroniques que ces matériels et logiciels pouvaient atteindre – et par ailleurs ignorants des bonnes vieilles règles de lisibilité et d'apparence acquises depuis Gutenberg – n'ont en effet accordé aucu-

ne attention au dessin des lettres. Mieux, ou pire, ils ont donné à l'utilisateur la faculté de produire un même signe sous différentes déclinaisons (plus ou moins espacé, plus étroit ou plus large, droit ou incliné, etc.), pour lesquelles le caractère de base n'était pas conçu, et donc de contrevenir ainsi encore plus à ces mêmes règles.

La vectorisation

Les matrices *bitmap*, ne pouvant être ni réduites ni agrandies sans perte de qualité en raison de leur structure, et occupant en outre une place considérable dans les mémoires magnétiques, une méthode plus économique a été recherchée et les composeuses à tube cathodique ont été remplacées par des composeuses à laser nourries de matrices vectorielles. Celles-ci ne décomposent

de départ et un point d'arrivée. S'agissant d'une description mathématique, toute modification (hauteur, largeur, inclinaison, etc.) se fera par changement de valeurs numériques et n'entraînera pas de perte de qualité. Quatre procédures de description mathématique de la vectorisation sont utilisées : Ikarus, PostScript, TrueType et Bitstream. L'usage d'un ordinateur n'est pas une garantie de disposer de matrices de caractères vectorielles; il suffit, pour s'en convaincre, de regarder les caractères imprimés dans de très grandes ou très petites tailles : la présence fréquente de « marches d'escalier » dans les courbes dénote le plus souvent des caractères « images » (souvent fournis sous la forme d'offres comportant des dizaines de polices de caractères fantaisie coûtant à peine quelques centaines de francs, alors qu'une police vectorielle « professionnelle » coûte à elle seule plusieurs centaines de francs).

Terminologie simplifiée

Qu'elle soit aujourd'hui numérique ou qu'elle ait naguère été mécanique, la composition utilise des termes et des règles dont la plupart datent encore de l'époque de la composition manuelle traditionnelle. En se souvenant que les caractères du sieur Gutenberg (*vous comprenez maintenant pourquoi nous avons fait cette longue introduction historique*) étaient des petits parallélépipèdes en plomb sur la face desquels les caractères étaient gravés en relief (*figure 5*), le grand côté de cette face est le **corps**, le petit côté la **chasse**. La taille de la lettre (*voir la figure 9*), qui n'est pas une notion strictement typographique, est exprimée en millimètres, alors que le corps est exprimé en **points** (0,376 mm pour le point Didot, 0,398 mm pour le point métrique, 0,351 mm pour le point pica dans les pays anglo-saxons, afin de simplifier le tout !). Le dessin du caractère représenté par les éléments en

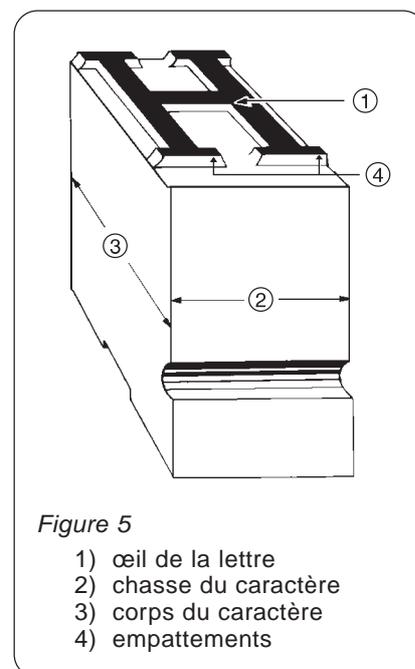


Figure 5

- 1) œil de la lettre
- 2) chasse du caractère
- 3) corps du caractère
- 4) empattements

relief est appelé l'**œil** (au pluriel : des œils).

Pour un même corps, les signes paraissent visuellement d'autant plus gros que les ascendants des lettres *b, h, k, l*, et les descendants des lettres *g, p, q*, sont courts par rapport aux lettres *a, c, e, i, m, n*. C'est pourquoi il n'est pas indifférent de distinguer les alphabets gros œil et les alphabets petit œil : les alphabets gros œil, moins élégants, sont plus lisibles dans les petits corps et servent surtout dans les journaux quotidiens. Par ailleurs, les lettres les plus larges comme le *m* et le *w* ont parfois une chasse atteignant la valeur du corps; nos parallélépipèdes deviennent quasiment des carrés et s'appellent des **cadratins**. Le **cadratin** est aussi une unité typographique usitée car elle sert notamment à apprécier les blancs (espaces entre les lettres ou avant un début de paragraphe, par exemple).

La présence ou non d'**empattements** (petites barres situées aux extrémités des lettres – voir notamment les figures 5 et 6), leur forme et leur épaisseur est l'une des caractéristiques les plus directement perceptibles d'un style de caractère (une des classifications des caractères est d'ailleurs établie sur cette base). En anglais, on parle de *serif* et de *sans serif*; nous le signalons

pas les signes alphabétiques en points noirs et blancs mais elles décrivent les signes par leurs contours, intérieurs et extérieurs, en langage mathématique (*figure 4*). Ces contours, portions de droites et de courbes, sont traités comme des vecteurs et des arcs ayant un profil, un point

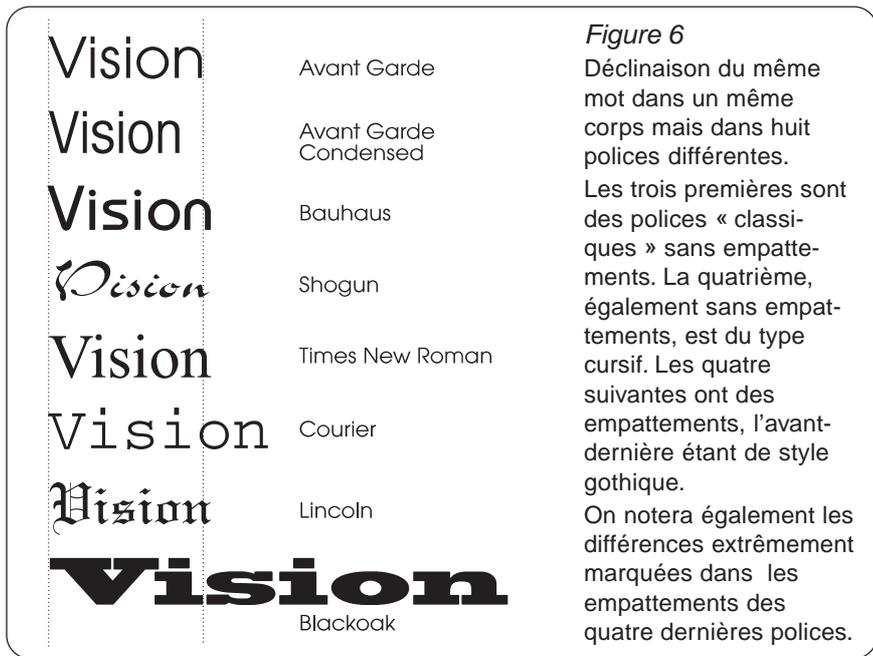


Figure 6
 Déclinaison du même mot dans un même corps mais dans huit polices différentes. Les trois premières sont des polices « classiques » sans empattements. La quatrième, également sans empattements, est du type cursif. Les quatre suivantes ont des empattements, l'avant-dernière étant de style gothique. On notera également les différences extrêmement marquées dans les empattements des quatre dernières polices.

ici car on trouve ces termes dans de nombreux ouvrages « français », notamment de PAO et d'informatique. On peut déjà déduire facilement de ce qui précède qu'il ne faut pas mélanger des caractères provenant d'alphabets différents, même s'ils sont de même corps. En effet, la taille du corps ne vaut, on l'a dit et on le voit sur la figure ci-dessus, que pour un même alphabet; de plus, la taille de l'œil est éminemment variable puisqu'elle résulte d'un choix esthétique. Enfin, les différences non négligeables entre le point Didot, le point métrique (*pourtant tous deux d'origine française !*) et le point pica compliquent encore la situation si l'on a acheté ses polices à des fournisseurs différents! Pour conclure ce chapitre terminologique, quand vous rendrez visite à votre typographe ou à votre imprimeur préférés vous n'oublierez pas de parler de capitales et non de majuscules, de bas de casse et non de minuscules. Vous saurez aussi que la graisse détermine l'épaisseur des traits formant des lettres maigres (*light*), normales ou romaines (*regular*), demi-grasses (*medium*), grasses (*bold*) et extra-grasses (*black* ou *heavy*). L'allure est seulement droite ou italique. Certains styles font aussi varier la largeur en

utilisant des lettres étroites ou étroitisées (*condensed, narrow*) et larges (*extended*). Quelques exemples sont donnés sur la figure 7; nous avons gardé les termes anglais liés à la police d'origine pour éviter toute confusion.

Il semble inutile de préciser que le mélange de tout ça sur une même ligne donnera des résultats pour le moins chaotiques et inesthétiques.

Règles empiriques

Messieurs Garamond (XVI^e siècle), Baskerville, Didot ou Bodoni (XVIII^e) savaient que les lettres ne se dessinent pas comme les plans d'une machine et que leur conception est soumise à des facteurs non

rationnels pesant autant que les facteurs purement logiques. Il nous appartient de faire bon usage de leur héritage en reprenant à notre compte deux règles empiriques :

- a) Les organes de la vue, sujets à des illusions optiques, ne voient pas les lettres avec l'objectivité d'un appareil photo; il faut donc prendre des libertés avec la rigueur géométrique. C'est ainsi que les lettres rondes comme le *c* ou le *o* doivent déborder légèrement de l'alignement général des *i, m, n* — vers le bas pour la première, qui est ouverte, vers le bas et vers le haut pour la seconde, qui est fermée. Les lettres triangulaires comme le *A* ou le *V* doivent être légèrement plus hautes et avoir une base légèrement plus large pour paraître de la même taille que les autres.
- b) La deuxième règle est que l'agrandissement et la réduction d'un même signe (autrement dit, les changements de corps) ne peuvent pas être réalisés sans que des modifications ne soient apportées au dessin des lettres, dont l'épaisseur des traits, tout comme la largeur des panses, doit être accrue dans les petits corps et diminuée dans les grands. On déduit immédiatement de cette deuxième règle qu'il faudra composer nos titres dans un corps en proportion de la place qu'ils occuperont dans l'image pour éviter que, par suite d'agrandissement ou de réduction, les caractères n'aient pas la forme visuelle voulue.

La guerre des polices

Elle commence par une querelle de mots. Un alphabet complet, c'est-à-dire capitales, bas de casse, lettres accentuées, ligatures, chiffres et symboles usuels, confectionné dans un style, dans un corps, dans une graisse et dans une largeur donnés, constitue une **fonte** (terme de l'époque du plomb), mais on parle plus souvent de **police** alors que l'anglais a repris en « *font* » le terme français de métier.



La querelle se transforme en véritable guerre quand il s'agit d'établir une classification; il existe une classification internationale, des normes nationales et des normes professionnelles. Etablir une classification n'est pas seulement un exercice théorique mais répond bien à une réalité pour que les utilisateurs sachent de quoi ils parlent. Le problème est que, les besoins étant très variables, les classifications le sont aussi, suivant que l'on prend en compte la présence ou non d'empattements, leur forme, l'inclinaison de l'axe de courbure, etc.

Pour les besoins modestes qui sont les nôtres, il nous semble plus simple de nous limiter aux cinq grandes familles suivantes : lettres avec empattements; sans empattements (bâtons); cursives (manuscrites); gothiques; lettres fantaisie. Il ne doit pas y avoir d'ambiguïté : nous ne prétendons pas créer une nouvelle classification, mais simplement établir une distinction entre les types de caractères que nous pouvons utiliser pour réaliser nos titres et autres éléments de générique.

La lisibilité

Il semble tellement évident que le titre d'un montage doit être lisible que nous avons hésité à citer ce critère en premier, et même à le mentionner ! Mais, nous souvenant immédiatement de diaporamas dont le titre était quasiment illisible, soit par son positionnement à l'écran, soit par sa couleur, soit par sa superposition avec d'autres éléments de l'image, soit enfin par les caractères utilisés, c'est avec force que nous le rappelons : SI VOUS DONNEZ UN TITRE À LIRE AU SPECTATEUR, DONNEZ-LUI AU MOINS LES MOYENS DE LE LIRE ! De tous les facteurs énumérés précédemment, un seul nous retiendra aujourd'hui : le choix des caractères. Non pas que les autres n'aient aucune importance (*au contraire !*), mais ils pourront faire l'objet d'autres articles.

♦ Du Gras et du Maigre – Dissipons tout de suite un malentendu : lisibilité ne veut pas dire matraquage visuel et l'abus des caractères gras doit être dénoncé, surtout lorsque ceux-ci s'étalent sur toute la largeur de l'écran sans nécessairement gagner en lisibilité. En général, plus un caractère est gras et plus il prend de la place en largeur, aussi seuls les titres courts supporteront-ils cette chasse importante. Pensez aussi que les défauts éventuels (défaut d'impression, effet d'escalier, poussières, trous microscopiques) seront d'autant plus visibles que les caractères seront gras. Ne tombons toutefois pas dans l'excès inverse en utilisant des caractères très maigres. Ils ont certes une certaine classe sur le plan esthétique mais, trop fins, ils ne laisseront pas passer assez de lumière ou seront « mangés aux mites » si la reproduction n'a pas été faite parfaitement. En revanche, un titre relativement gras restera lisible même en cas de superposition, même s'il est dans une couleur légère ou même si la reproduction n'est pas parfaite. Comme nous le verrons plus loin, le choix de la graisse dépend du style que vous voudrez donner à votre titre.

♦ Du Corps – Les mêmes remarques valent à peu de choses près pour le corps (la taille des caractères), mais là nos observations personnelles nous ont fait apparaître moins de titres « choquants » qu'avec l'abus des fortes graisses car le bon sens reprend le dessus. Pensez tout de même au fait qu'en format horizontal, un titre aux caractères plutôt étirés en hauteur sera

plus élégant et, surtout, plus facile à lire qu'un titre qui nécessite un balayage complet de l'écran avant d'être lu. En fait, la clé semble résider là : un titre ne devrait pas avoir à être « lu » à proprement parler; il devrait plutôt être reçu, perçu, compris, mémorisé, en un seul coup d'œil.

♦ Du Souligné – Le souligné est à la typographie ce que la Harley Davidson est à la motocyclette. Pour être plus clair (*et en même temps me faire moins d'ennemis chez les mottards*), disons que le souligné, censé mettre des éléments en valeur, ne sert en fait qu'à entraver la lecture en surchargeant inutilement un texte qui pourrait être mis en valeur par d'autres moyens. En ce qui concerne le titrage appliqué aux génériques de diaporamas, sujet qui, au cas où vous ne l'auriez pas encore noté, nous occupe aujourd'hui, le soulignement n'a pas sa place et doit donc disparaître des écrans de projection. Jetez un œil attentif dans les livres et même les revues un tantinet sérieuses : combien de mots soulignés y comptez-vous ? Faites le même exercice avec des documents dactylographiés (*surtout s'ils émanent de l'Administration*); combien de mots soulignés ? Pas loin du tiers ? Vous avez gagné et avez tout compris !

Le souligné n'est pas un instrument de typographie digne de ce nom ^(*). Il n'est qu'un succédané d'enrichissement typographique dont la dactylographe était bien heureuse de disposer à l'époque. Ou alors, il ne faut pas hésiter à y aller à fond, à jouer la carte du graphiste créateur et à user et abuser du gros, très gros, trait

(*) Après avoir écrit cette phrase, je dois avouer que je me suis demandé si je n'y étais pas allé un peu fort côté affirmations péremptoires basées sur de vagues souvenirs d'enseignements et de lectures. Je me suis donc plongé (avec délices) dans le « Code typographique en usage à l'imprimerie nationale » (3^e édition, 1990) et n'y ai trouvé AUCUNE référence au soulignement comme usage typographique. Cela dit, comme pour le reste, vous ferez bien ce que vous voudrez...

qui viendra appuyer un mot... mais c'est une autre histoire qui n'a plus rien à voir avec le soulignement des familles qui nous encombre inutilement la vue.

♦ Du Gothique – Au chapitre de la lisibilité, la famille « gothique » est certainement celle qui est la moins recommandable, bien que ses caractères puissent avoir une certaine élégance. Si le propos de votre montage impose des caractères gothiques, choisissez ceux qui seront les plus compréhensibles (*il y a « gothique » et « gothique » avec de nombreuses variantes*). En tout état de cause, n'écrivez surtout jamais tout le titre en majuscules car ces caractères sont carrément illisibles pour des non-spécialistes. Un exemple pris au hasard : « **VISION, BULLETIN DE L'AUDIO-VISUEL FRANCOPHONE** »; facile à lire, n'est-ce pas ? !

Voyage dans l'espace

Un élément très important et, bien entendu, souvent négligé est l'espacement entre les lettres (*l'espacement entre les lignes sera traité au chapitre de la mise en page car il est d'une autre nature*). L'interlettrage concourt pour une large part à la lisibilité du texte mais il joue aussi un rôle majeur dans le style du titrage, dans son *look* comme on devrait dire si l'on voulait faire moderne.

Chaque paire de lettres doit donner l'impression de « tomber » naturellement à la bonne place. Or, cette bonne place ne résulte bien entendu pas (*ce serait trop simple !*) d'un espacement régulier, quasiment mécanique; une clé est que les espaces libres à l'intérieur des lettres doivent être relativement équilibrés par les espaces entre les lettres (*gris*

clair et gris foncé sur la figure 8). Un autre élément à prendre en compte est la forme même des lettres. En effet, au stade de la conception initiale chaque lettre est dessinée avec une certaine quantité de blanc sur ses côtés, appelée **approche**, qui est modifiable en fonction des lettres voisines. Regardons l'exemple de la figure 9 où, pour faire simple, nous n'avons fait figurer que deux lettres. Chacune est représentée avec son approche pro-

pre, mais on constate que, pour donner un résultat harmonieux visuellement, les deux lettres doivent être resserrées (on parle de rectification de l'approche, ou crénage). La zone de chevauchement des approches est représentée par la bande gris foncé. En revanche, si la première lettre avait été un *E*, un *H* ou un *M*, par exemple, la valeur de l'approche initiale de cette lettre aurait certainement dû être respectée, voire augmentée, pour que les deux lettres n'apparaissent pas trop serrées. C'est pourquoi il est impossible de décider que l'on placera une lettre tous les *x* millimètres – on peut toujours le faire mais on obtiendra un résultat proche de celui que donnaient les machines à écrire mécaniques ou électriques des premières générations.

En résumé, l'équilibre d'un mot résulte de la répartition régulière des « noirs » et des « blancs »; cette répartition s'estime optiquement et non métriquement. Une fois ce principe de base connu et maîtrisé, on peut s'en affranchir pour créer des effets spéciaux en resserrant ou en élargissant trop les lettres; attention

toutefois à ne pas rendre votre texte complètement illisible ! Sachez enfin que l'assemblage de lettres en minuscules donne généralement une répartition plus homogène des intervalles que celui des majuscules.

Empattements ou pas

Nous l'avons dit au chapitre des définitions, on distingue fondamentalement les caractères avec et sans empattements. Mais cette distinction est encore trop grossière : nous devrions aussi distinguer les empattements droits, les empattements carrés et les empattements triangulaires. D'ailleurs, si vous regardez attentivement la figure 6 vous constaterez que, comme par hasard, ces trois types d'empattements sont représentés ! Pour ne pas aggraver votre mal de tête, on ne vous dira pas que cela se combine aussi allègrement avec la présence ou non de pleins et de déliés...

N'empêche ma brave dame que tout ça, ça doit ben y servir à quelque chose. Exact. La fonction de ces petites excroissances aux extrémités des lettres n'est pas purement esthétique ni destinée à embêter les élèves de l'école Estienne, mais elle consiste à faciliter la lecture en « finissant » chaque lettre et en liant visuellement les lettres les unes aux autres. Un usage assez classique en typographie est d'utiliser les caractères avec empattements dans les corps faibles et normaux (jusqu'à 12 points environ), les caractères « bâtons » étant suffisamment lisibles dans les corps supérieurs. Vous aurez peut-être noté au passage que la plupart des articles de VISION sont composés dans un caractère à empattements (*famille Times, comme celui que vous êtes en train de lire*); les chapeaux et les titres l'étant dans divers caractères généralement sans empattements. Comme toute règle, celle-ci souffre de multiples exceptions et nous pourrions nous montrer mutuellement plein de revues composées en caractères sans em-

pattements en corps 8 ou 9 et plein d'affiches comportant des caractères géants avec empattements. Certes, mais cette brave vieille règle a sa raison d'être et si vous voulez la transgresser, faites-le au moins en connaissance de cause.

En première approximation, on pourrait dire que le titre d'un montage pourrait être en caractères sans empattements et que les autres éléments du générique – habituellement plus petits et ne véhiculant pas de « message » – pourraient être en caractères plus classiques avec empattements.

Il faut savoir enfin que les caractères avec empattements ont tendance, par-delà la stricte lisibilité, à donner un air de classicisme, voire de sérieux – on les trouve dans les journaux, les publications officielles, les actes importants –, tandis que les *sans serif* sont surtout utilisés dans le domaine publicitaire, pour les appellations de marques ou de grandes sociétés; cela peut peut-être vous aider au moment du choix.

Le style

Si vous voulez que votre générique soit lu et qu'il ajoute même un plus à votre œuvre, il importe qu'il ne soit pas anodin ou passe-partout. Notez tout de même qu'il vaut mieux un titrage neutre que des effets loupés ou disproportionnés par rapport au sujet du montage. En fait, ces deux propositions ne sont pas aussi contradictoires qu'elles peuvent le paraître au premier abord car le véritable style, c'est justement ça : trouver le juste rapport entre le titrage et le contenu du montage. Des caractères trop fantaisistes ne « colleront » manifestement pas à un sujet sérieux ou dramatique, par exemple. Si le montage commence par le titre ou par le générique, il est évident que ce sont ces quelques premières diapositives (et, bien sûr, la bande son éventuelle) qui vont donner au spectateur un avant-goût de la suite. Si le style de cette introduction ne correspond pas à l'esprit

du montage, le spectateur va être dérouteré; il va lui falloir quelque temps et quelques diapositives avant de comprendre qu'on l'a envoyé sur une fausse piste et qu'il doit la quitter pour « rentrer » enfin dans le diaporama. Avant, donc, de choisir définitivement une police de caractères, même si elle vous plaît bien – *surtout si elle vous plaît bien* –, composez avec des lettres peu usitées des mots de même longueur que votre titre final mais n'ayant pas de signification (l'absence de sens permet de juger plus objectivement). Montrez ces « faux mots » à des cobayes en leur demandant de vous préciser ce que ces ensembles de caractères évoquent pour eux; faites le même exercice sur vous-même en essayant d'analyser le style qui se dégage de ces caractères.

L'originalité

Une fois que vous aurez décidé quel style de lettrage utiliser, il faudra vous efforcer de faire acte de créativité ou, au moins, d'originalité. En effet, même si vous optez pour des caractères de style classique, rien ne vous oblige à utiliser la police la plus usitée – au contraire, car rappelez-vous qu'il s'agit de créer la « carte de visite » de votre œuvre. Si vous ne savez pas dessiner ou si vous ne voulez pas courir trop de risques, vous utiliserez des caractères dessinés par des professionnels.

A l'heure actuelle, les deux méthodes les plus courantes sont le recours aux lettres transfert ou à l'ordinateur. Contrairement à une croyance assez répandue, l'ordinateur n'est pas une bonne source de caractères originaux : en effet, la plupart des programmes standard ne comportent guère plus d'une dizaine de types de polices et ne permettent pas d'en créer facilement. Vu le coût des polices de bonne qualité (et la nécessité de disposer de matériels plutôt performants et de quelques connaissances pour bien



Figure 10

Reproduction d'une page du sommaire d'un catalogue de lettres transfert

les exploiter), comme on l'a mentionné au chapitre sur la vectorisation, l'ordinateur est en fait plus souvent une solution de facilité pour composer rapidement des titres... mais d'une banalité et d'une pauvreté typographique affligeantes. Utilisez ces machines pour ce qu'elles sont capables de bien faire, à savoir composer les éléments secondaires du générique qui, comme on l'a déjà dit, n'ont pas besoin du même degré de créativité ou d'originalité que le titre.

En revanche, une source extraordinaire de caractères de tous styles sont les lettres transfert (deux des producteurs principaux étant Letra-set et Mecanorma) qui, pour quelques dizaines de francs tout au plus, vous permettront de composer des titres au gré de votre fantaisie, même la plus débridée. Pour convaincre les sceptiques éventuels de l'extrême richesse de ces produits, nous reproduisons ci-dessus (figure 10) une page du sommaire d'un catalogue de lettres transfert. A la seule lettre G on compte 41 références pour 15 styles de caractères différents (chacun d'eux est ensuite proposé dans plusieurs corps). Si

vous ne trouvez pas votre bonheur dans les planches de ces lettres transférables pour composer le titre correspondant à tous vos désirs, je donne ma démission ! Si vous êtes sages, on vous donnera plus tard quelques conseils d'utilisation de ces lettres magiques.

La mise en page

Il ressort de tout ce qui précède (*vous êtes toujours avec nous?*) que la composition d'un titre résulte

d'une multitude de choix successifs. A moins que vous ne dessiniez vos propres caractères, votre créativité sera relativement limitée puisqu'elle



se exercera à l'intérieur des contraintes ou règles typographiques établies au fil des siècles. Il reste, heureusement, un domaine où vous pourrez donner un peu plus libre

cours à votre imagination et créer le style qui caractérisera la carte de visite de votre montage, à savoir la mise en page. Ce chapitre sera aussi le plus court puisque c'est à vous de jouer.

Nous ne saurions trop vous conseiller de dessiner un cadre de même format que celui d'une diapositive. Pour plus de facilité, tant au stade des essais de mise en page que pour la reproduction finale, choisissez un rapport d'agrandissement moyen – par exemple, un facteur 5 donnera un cadre de 12 cm sur 18 ou 11,5 x 17,5 en tenant compte de la marge prise par le cache. Mettez votre titre en place comme vous le sentez, en n'oubliant quand même pas qu'il doit rester lisible – si vous voulez qu'il soit lu – et en tenant compte de la superposition éventuelle avec la diapositive précédente et la suivante. Sans être trop directifs, il nous semble quand même judicieux d'éviter de faire aller votre texte d'un bord de l'image à l'autre (dans un souci de lisibilité car l'œil aura du mal à lire

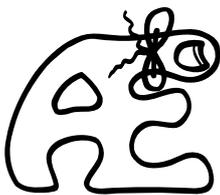
un texte qui s'étale sur toute la surface de l'écran, ainsi que par sécurité pour éviter que ses extrémités ne soient partiellement masquées par le cache). Si vous voulez centrer le titre sur l'écran, pensez que, comme pour les encadrements, il est conseillé de laisser un peu plus d'espace en bas qu'en haut.

Si le titre est composé sur deux lignes ou plus, l'interligne ne devrait normalement pas être de beaucoup supérieur à la hauteur des caractères pour ne pas « flotter » dans l'espace. Si vous choisissez de faire figurer des éléments de générique sur la même diapositive que celle portant le titre, par exemple le nom de l'auteur, il semble souhaitable de choisir des caractères nettement différents, non seulement en taille mais aussi en style. N'abusez pas des « gadgets » que l'on trouve aussi bien sur les planches de lettres transfert que dans de multiples logiciels informatiques (*bordures décoratives, enluminures, petits dessins, etc.*). Ces enrichissements peuvent être du plus bel effet sur un carton d'invitation ou une affiche, voire dans des articles de VISION, mais ils nous semblent un peu déplacés dans un montage qui, par définition, est riche sur le plan visuel.

Et les autres...

La recherche de l'originalité ne doit pas se faire au détriment de la lisibilité ou du style personnel, on espère que vous l'aurez compris. Un autre élément à ne pas négliger, surtout en matière de montages audiovisuels destinés à être souvent « exportés », est la compréhension par « les autres ». Les autres, c'est-à-dire les étrangers, ceux qui ne comprennent pas bien ou pas du tout notre langue ou encore ceux qui n'ont pas les mêmes références culturelles. S'ils ne comprennent pas la langue, le style du titrage va leur donner des indications importantes sur les intentions de l'auteur, tout comme la musique et autres éléments non linguistiques. S'ils comprennent la langue, mais avec des difficultés, il ne faut pas que le titre et sa mise en page leur compliquent encore la tâche. Voici une raison supplémentaire pour ne pas composer un titre long tout en majuscules : ces lettres ne sont pas accentuées, alors qu'en français les accents sont importants pour la compréhension des mots. Pensez donc un peu aux étrangers !

Des qui, justement, ne pensent pas « aux autres » que nous sommes à notre tour, sont les fabricants des polices de caractères (pour ordinateurs, mais aussi ont mis du temps à commissions ces signes bizarres mais beaucoup ne sentent pas la langue de Molière se représenter par des n'est pas toujours aisés œil) au lieu de oe (oeil). Même dans les petits caractères employés ici, la différence est bien visible; elle le sera donc beaucoup plus encore dans un gros titre, faites-y attention.



L'inspiration

Reconnaissons-le sans honte : à moins d'être un excellent concepteur graphiste, il est difficile à un auteur de diaporama de composer un titre dans les règles de l'art tout en faisant œuvre de création ou d'originalité, tant sur le plan de la typographie que sur celui de la composition ou de la mise en page. Pourquoi ne pas s'inspirer – ce qui ne veut pas dire copier servilement – de ce que font les professionnels en adaptant ensuite leurs trouvailles à nos propres contraintes et desiderata ? On pense immédiatement aux publicités ou aux logos de sociétés, qui sont effectivement une source fort riche de créations mais qui répondent aussi sou-

vent à d'autres objectifs que ceux d'un montage audiovisuel. Parmi les autres sources d'inspiration, citons rapidement les titres de films, les couvertures de livres, les titres d'émissions de télévision, les affiches de manifestations artistiques. A dire vrai, j'ai rarement trouvé que ces créations soient transposables aux montages audiovisuels. En revanche, avez-vous pensé à regarder d'un œil attentif et intéressé les pochettes des disques ? Le format est proche de celui de nos diapositives; les objectifs sont aussi très voisins : en une seule image, personnaliser suffisamment l'objet pour que le client potentiel sache, en un rapide coup d'œil, ce que contient le coffret et, bien sûr, ait envie de l'acheter. C'est surtout vrai dans le domaine dit des variétés. Une illustration, un nom d'interprète, un titre : n'est-ce pas ce qu'il y a de plus près de nous ? Je suis sûr que si vous vous mettez à regarder les pochettes de disques sous cet angle vous allez découvrir pas mal d'idées.

Un peu de pratique

Chose promise, chose due. Puisque vous êtes arrivés jusque là, vous méritez quelques petits conseils pratiques sur l'utilisation des lettres transfert. Pour le cas où vous n'en auriez jamais vu, nous reproduisons à la figure 11 une planche telle que vous en trouverez dans les boutiques spécialisées dans les arts graphiques. Sachez que ces lettres existent aussi en planches moins grandes, que l'on trouve, elles, dans les papeteries ou même dans les grandes surfaces, mais les types de caractères ainsi proposés sont généralement « tous usages » et donc plus pauvres sur le plan esthétique. Les planches se composent d'une feuille sur laquelle sont fixées les lettres et d'une feuille de protection. Celle-ci sert d'une part à protéger les lettres lors du stockage (pour éviter qu'elles ne s'abîment par frottement ou ne s'appliquent sur un autre support) et, d'autre part, à évi-

ter que d'autres lettres que celle désirée ne soit transférée sur votre document. Sous les lettres on trouve une ligne, des pointillés ou des repères d'alignement horizontal. Certaines marques proposent aussi des repères de positionnement latéral des lettres; toutefois, comme nous l'avons vu précédemment (« *Voyage dans l'espace* »), nous ne sommes guère favorables à un tel mode d'espacement, lui préférant le repérage visuel.

Utilisez un papier de bonne qualité (papier couché très lisse) afin que les irrégularités éventuelles ne causent pas de difficultés d'application. Après avoir dessiné le cadre de la diapositive, tracez de fines lignes de repérage au crayon noir ou au crayon bleu (cette couleur ne sera pas reproduite sur le film lith, si vous utilisez cette technique). Si vous voulez que le titre soit centré,



tracez aussi une ligne médiane; vous positionnerez les lettres en commençant par celle du milieu et en alternant gauche et droite. Prenez soin de glisser la feuille protectrice sous la partie de la planche non utilisée afin que la pression et la chaleur de vos doigts ne fasse pas transférer tout ou partie d'autres lettres. Pour transférer les lettres de leur feuille sur votre papier (ou calque, transparent, bois ou autre support), frottez-les, sans trop appuyer dans un premier temps, avec un instrument arrondi et sans aspérités. Si vous voulez un équipement spécialisé de qualité, les magasins d'arts graphiques vendent des brunissoirs de formes et dimensions variées (spatules, boules, etc.). Il n'est pas



Figure 11

Reproduction d'une planche de lettres transfert (format original 25 x 38 cm)

conseillé de frotter les lettres avec un crayon ou un stylo (on sait bien que ça se fait !) car on risque de les fendiller – la loi de Murphy veut que ça arrive toujours à la dernière lettre du dernier mot ! Alignez soigneusement les repères, et non les lettres, sur la ligne tracée au crayon. Si vous faites une erreur, si une lettre se casse ou si des éléments indésirables (par exemple, des morceaux de repères ou d'autres lettres) se trouvent transférés, vous pouvez les gratter au scalpel, s'ils ne sont pas trop gros, ou les enlever en appliquant dessus des petits bouts d'adhésif; en enlevant l'adhésif, vous ôterez aussi les lettres ou éléments indésirables. Une fois votre titre achevé, recouvrez-le d'un papier léger ou de la feuille protectrice et frottez l'ensemble en appuyant plus fortement cette fois. Le transfert est maintenant définitif. Il vous reste encore à effacer les repères tracés au crayon et quelques menues bricoles... comme reproduire votre titre ou commencer à réaliser votre montage mais ça, ce n'est plus notre affaire pour aujourd'hui !

Gérard Desroches

Quand c'est fini, ça recommence

Nous pensions bien avoir tout dit sur le sujet quand l'occasion nous a été donnée d'ajouter encore une considération que nous avons volontairement écartée tant elle nous paraissait évidente. Comme quoi, il est bien vrai que si ça va sans dire, ça va encore mieux en le disant... Récemment, lors d'un gala réputé de diaporamas, le premier montage de la soirée commençait par une dia-

positive donnant quelques précisions sur le sujet. Nous y avons remarqué « Nouveau-Bunswick » au lieu de « Brunswick ». Le deuxième montage comportait beaucoup de diapositives avec du texte. D'abord, ces textes étaient plutôt longs et, comme ils étaient dans des caractères manuscrits ou de type script, la compréhension n'en était pas évidente. Mais surtout, nous avons trouvé deux belles fautes d'orthographe. Une faute de frappe dans le premier montage, deux fautes de

grammaire dans le deuxième... statistiquement ça fait beaucoup, et même trop si l'on songe que les œuvres présentées n'avaient pas été choisies au hasard par les organisateurs du gala, mais faisaient partie des bonnes productions récentes. Alors, la conclusion est simple : relisez attentivement vos textes et, surtout, faites-les lire par quelqu'un d'autre à l'œil affûté pour y débusquer mots manquants, fautes de frappe, erreurs grammaticales et autres bizarreries ou étrangeries.

DES EXEMPLES à suivre ou à ne pas suivre

Nous donnons ci-contre quelques exemples de titres placés dans un cadre de diapositive. Le but en est de vous proposer des spécimens de caractères, classiques et fantaisie, des mises en page et des compositions, dont vous pouvez vous inspirer ou non, et qui peuvent éventuellement être combinés. Le premier exemple commence en fait dans le titre ci-dessus, avec pas moins de 11 styles de caractères différents mais, aussi bizarre que cela puisse paraître, de même corps ! Nous pensons que c'est plutôt un exemple à ne pas suivre. Pris isolément, chacun de ces types de caractères pourrait être utilisé pour composer un titre original, à l'exception toutefois du gothique pour les raisons exposées dans le corps de l'article.

1. Deux types de caractères et deux mises en page; ce style ne peut convenir que si le titre peut être divisé en deux éléments distincts. Les caractères majuscules de « coup » et de « foudre » sont particulièrement bien lisibles sans être trop gras; en revanche les mêmes caractères, mais en minuscules, dans « pour le », pourraient être difficiles à lire si la phrase était plus longue et sur un fond dense. Enfin, les caractères de « diaporama », originaux et très graphiques, ne conviennent que pour un titre court.

2. Tous les caractères sont du même type, très courant, et le titre est centré. L'originalité provient de l'utilisation de deux très grandes lettres, effet accentué par l'emploi de minuscules pour les lettres intermédiaires. Ces deux grosses lettres correspondent aux initiales de l'auteur. Le nom de l'auteur a été placé dans le pavé noir pour économiser de la place; sans le nom, l'effet graphique serait un peu plus fort (on notera que les dimensions de ce pavé correspondent exactement à celles de « regards sur le »).

3. Ici, il est clair que les caractères, avec pleins et déliés, ont été choisis pour leur évocation des routes, effet renforcé par les deux grands *S* sinueux. Le nom de l'auteur, bien que dans un caractère différent, reste dans un style voisin et assez lisible. Le titre gagnerait à ce qu'il n'y ait pas de nom d'auteur car celui-ci casse un peu l'effet graphique.

4. Un graphisme, tiré d'une marque de parfum, dont l'harmonie est particulièrement séduisante. Ne peut convenir qu'à un titre court, notamment en raison des jambages qui empêchent la composition sur deux lignes. Judicieuse mise en page en oblique qui ajoute un peu de dynamique.

5. Un exemple de lettres stylisées du plus bel effet mais dont la lecture et la compréhension risquent d'être difficiles pour des étrangers. On remarquera l'équilibre parfait du mot « théâtre », alors qu'il y a trois lettres à gauche contre deux à droite, grâce à une exagération du jambage droit du *A*. Ce titre, réalisé par M. Delorme, évoque particulièrement bien la scène, le chapiteau, les gradins, les tréteaux, bref, les éléments du théâtre.

6. Un condensé de ce que nous voyons un peu trop souvent sur les écrans. Caractères sans personnalité, abus des majuscules, mise en page déficiente (ou plutôt absence de mise en page); rien ne ressort car tout est « mécanique ». C'est promis, on n'en verra plus des comme ça ?

7. Des caractères un peu originaux tout en restant très lisibles; symbole du disque solaire (à remplacer par un vrai). Cette mise en page est prévue pour une superposition avec un paysage dans le tiers inférieur; sans paysage, le titre devrait être un peu décalé vers le bas. A noter que le nom de l'auteur contrebalance le poids de la partie gauche. Dans « rouges », les caractères ne gagnent pas à être mis en italiques car cette recherche d'originalité risque de faire perdre de la lisibilité (déformation du *U* en *V*).

8. Opposition des styles de caractères : ceux de « Far West » qui évoquent bien le vieil Ouest américain et les autres, plus modernes, et opposition de l'alignement gauche-droite pour évoquer le sujet. La disposition verticale de « le » devant « Far West » nuit en revanche à la lisibilité de la première ligne; cette tentative d'originalité ne convient pas à ces caractères ni à ce qu'ils évoquent.

Et vous, qu'en dites-vous ?

COUP
de
FOUDRE
pour le
DIAPORAMA

①

REGARDS SUR LE
MondE
Michèle Evrard

②

SUR LES
Didier Aubriol
ROUTE S

③

Clin d'œil

④

P L ^ C E ^ U
TH F TR =

⑤

Gérard MANVUSSA
Présente
IL EST BEAU
MON MONTAGE

⑥

SOLEILS
ROUGES Paul
Hamelin

⑦

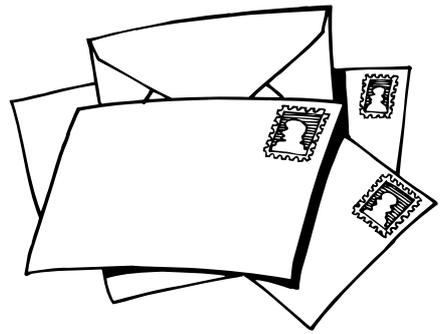
BEAR WEST d'hier
et
d'aujourd'hui

Coyotte Productions

⑧



DES UNS et des autres



AVANT de rencontrer un collègue diaporamiste disposant d'un matériel perfectionné pour faire des compositions sur ordinateur, j'avais recours aux services d'un petit imprimeur local qui me demandait une vingtaine de francs pour composer un titre. Vu la qualité professionnelle de la réalisation, le nombre de polices de caractères dont dispose un imprimeur et le travail épargné, je considère que c'est une alternative rentable aux lettres transfert que l'on pourrait conseiller aux lecteurs de « Vision ».

D'autre part, voici une règle empirique pour déterminer si un titre sera bien lisible sur l'écran: il faut qu'on puisse le lire directement sur la diapositive à une distance d'une trentaine de centimètres.

R. Zarate (57)

A PROPOS des lettres transfert, dont je suis assez gros consommateur, je voudrais vous donner un « truc » utile et, surtout, plutôt économique.

Les planches de lettres reviennent à la longue assez cher, surtout si l'on utilise des caractères de grande taille et différents pour chaque montage. En outre, on découvre que certaines lettres s'épuisent plus vite que d'autres (les e, par exemple) et on se trouve obligé d'acheter une nouvelle planche pour quelques lettres manquantes seulement. Je me suis donc procuré le gros catalogue de (...) pour une somme dérisoire car c'était celui de l'année précédente. Tout l'alphabet y étant reproduit pour chaque type de caractères, je fais des photocopies des pages qui m'intéressent et je procède par découpage et collage des lettres. Après reproduction sur film lith, les découpages ne se voient pas.

NDLR: Astucieux, astucieux... mais heureusement que nous ne donnons pas le nom de ce lecteur car cette pratique,

Avant de diffuser ce document, nous en avons soumis des épreuves à quelques praticiens de l'audiovisuel et des arts graphiques en les priant de nous faire part de leurs critiques, expériences et observations. En effet, on veut bien dire des bêtises, mais on ne veut pas qu'elles soient trop grosses ou que ça se sache trop... d'où cette précaution élémentaire. Nous vous faisons grâce de leurs éloges divers (qu'ils en soient néanmoins remerciés) pour vous faire part des commentaires qu'ils ont eu l'amabilité de nous communiquer. Nous espérons qu'il se trouvera des lecteurs qui voudront bien nous communiquer leurs expériences en réponse aux questions posées dans ce courrier. Nous les publierons bien sûr dans un prochain numéro pour que tout le monde en profite.

pour économique qu'elle semble, pourrait lui coûter beaucoup plus cher que l'économie réalisée. En effet, c'est tout à fait illégal à plus d'un titre (c'est le cas de le dire !) et nous ne pouvons que déconseiller à nos lecteurs de se lancer dans cette aventure.

EVITEZ les titres ronflants qui semblent annoncer l'oeuvre magistrale (...) Un titre court passe généralement très bien (...) Un texte se lit bien s'il a cinq mots maximum, évitez les textes trop longs et trop serrés (...) Le temps de lecture doit être suffisant, soit environ une fois et demie celui que vous mettez à le lire vous-même (...) Si vous avez été aidé ou avez travaillé en équipe pour la réalisation de votre montage, il est obligatoire de citer vos camarades.

R. Bouyrie (37)

LA LETTRE majuscule est relativement anguleuse alors que la minuscule présente plus de rondeurs. Le choix entre les deux formes est probablement une conséquence des habitudes de lecture

et des préférences esthétiques. La minuscule traduit le texte, la parole, dynamique. La majuscule convient mieux à l'écriture statique; elle traduit l'institutionnel, le prestige, le solennel, le majestueux. La silhouette globale des capitales n'est qu'un banal rectangle (...) Le caractère standard est au graphisme original ce que le prêt-à-porter est à la haute couture.

(C. Delorme)

MOI QUI ai appris de graphistes de la vieille école, je frémis à l'idée de mélanger deux fontes sur une même diapo-titre, comme vous le proposez plusieurs fois, sauf si l'une est vraiment originale et signifiante (par contre, mélanger un Times et un Helvetica, beurk...). Puisque vous parlez des lettres « bas de casse », autant en donner une définition, ainsi que de la « casse »; je vous propose celles du Grand Robert : *casse* – boîte sans couvercle contenant les caractères d'imprimerie nécessaires au compositeur; *haut de casse* – partie supérieure de la casse divisée en petites loges ou cassetins et qui contient les caractères les moins fréquemment employés (capitales, lettres accentuées, etc.); *bas de casse* – dont les cassetins renferment les caractères courants. (...) Il faudrait préciser que la suggestion d'utiliser des lettres peu usitées est faite dans l'optique d'utilisation de lettres transfert parce que l'on ne souhaite pas dégarnir la planche des lettres les plus utiles.

En ce qui concerne les conseils pratiques, on peut gouacher au « Tipp-Ex » les morceaux de lettres indésirables et retoucher à l'encre de Chine les lettres fendillées; il est inutile d'effacer les traits au crayon bleu; en revanche on effacera soigneusement ceux au crayon noir.

Jacques Muller (92)

JE SUIS tout à fait d'accord avec le numéro spécial que vous comptez consacrer à la typographie. Même pour de simples titres et sous-titres, car ils constituent en quelque sorte la « carte de visite » de l'auteur, un diaporama doit être le plus achevé possible. Or « l'imprimé c'est notre mémoire » a coutume de dire J.P. COMBEBIAC; donc qu'il soit parfait, autant que faire se peut.

M. Bonnet (31)

SE SURVIVRE ! De génération en génération, la lettre, qu'elle soit caractère ou dessin, est, en Occident, l'agent essentiel de transmission du savoir, de la culture, de l'information. Dans tous les pays et dans tous les temps, l'écriture vient s'inscrire avec une remarquable persistance sur les matériaux les plus variés, bois et métal, peau, os ou ivoire, écorce d'arbre ou pierre, bambou ou terre cuite, cire et papyrus, soie ou papier.

Et si J. GENSFLEISCH dit GUTENBERG, assisté de Peter SCHÖFFER et financé par Johann FUST, fut le premier fondateur de caractères mobiles et imprimeur européen en publiant la Bible qui porte son nom, il ne faut pas oublier que, quelques décennies auparavant, les Chinois, après trois siècles de tâtonnements et d'essais, maîtrisèrent les premiers ce procédé. En effet, il est certain que la Chine a découvert et pratiqué l'imprimerie avec, pour source principale, la technique du sceau gravé en creux ou en relief, les caractères étant toujours inversés.

P. Roussel (75)

DEPUIS que je dispose d'un ordinateur, je suis enfin débarrassé, pour la confection de mes titres, de la sinistre corvée consistant à aligner, avec plus ou moins de bonheur, des lettres « transfert » noires sur une feuille blanche. Dans un prochain numéro, pourriez-vous m'indiquer quelle émulsion inversible utiliser et les procédures d'exposition et de traitement à respecter pour obtenir des lettres bien blanches et un fond bien noir car, actuellement, mes fonds ne sont pas rigoureusement opaques lors de la projection.

J. Magnin (19)

COMMENT réaliser proprement des lettres colorées de teintes variées sur fond noir, ce à partir d'une diapo-titre à caractères transparents et fond noir ? J'ai

essayé des feutres de couleurs de différentes marques, mais ne suis pas satisfait car, à l'écran, on voit les traits du feutre marqueur.

J. Cormier (03)

PAS TROP de problèmes avec mes titres. Mais un sujet me préoccupe beaucoup, et je souhaiterais le voir prochainement traité dans vos colonnes : en ces temps de programmation / synchro informatique, par quel type de feuillet de découpage et de repères images/sous/synchro remplacer le classique livret de projection pour bien coller aux nouvelles possibilités des matériels proposés ? Je possède un synchronisateur Electrosonic.

C.M. Roy (06)

JE VOUDRAIS réaliser un titre en perspective 3D, du style « Odyssee de l'espace ». Comment dois-je m'y prendre pour :

- créer l'effet de perspective inclinée filant sur l'infini ?
- mettre ce titre en lettres de couleur jaune paille ou bleu ciel sur fond de voûte céleste ?

S. Longeais (44)

PEUT-ON créer en monovision à deux projecteurs une impression de défilement de bas en haut de l'écran des titres et sous-titres projetés ? Si oui, comment puis-je y arriver ?

J.L. Bergon (42)

S'il n'en reste qu'un...

et s'il reste encore de la place, rappel par C.T. VIDAL de quelques bases connues mais toujours utiles à avoir bien en tête lorsque l'on veut composer des titres pour projection:

1°) Le graphisme à exécuter doit s'inscrire dans un cadre dont les marges seront au moins à 1/10 des bords du document, diapositive ou écran.

2°) Les caractères ne doivent pas avoir une hauteur inférieure à 3% de la plus grande dimension du cadre à photographier.

3°) Respecter les « inters » : Interligne = 1 fois la hauteur du caractère; Interligne (espace entre deux signes) = le tiers de la hauteur du caractère; Intermot (espace entre deux mots) = les 5/6 de la hauteur du caractère.

4°) Si l'on veut une bonne lisibilité pour les spectateurs les plus éloignés

de l'écran, le caractère rendu à l'écran ne doit pas avoir une taille **inférieure** à 200 fois la distance séparant l'écran desdits spectateurs.

Pour cela, on peut se baser, empiriquement, sur le fait qu'une diapositive dont les caractères graphiques peuvent être lus, sans appareil optique, à 30 cm de distance seront lisibles en projection sur écran, en respectant les quelques indications complémentaires qui suivent : 5°) Eloignement des spectateurs :

- minimum 2 fois la largeur de l'écran (ou sa hauteur);
- maximum 6 fois la largeur de l'écran (ou 8 fois sa hauteur).

Ainsi, pour un écran de 2,2m de base, les spectateurs devront en être éloignés au maximum de 13,25m; pour un écran de 3,50m de 21m; etc.

6°) Pour que vos images soient bien vues, il faut qu'elles soient bien éclairées en projection. Aussi n'oubliez pas que la valeur minimale de l'éclairage doit être de 200 lux en tous points de cet écran ! Or, trop souvent, ce n'est pas le cas.

7°) Enfin, pour une composition attractive de vos titres, pensez aussi aux sensibilités chromatiques de l'œil, à l'harmonie des couleurs... et à leurs contrastes.

Je reste à votre disposition pour tout « éclaircissement » supplémentaire... dans la limite de mes connaissances, évidemment. Mais, à VISION, je ne suis pas tout seul.

Alors, OSEZ questionner ! !



Vision

Bulletin de liaison des diaporamistes francophones

Supplément de France-Photographie
publié par la Commission nationale pour l'Audiovisuel
de la Fédération Photographique de France

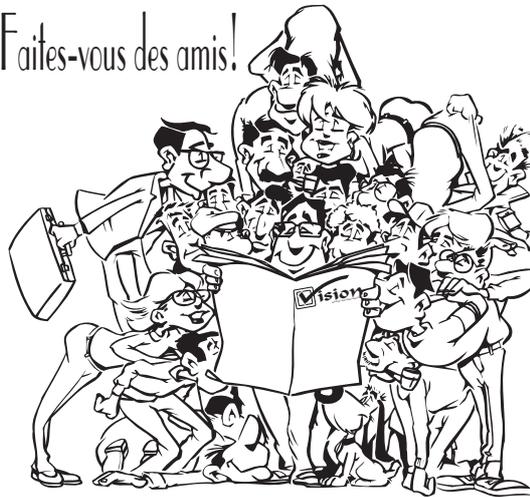
Responsable de la publication
Claude T. VIDAL
12, avenue Bernard IV - 31600 Muret
Fax : 05 62 23 00 19

Composition et mise en page
Gérard DESROCHES
205, rue de Kirchberg - L-1858 Luxembourg
Fax : (+352) 42 54 53

ISSN 1266-8109

La rédaction n'est pas responsable des textes et illustrations
qui engagent la seule responsabilité de leurs auteurs

Faites-vous des amis!



Lisez et faites lire **Vision**
Le Bulletin de l'Audiovisuel francophone