

# L'ART DU DESIGN CHEZ MARVEL

LIZ STINSON

Un *comic book* est la somme de ses parties. Illustration, personnages, logo, mise en page, lettrage, couverture et couleurs racontent une histoire comme aucun de ces éléments isolé ne parviendrait à le faire. On parle souvent des *comics* comme d'une forme d'art et, si cela est tout à fait vrai, ils sont aussi profondément liés à l'univers du design, où l'organisation des éléments visuels sur une page poursuit un but explicite. Dans le cas des *comics*, l'objectif est de raconter une histoire, d'enthousiasmer, de capter et parfois même de révolter le lecteur. Bref, ils sont conçus pour divertir.

Pour y parvenir, les *comics* adoptent un mode de *storytelling* graphique distinct. À la différence du roman, dominé par le texte, ou du livre d'images, presque dépourvu de mots, ils associent image et texte pour créer un format narratif unique, où les éléments graphiques, comme les onomatopées, les bulles et le lettrage des logos donnent vie à une histoire. Avec ce livre, nous célébrons le langage visuel unique de Marvel, en explorant pour la toute première fois le vaste univers de ses *comics* à travers le prisme du design graphique.

Au fil des ans, le design des *comics* Marvel a inspiré des générations de créateurs. En cours de route, son influence s'est immiscée dans différents domaines de la culture visuelle, dont les beaux-arts, le design graphique, la publicité, les jeux et les interfaces numériques. Les interactions naturelles entre *comics* et culture visuelle au sens large ont servi de fil conducteur à cet ouvrage.

Dans cet esprit d'ouverture, ce livre n'est ni un guide pratique ni un manuel sur les *comics* – le mérite en revient aux maîtres de cette forme d'art que sont entre autres Scott McCloud, Will Eisner et nombre des contributeurs dont les voix se font entendre dans ces pages. Il s'agit plutôt d'une célébration de tout ce qui a défini l'approche du *storytelling* visuel de Marvel au fil des décennies.

Dans ces pages, nous avons introduit des temps longs, permettant au lecteur d'apprécier chacun de ces détails qui rendent le langage visuel de Marvel unique. Ce livre est conçu pour montrer que chacun des éléments majeurs d'un *comic book* – mise en page, lettrage, couverture ou palette de couleurs – relève d'un savoir-faire distinct, comportant ses propres nuances, normes et exceptions aux règles établies. Mais aussi que chacun de ces éléments est aussi puissant que leurs effets cumulés.

Prenons le lettrage, discipline à la fois liée à l'art de la calligraphie et à la typographie numérique. Le lettrage paraît d'abord cantonné

au cadre rigide de la typographie et du texte, mais il s'agit aussi d'une forme de mise en page qui doit prudemment équilibrer l'art du lettrage en soi au sein du plus vaste écosystème qu'est une planche de *comic book*. Le lettré Nate Piekos de chez Blambot souligne judicieusement : « Tous les lettrés sont des designers graphiques, qu'ils le sachent ou non. »

Cette attitude transparait tout au long de ce livre. Les meilleurs artistes de *comics*, quelle que soit leur discipline, comprennent que la réussite de leur propre travail repose sur l'assemblage de tous les éléments disparates d'un *comic book*. Pour ceux qui n'ont jamais créé de bande dessinée, il est souvent surprenant d'apprendre que la plupart des albums ne naissent pas de la vision d'un seul artiste, mais relèvent plutôt d'un effort collectif, où chacun se penche sur le travail de l'autre pour mener à bien sa part de créativité. Dans l'univers Marvel, ce travail collaboratif est au fondement même de l'ADN de la maison et lui valut le surnom de « Méthode Marvel ».

Comme l'explore le scénariste John Rhet Thomas, dans son intervention page 30, Marvel conçut cette forme d'alchimie créative qui permit à son équipe de s'affranchir des contraintes de limitation de budget, de temps et de ressources, pour créer les *storytellings* les plus iconiques des *xx<sup>e</sup>* et *xxi<sup>e</sup>* siècles. Un tour de force à mettre au compte de l'inventivité de Stan Lee et Jack Kirby, dont l'approche complice leur permit de remplir des pages à un rythme inédit. Il n'est pas exagéré d'affirmer que l'approche multidisciplinaire de la Méthode Marvel s'est révélée être un exemple pour des générations de jeunes artistes et designers, soucieux d'explorer leur propre potentiel créatif, autant dans le cadre de l'industrie des *comics* que dans d'autres secteurs.

Ce lien est aussi celui que les *comics* entretiennent avec le design graphique. Des designers comme Mike Essl et Paul Sahre, qui tous deux font part de leurs réflexions dans ce livre, se souviennent combien leur amour des *comic books*, alors qu'ils étaient encore enfants, les a conduit à devenir les designers qu'ils sont aujourd'hui. En dépit, ou en raison de ce refus assumé du genre à se plier aux canons du « bon » design, les *comics* ont largement impacté la façon dont beaucoup de designers abordent la communication visuelle. Les *comic books* sont extravertis et impertinents. Ils jouent selon leurs propres règles, qui à leur tour ont créé cette esthétique devenue tradition. Ce lignage est évident dans l'explosion pop art des années 1960, mais ▶

