

Jason Santa Maria

TYPOGRAPHIE **WEB**

EYROLLES



© Groupe Eyrolles, 2015, pour la présente édition, ISBN : 978-2-212-14148-1

4 CHOISIR ET ASSOCIER DES POLICES

Une fois que vous commencez à envisager un caractère comme un outil et un vecteur de communication, vous devenez un être nouveau : quelqu'un qui a un avis sur la typographie. C'est une qualité douteuse et vos amis ne vous toléreront que vous si gardez le silence devant les polices utilisées sur les menus de restaurant. Votre nouvelle passion pour la typographie pourra également vous faire passer pour « celui qui sait », et nous avons déjà vu que c'était un cadeau empoisonné. Dès que vous aurez acquis cette réputation auprès de vos amis et de votre famille, ils vous poseront inévitablement la même question : « Tu peux me recommander une bonne police ? » C'est une question difficile, parce que les caractères n'existent pas sans contexte. Si vous décidez de peindre un tableau, vous n'allez certainement pas commencer par demander à un ami artiste quelle couleur utiliser.

Le choix d'une police nécessite de soupeser le contexte de ce que vous mettez en page, vos contraintes techniques, vos connaissances typographiques et votre instinct. Tout comme la meilleure machine ne vous fera pas le meilleur café, une bonne

typographie dépend des ingrédients que vous choisissez, de la combinaison particulière de ces ingrédients et de la façon dont vous allez les associer. Vos choix de police doivent s'adapter à la situation, tout comme votre design.

Et revoilà la vieille rengaine au sujet des règles : il y a beaucoup de bonnes réponses, et aucune n'est véritablement mauvaise. Elles sont juste plus ou moins bonnes.

CONNAISSEZ VOTRE CONTENU

Comme dans tout processus créatif, de nombreuses approches permettent de choisir une police, et il vous appartient de déterminer celle qui vous convient le mieux et vous semble la plus productive. Il existe toutefois des considérations quantifiables, comme les conditions dans lesquelles vous allez utiliser la police. Je penche pour le minimalisme par nature, donc j'aime réduire les types d'usage à deux camps : il y a le texte d'un instant, et le texte pour longtemps. Laissez-moi vous expliquer.

Le texte d'un instant

Pour faire simple, le « texte d'un instant » est un contenu dont la lecture ne doit prendre qu'un moment. Il s'agit par exemple de textes courts d'interface (bouton, lien de connexion), de brefs encarts dans un article, de titres ou encore de texte marketing en grands caractères (**FIG 4.1**).

Pour prendre un autre exemple, voyez-le comme un panneau dans un aéroport. Il doit transmettre son message rapidement pour que vous puissiez reprendre votre chemin. Lorsque vous êtes en retard pour votre vol, vous ne voulez pas perdre de précieuses minutes à déchiffrer l'intention artistique d'un panneau avant de vous ruer à votre porte d'embarquement. Et vous ne voulez pas que les gens se demandent où cliquer pour trouver ce dont ils ont besoin.

Une fois que vous avez obtenu l'attention de vos lecteurs, vous aurez sans doute d'autres choses à leur faire découvrir - comme dans le cas d'un logo ou d'un grand titre promotionnel -, mais l'essentiel est d'être clair au premier abord.

La police avec laquelle vous commencez doit servir un objectif. Pour du texte de navigation ou d'interface, je recherche une

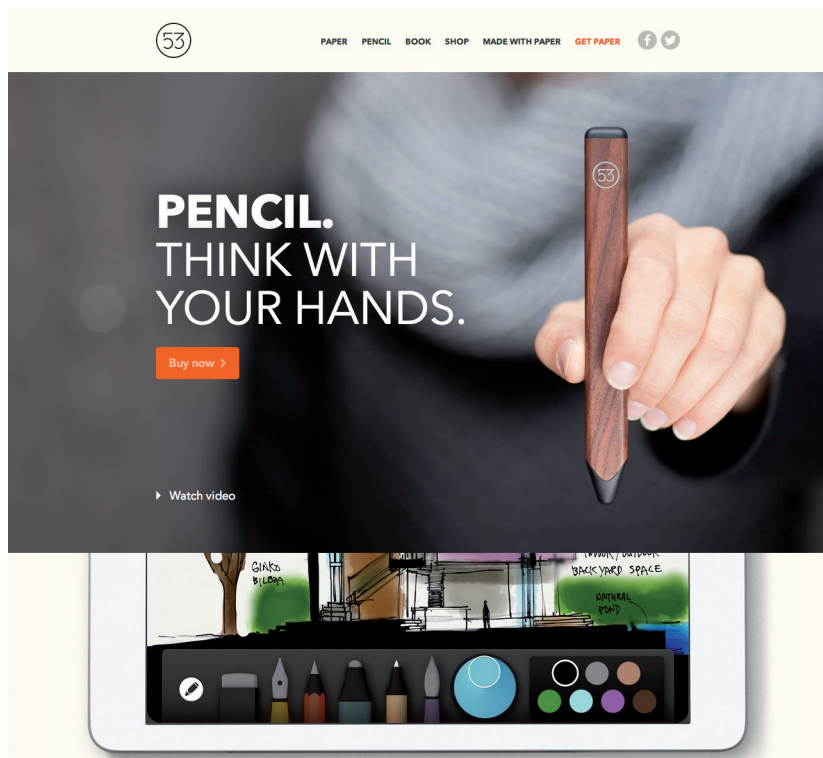


FIG 4.1 : Un exemple de grand titre sur la page d'accueil de Fifty Three's Pencil (<http://bkprt.com/owt/29/>)

police qui se tiendra bien en petit corps et ne fait pas dans la fioriture. La plupart du temps, je choisis une police simple sans serif. Regardons JAF Facit pour comprendre pourquoi. Même en très petit corps, il reste clair et lisible grâce à ses contrepoinçons larges et ouverts et sa construction simple. Comparez-le à Futura ou Zapfino (FIG 4.2). Ces deux polices peuvent fonctionner avec parcimonie dans un titre, mais elles sont trop confuses à l'échelle d'un texte de navigation. Elles prennent aussi plus de place. La stricte simplicité de la morphologie de Futura rend certaines lettres difficiles à distinguer (le *a* et le *o* bas-de-casse sont par exemple très similaires), sans parler de son interlettrage

Zapfino	✗	World	Entertainment	Technology	Sports	Science	Health	Arts	Opinion
Futura	✗	World	Entertainment	Technology	Sports	Science	Health	Arts	Opinion
JAF Facit	✓	World	Entertainment	Technology	Sports	Science	Health	Arts	Opinion

FIG 4.2 : JAF Facit, comparé à Futura et Zapfino pour du texte de navigation

Strange new paradox

The thing the Time Traveller held in his hand was a glittering metallic framework, scarcely larger than a small clock, and very delicately made. There was ivory in it, and some transparent crystalline substance. And now I must be explicit, for this that follows — unless his explanation is to be accepted — is an absolutely unaccountable thing. He took one of the small octagonal tables that were scattered

FIG 4.3 : Bello est superbe mais inadapté à du texte long.

étroit et de sa faible hauteur d’x. Et Zapfino est un peu trop décorative, aux dépens de la lisibilité.

À une force de corps supérieure – en particulier à l’impression ou sur un écran haute résolution – même les graisses les plus fines et délicates sont faciles à lire. Vous pouvez exploiter tout le spectre des polices décoratives et des variantes, dès lors qu’il n’y a pas trop de texte. Pour des titres extrêmement décoratifs, ne dépassez pas quelques mots. Dans ce type d’usage bref et percutant, le texte joue plus le rôle d’une image et le lecteur est plus indulgent.

Comme vous pouvez le voir à la FIG 4.3, utiliser une police décorative comme Bello pour un titre n’exige pas de gros efforts de la part du lecteur. Un titre avec une forte personnalité crée immédiatement une ambiance, ce qui peut être un excellent moyen d’impliquer le lecteur. Cela dit, vous n’allez pas l’utiliser

sur plus d'une ligne ou deux, car il devient rapidement pénible à lire. Comme le sel, la musique country et la belle-famille, point trop n'en faut.

Le texte pour longtemps

Le « texte pour longtemps » est du texte avec lequel nous allons passer beaucoup plus de temps, du texte long comme un article ou un livre. Les polices que vous allez utiliser dans ce cas peuvent inviter ou rebuter le lecteur. Si une police est trop visible, trop contrastée ou perturbante pour une quelconque raison, nous risquons de perdre le lecteur. Et nous ne pouvons pas le blâmer : composer de longs passages de texte en capitales ou dans une police décorative revient à hurler à la tête de votre lecteur alors que vous vouliez en réalité adopter un ton doux et harmonieux.

Les polices faites pour une lecture longue doivent donner à la page une texture homogène. La texture du texte courant est la somme du gris typographique (la combinaison globale du clair et du sombre à l'intérieur et à l'extérieur des lettres), la couleur réelle du texte et son contraste avec le fond, et la force de corps. Pour voir ce que je veux dire, plissez vos yeux pour flouter un passage de texte. Si vous voyez des motifs se répéter ou des formes étranges se distinguer systématiquement, la police n'est peut-être pas la bonne. Nous nous pencherons sur la couleur typographique au chapitre 6, mais la règle est simple : le lecteur ne doit pas remarquer la typographie. Il ne doit pas s'arrêter ou buter sur le texte, ni se demander pourquoi il a un tel aspect. Lorsqu'un lecteur remarque la typographie, il interrompt sa lecture pour essayer de comprendre ce qui attire son attention.

En 1930, l'experte en typographie renommée Beatrice Warde a signé à ce sujet un essai intitulé « The Crystal Goblet, or Printing Should Be Invisible » (« Le verre de cristal, ou Le texte doit rester invisible », <http://bkaprt.com/owt/30/>). Elle compare le choix typographique à la dégustation d'un vin dans un verre de cristal - un écrin qui vous laisse pleinement apprécier son contenu, par le regard autant que par les autres sens - ou dans un gobelet « d'or pur, ciselé des motifs les plus fins », qui privilégie la forme aux dépens de la fonction. Warde exhorte les designers à rechercher une présentation claire de leurs messa-

ges, à laisser le contenu parler de lui-même, et à faire de leurs designs une fenêtre sur ces messages.

C'est ce verre transparent que vous visez. Aidez les gens à oublier qu'ils sont sur un écran, plongez-les dans les mots et l'histoire que vous racontez. Les caractères que vous employez doivent être fluides, ils doivent éliminer autant de friction que possible entre le lecteur et le texte (FIG 4.4).

Choisir une police pour une lecture prolongée

Lorsque l'on cherche une bonne option pour du texte long, il faut être conscient que l'on va demander à quelqu'un de supporter sa compagnie pendant une période prolongée. La moindre excentricité sera amplifiée si on la retrouve page après page. Un détail visuel tel qu'une queue originale à l'extrémité de la boucle d'un *g* peut être mignon lorsqu'on le croise une fois ou deux, puis ressortir et nous distraire du texte, comme ce type assis devant vous au cinéma dont le nez siffle chaque fois qu'il respire.

Prenons par exemple Bree, un superbe caractère, qui affiche également une personnalité particulière qu'on appréciera ou non dans du texte courant (FIG 4.5). Regardez comme certaines descendantes (comme celles du *g* ou du *y*) forment une boucle fermée. C'est un détail charmant, mais peut-être trop charmant pour ce que je cherche. Ce type de détail modèle la texture et l'ambiance générale de la page, tout comme le ton ou l'accent de la voix d'une personne influence l'impression que vous avez de son discours.

En général, j'ai remarqué qu'il valait mieux chercher des polices ayant une touche de personnalité (et j'entends bien une petite touche) et répondent à quelques exigences. Tout comme Bree, un caractère à forte personnalité est séduisant, mais sa présence risque de déformer le message du texte. Lorsqu'une police est décorative comme une *scripte* ou qu'elle possède des ornements, notre œil est attiré vers ces exceptions. La moindre manifestation de particularisme - un contraste accru dans les traits ou des descendantes plus accentuées - ajoute de la vie au texte, en particulier dans la mesure où 99 pour cent du texte dans le monde semble composé en *Helvetica*.

Buster

Originally published in *Confrontation*, this story and seven more are available in *Facts About Blakey & Other Stories* from Amazon and Barnes & Noble.

“It’s a confession booth,” Jill says.

I stare at the large cardboard box in my sister’s garage. A velvet curtain covers an opening in the box’s side. “I thought I’d go to the party as *Visiting Brother*,” I say.

“C’mon. I’ve spent all week on this costume. Try it on.”

I put down my airline-tagged backpack. Over the velvet curtain, Jill has written *Confess Here, Sinner!* with a glitter pen. The box is surprisingly heavy. You could build homes from cardboard like this. The inside is perfumed shade.

“What was in here?”

“What?”

I part the curtain. “What was in here?”

“My new washing machine.”

Behind Jill sits her Mercedes and a wall of plastic storage tubs. As for my sister, she looks the same as the last time we were together, a year or so ago. That is, radiant and healthy, as though California-born.

“It’s stuffy,” I say, taking off the costume.

“You’ll love it, listening to people’s secrets.”

“Nobody is going to confess anything real.”

“That reminds me. I have a non-disclosure agreement for you to sign.”

I should mention that Jill is a lawyer, though she’s probably kidding about the agreement. She draws up entertainment contracts or copyrights or something like that. A job like none other in my family. Serious money. Our father used to be a real estate agent. He sold plots of cattle land and stink-bad properties in Elgin. Mom was a substitute teacher for twenty years straight. Jill didn’t want any of that. During semester breaks, she’d come home tan, pretty and wiser. She even sounded different, her voice completely free of drawl and bland as TV news. Sometimes I think she’s adopted, gifted beyond our family’s genes. It helps explain the alchemy of her success.

Jill hits a wall switch that brings down the garage door. I pick up my pack.

I’ve never been to a Hollywood party before. Nor Hollywood. My last New Year’s party with Jill was a decade ago, back home. It was a mild Texas night and we ended up on the roof of our parents’ home drinking, smoking and launching bottle rockets with our friends. My guys loved her friends because they were older, mostly girls, and pretended to be easily impressed. They were women, and we were boys. Jill’s friends oohed and aahed whenever a bottle rocket reached the lowest of the clouds and burst inside with a warm glow. I remember my parents coming home from their

FIG 4.4 : Un bel espace de lecture sur le site Stories and Novels (<http://bkaprt.com/owt/31/>)

The best text faces generally have some personality, but not so much that it distracts us from the content or experience of reading.

Bree

The best text faces generally have some personality, but not so much that it distracts us from the content or experience of reading.

Calluna

FIG. 4.5 : Calluna est simple, et possède juste assez de personnalité pour être une police de labeur intéressante. À l'opposé, Bree a sans doute trop de personnalité, ce qui peut être cause de distraction sur une lecture prolongée.

Comme il suffit d'un peu de personnalité pour avoir de l'impact, il est utile de connaître les petits détails qui rendent une police unique. Au fil des ans, j'en suis venu à observer trois aspects principaux lorsque j'évalue une police pour une lecture prolongée : sa hauteur d'x, son contraste et ses contours.

Une hauteur d'x suffisante

Les caractères bas-de-casse doivent être suffisamment hauts pour ne pas être écrasés par les capitales et créer un bel équilibre à l'échelle de la page (**FIG 4.6**). Si la texture du texte semble faire la part trop belle aux capitales, c'est sans doute que la hauteur d'x est insuffisante. Une fois encore, on cherche des caractéristiques qui produiront une texture homogène. Dans cet exemple, Minion et FF Meta conviennent à la plupart des usages, mais Mrs. Eaves est d'un trop petit gabarit.

Un contraste faible à modéré

Un peu de contraste ne fait pas de mal, mais trop, c'est trop. Dans du texte courant, une police à fort contraste peut vraiment déséquilibrer la page (**FIG 4.7**). Dans cet exemple, le contraste de Georgia fonctionne bien, mais Bodoni peut distraire les lecteurs, tandis qu'Omnes sera sans doute trop uniforme du fait de sa géométrie. Comme nous l'avons vu au chapitre 1, la lecture est plus facile si l'on offre une texture lisse et peu contrastée.



FIG 4.6 : Trois caractères aux hauteurs d’x croissantes



FIG 4.7 : Trois caractères aux contrastes croissants



FIG 4.8 : Certains caractères, comme Gill Sans, ne font pratiquement pas de distinction entre les lettres aux structures similaires. Le *l*, le / bas-de-casse et le / capitale se confondent.

Des morphologies identifiables et distinctes

Je ne devrais pas avoir à m’arrêter pour me demander si un *I* capitale est un *l* bas-de-casse ou un *l* (**FIG 4.8**). Chaque instant que je passe à décoder du texte est un instant perdu. Ce n’est généralement pas un problème dans du texte courant, où le lecteur dispose de plus de contexte pour distinguer les mots. Mais cela devient essentiel lorsqu’il a moins d’indices à sa disposition, dans le cas d’un titre ou d’un mot isolé dans une interface de navigation, ou dans les situations où lettres et chiffres sont mêlés - code, plaques d’immatriculation, numéros de série, etc.

Je garde ces aspects à l’esprit parce qu’ils peuvent tendre des pièges aux lecteurs. Ils sont faciles à négocier une fois que vous savez où regarder, mais vous pouvez tout aussi facilement vous fourvoyer si vous n’en tenez pas compte lors du choix de votre police. Ce qui nous amène aux...

MÉTHODES POUR CHOISIR DES POLICES

Vous trouverez ci-dessous quelques exercices que je réalise lorsque je détermine les grandes lignes d'un design. Un petit conseil rapide avant de démarrer : ne vous attachez pas ! Vous avez certainement votre liste de valeurs sûres, mais chaque projet a ses propres besoins et ses propres objectifs. Soyez prêt à abandonner votre caractère préféré. Peu importe qu'il ait les déliés les plus gracieux ou les empattements les plus élégants. S'il ne sert pas votre design, il ne sert pas le lecteur.

Associations d'idées

Choisir la police qui aura la touche d'originalité recherchée peut être une tâche ardue. Si l'on pense à tous les paramètres qui caractérisent une police, de son esthétique à ses connotations historiques, en passant par les effets subtils produits par différents types d'empattements, comment faire le bon choix ?

L'une des méthodes que j'emploie est celle de l'association d'idées. Plutôt que de faire défiler sans fin des pages et des pages de polices et de vous arracher les cheveux en vous demandant si l'une ou l'autre est la bonne, abordez le problème sous un autre angle. Posez-vous la question : qu'est-ce que je cherche à transmettre à travers mon design ? Pensez aux mots qui décrivent les impressions et les ambiances que vous voulez susciter. Imaginons que vous réalisiez le design du site d'une garderie. Vous pourriez penser à des qualificatifs comme *ludique*, *innocent*, *coloré*, *fait main* et autres.

Prenez une feuille de papier et notez rapidement les mots qui vous viennent à l'esprit. Vous faites un brainstorming, donc il n'y a pas de mauvaise idée et vous pourrez toujours en supprimer par la suite. L'essentiel est de noter autant d'idées que vous pouvez. Une fois que vous en avez fait le tour, commencez à trier et à regrouper les termes similaires.

Il y a quelque temps, je me suis lancé dans le design d'une petite page pour mon agence de conseil, Mighty (<http://bkaprt.com/owt/32/>). Je voulais que le design évoque la solidité sans excès de formalité. J'ai noté des mots comme *stable*, *puissant*, *industriel*, *costaud*, *carré*, *géométrique*, *usiné* et *col bleu* (FIG 4.9).



FIG 4.9 : Ma liste d'associations d'idées, lors des premières étapes de l'élaboration du design du site de Mighty

Avec ces adjectifs en main, je me mets en quête de polices qui vont suggérer la même chose ou m'aider à représenter ces caractéristiques (FIG 4.10). Par exemple, pour donner corps au thème de la *stabilité*, je peux me tourner vers des polices épaisses et solides. Blackoak est large et consistante et semble capable de supporter un gratte-ciel.

Cet exercice divise le processus en étapes plus courtes. Sur-tout, les associations d'idées vous donnent la permission de retarder le moment où vous devrez répondre à cette question nébuleuse : « Quelle police conviendra à mon entreprise ? », qui peut dégénérer en réflexions sans fin sur ce que fait votre entreprise, qui y travaille, qui elle sert, quel bâtiment elle occupe, etc. Certes, ce sont des éléments essentiels à prendre en compte, mais l'envergure de ces réflexions dépasse le cadre de la typographie.

En réduisant votre réflexion à un terme ou deux, vous aurez sans doute moins de difficulté à sélectionner des polices potentielles. Une fois que vous aurez identifié quelques candidates