

# Intra praescriptanobis leges.

*Adam, ut quam sedem, quam faciem, quae munera tute optaveris, ea, pro voto, pro tua sententia, habes et possideas. Definita ceteris natura intra praescriptas a nobis leges coercetur.*

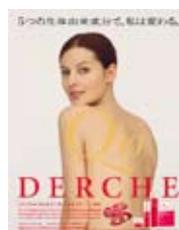


Une promenade dans les rues de Tokyo révèle bien des surprises : jeunes écolières costumées en héroïnes de manga, cadres supérieurs pianotant sur leur console de jeu dernier cri... Et pourtant, dans ce pays qui vénère la modernité et les nouvelles technologies, survivent des traditions séculaires. Le lettrage en est une, qui n'a pas encore (et de loin !) été supplanté par les caractères numériques. Il subsiste, de l'affiche de théâtre à l'étiquette de saké, en passant par les lampions, ou les packagings de soupes déshydratées. Pourquoi les designers japonais plébiscitent-ils toujours le lettrage et boudent-ils la création de fontes ? Petit tour d'horizon du Japon des signes et des lettres...

La raison principale est la complexité du système d'écriture japonais : la langue japonaise "standard" est constituée d'environ 7000 signes. Deux jeux de symboles phonétiques existent, appelés Hiragana pour transcrire les mots d'origine japonaise et Katakana pour la transcription des onomatopées, des mots ou noms étrangers. Viennent se greffer à ces 2 alphabets (46 signes respectifs) une multitude de Kanji (idéogrammes empruntés à la Chine il y a près de 2000 ans), les chiffres arabes et l'alphabet latin. Ce dernier est utilisé surtout pour les contractions du type DVD, CD, ou par pur exotisme. Le résultat de cette volonté d'occidentalisation est parfois ironique. Des marques qui souhaitent se démarquer et sonner plus "élégant", ont de quoi faire hurler de rire le français moyen. Pour preuves : des sacs "Cocue", des sachets de sucre "Petit pet", des "pains de bâtards" ou une marque de casseroles "Chambre de croissant". Le blog franponais.com archive ces accidents de parcours : photos d'enseignes et de produits japonais aux noms tous plus drôles les uns que les autres. Derrière la maladresse de ces marques, se cache l'attrait du lointain, du méconnu. Le processus s'inverse : combien de français ont un kanji tatoué au creux des reins ou sur l'épaule ? Veut-il dire quelque chose ? En Europe, les enseignes de restaurants japonais (qui n'ont souvent de japonais que le nom) ne sont-elles pas hilarantes pour le nippon en goguette dans les rues de Paris ? L'utilité de l'alphabet latin reste néanmoins limitée. Traditionnellement le japonais s'écrit au format Tategaki, c'est-à-dire sans espaces entre les mots, de haut en bas et de droite à gauche. Ce format s'avère très problématique pour le web, notamment pour le langage HTML qui ne le gère pas : les utilisateurs japonais doivent utiliser des tableaux pour le simuler. Il existe aussi des difficultés d'encodage, même si unicode et opentype ont quand même changé la donne

Hiragana	Katakana	Romaji
<u>あいうえお</u>	<u>アイウエオ</u>	<u>A, I, U, E, O</u>
<u>かきくけこ</u>	<u>カキクケコ</u>	<u>Ka, Ki, Ku, Ke, Ko</u>
<u>さしすせそ</u>	<u>サシスセソ</u>	<u>Sa, Shi, Su, Se, So</u>
<u>たちつてと</u>	<u>タチツテト</u>	<u>Ta, Chi, Tsu, Te, To</u>
<u>なにぬねの</u>	<u>ナニヌネノ</u>	<u>Na, Ni, Nu, Ne, No</u>
<u>はひふへほ</u>	<u>ハヒフヘホ</u>	<u>Ha, Hi, Hu, He, Ho</u>
<u>まみむめも</u>	<u>マミムメモ</u>	<u>Ma, Mi, Mu, Me, Mo</u>
<u>や ゆ よ</u>	<u>ヤ ユ ヨ</u>	<u>Ya, Yu, Yo</u>
<u>らりるれろ</u>	<u>ラリルレロ</u>	<u>Ra, Ri, Ru, Re, Ro</u>
<u>わ ん を</u>	<u>ワ ン ヲ</u>	<u>Wa, Wo</u>

Correspondance des sons entre les différents alphabets Japonais. (Hiragana, Katagana, Romaji).



Poésie de franponais. Sachet de sucre "petit pet", magazine féminin "Derche", les japonais sont décidément très subversifs!

1. Calligraphie en caractères Edomodji sur gros bidons de saké, temple de Nara.



2. Calligraphies en Edomodji sur lampions. Temple de Shinjuku, Tokyo.



3. Stickers publicitaires en "pop characters" dans une supérette de Tokyo.



Photos: Thomas Dapon



Fonte dite *Mincho* de la fonderie Type Bank, comparables à des sérifs.

TB TV Mincho TB Mincho H TB Yokobuto Mincho H



en permettant l'encodage de 65 000 glyphes pour une même police. Par mimétisme avec l'occident et ses normes, on trouve d'ailleurs de plus en plus de livres écrits au format Yokogaki (de gauche à droite et de haut en bas).

Se lancer dans l'aventure du design complet d'une nouvelle fonte demande donc énormément de temps (plusieurs années) et plusieurs designers doivent travailler de concert sur un tel projet. Le passage de la typographie au numérique reste un véritable challenge. C'est pourquoi la plupart du temps, les japonais préfèrent moderniser une fonte déjà existante. TypeBank est pionnière dans ce domaine et est l'une des rares fonderies nippones qui fasse aussi de la création. Elle développe des Gothic (vieille appellation du "sans sérif" aux US) influencées de typo bâton (sans contraste), et des Mincho inspiré du caractère calligraphié chinois (avec contraste).

On trouve au Japon une quantité de fontes incomplètes, leurs concepteurs n'ayant ni le temps, ni l'envie de les développer. Certains studios produisent des fontes en caractères latins. C'est également le cas pour Akira Kobayashi, actuellement à la tête de linotype en Allemagne, qui après un parcours de dessin de lettres au Japon a fini par dessiner des caractères occidentaux. À l'université de Kyoto, l'exercice constitue un sujet d'enseignement. Quelques diplômés de fin d'étude ont même eu pour sujet la création de police en caractères latins. Cependant, l'engouement pour l'alphabet occidental n'est peut être pas uniquement dû à ses caractéristiques intrinsèques, mais à la difficulté de créer des fontes avec les signes japonais.

**De la cursive au lettrage en passant par la typo "en carré".**

Un peu d'histoire : pour faire du prosélytisme en chine, des jésuites européens ont systématisé les caractères mobiles d'imprimerie. Dessinés sur une base carrée, ces caractères correspondaient à des canons de beauté qui se devaient de se rapprocher d'une serif. On peut supposer que le système en carré actuel résulte de cette époque donnant des fontes généralement monospace. Ceux-ci engendrent un gris optique très différent du notre, très régulier aligné horizontalement et verticalement, puisque qu'il n'y a pas d'espaces entre les mots. Plus denses, les kanji ressortent de la masse et doivent probablement aider à rythmer et ponctuer la lecture.

Toutes ces contraintes créent un lettrage omniprésent dans le paysage urbain nippon : échoppes, affiches, cartons d'invitations, diplômes... La calligraphie au pinceau est encore largement utilisée, en particulier dans les Isakaya (les bars japonais traditionnels) et il n'est pas rare de voir un menu de sushis calligraphié à Tokyo.

Il existe aussi les "edomoji" caractères calligraphiés de l'ère EDO. Utilisés pour les combats de sumos, pour les activités traditionnelles, les étiquettes de saké qui laissent libre cours aux champs de la création typographique. L'école de Mr. Bunshi est spécialisée dans cet art. D'autres systèmes de lettrage du type "POP characters" fleurissent. Ils sont principalement utilisés pour les panneaux publicitaires devant les grandes surfaces. POP non pas pour populaire mais pour "Point Of Purchase", signifiant que les caractères sont des outils promotionnels pour favoriser la vente. Là, on peut trouver aussi un petit espace de création typographique.

Au xx<sup>e</sup> siècle, la Corée a abandonné les idéogrammes au profit d'un alphabet phonémique (à démarcations syllabiques) de 51 signes, baptisé Hangeul. Une telle réforme a facilité la création de fontes et le passage à l'environnement numérique. La langue japonaise doit-elle passer par une telle mutation ? Il faut tenir compte que, dans la tradition japonaise, le prestige du kanji est très grand. Autrement dit, sa valeur sociale et culturelle prime sur l'avantage économique. Ce même paradoxe subsiste toujours entre tradition et high-tech, entre une population qui n'arrive plus à lire une cursive datant d'à peine 200 ans, et un système si complexe que c'est un véritable casse-tête chinois à digitaliser. 7000 caractères, 4 écritures différentes, 2 sens de lectures, il y a vraiment de quoi en perdre son latin !

Création d'une police de caractères par l'agence Bluemark en 2006 pour le musée d'art contemporain d'Aomori, situé au nord de Honshu. Le dessin de lettre est basé sur une grille à 45 et 90°, un peu dans l'esprit d'une OCR. C'est une police incomplète, et les caractères manquants sont dessinés au fil des expositions.

- 4. Aomori Regular, Hiragana
- 5. Aomori Condensed Regular, Alphabet
- 6. Aomori Regular, Katakana
- 7. Aomori Regular, Kanji (c.f. p.60-61)

