

Occidentalisation et design graphique japonais

Une analyse de l'articulation de l'influence de l'Occident dans le paysage graphique japonais

École supérieure
d'art & de design
des Pyrénées

DNA Design
Mention Design
graphique Multimédia

Juliane Cuny--Lanao
2025 – 2026

ÉSAD·PYRÉNÉES



- 2 **Introduction**
- 3 **Chronologie de l'occidentalisation du Japon**
- 6 **Les manifestations de l'occidentalisation dans le design graphique japonais**
- 11 **Vers une continuation de cette occidentalisation ?**
- 13 **Conclusion – Occidentalisation ou influence ?**
- 14 **Références**

Introduction

Alors que la plupart des civilisations ont vu naître leur écriture environ 3000 ans avant notre ère, le Japon se trouve être en fin de course. Quand des textes datant des environs du IV^e siècle avant n.e., composés de kanjis (caractères chinois), sont découverts, ce n'est qu'autour du VII^e siècle avant n.e. que les hiragana, puis dans un second temps les katakana, voient le jour.

Comme beaucoup de cultures, les caractères japonais de la première époque sont des illustrations de leur signification se simplifiant au fil des ans. Lorsqu'est venu le temps d'organiser, d'assembler et d'harmoniser les caractères afin d'en faire de la typographie et du dessin de caractères (de la mise en page et des polices de caractères lisibles et efficaces pour les textes et titrages), de nombreux défis se sont imposés tant au niveau de l'écriture, de la lecture qu'au niveau du design graphique.

Mais alors qu'avec le temps le Japon développe une culture singulière et forte de caractère, il se trouve être encore sur le retard en terme de technique et de modernisation. La course au progrès de l'après-guerre et l'envie du gouvernement japonais de se rapprocher, voire de dépasser l'Occident et l'Amérique pousseront ainsi à une occidentalisation, ressentie jusque dans les pratiques culturelles mais aussi dans l'écriture.

Le terme « occidentalisation » n'est pas uniquement un passage de formes venant de l'Occident mais bien un processus lent, marqué dès la période Meiji par le biais de la technique. L'arrivée de l'imprimerie et de la typographie mais aussi l'emprunt de styles occidentaux comme l'Art nouveau ou le modernisme participent eux aussi à une transformation des pratiques.

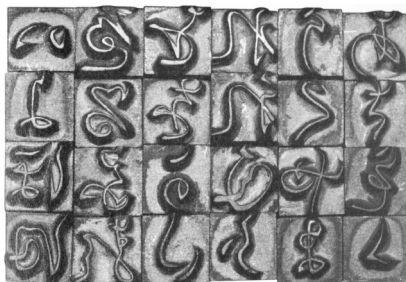
C'est autour de ce terme, et de l'analyse des moyens de communication visuelle du Japon qu'une problématique se pose : Comment s'articule l'occidentalisation dans le design graphique japonais ? Et peut-on réellement parler de mimesis, d'une véritable appropriation et changement extérieur à la culture japonaise ? Une rétrospective de l'évolution du progrès technique et de la modernisation au Japon permettra de poser le contexte face à la question posée. Par la suite, des exemples de ce qui pourrait s'apparenter ou non à de l'occidentalisation dans le design graphique seront montrés avant de terminer en se penchant sur la continuité de cette pratique et sa véracité.

kanji = sinograms

hiragana

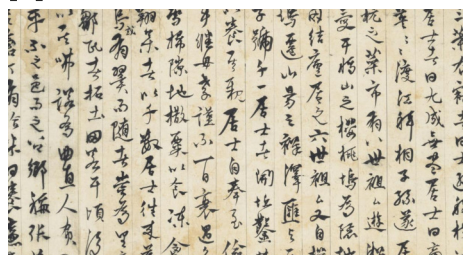
katakana

↑ Les différents types de caractères japonais, provenant du site [A is for fonts](http://Aisforfonts.com).



↑ Hiragana en métal fabriqué par la fonderie de caractères Tsukiji entre 1865 et 1880, taille 2 (soit 22 points). Vue de dessus.

[b]



↑ Exemple d'un texte manuscrit, *Nihonshoki tanaka*.

[c]



↑ Exemple d'un texte imprimé, *senmyō*, histoire officielle *Shoku Nihon-gi*.

Chronologie de l'occidentalisation du Japon

C'est dans un Japon, riche de culture par son histoire et son vécu, mais ayant un retard d'apparence technique, que le pays se lance également dans la course à l'industrialisation et au progrès. En effet, à partir de l'ère Meiji, soit à la fin du XIX^e siècle et au début du XX^e, on peut remarquer une ouverture « forcée » au monde [1] par la modernisation rapide de l'État ainsi que la volonté de rattraper les techniques occidentales. Ainsi, les techniques d'imprimerie à caractères mobiles [a] de l'Occident est importé au Japon. Mais la difficulté de l'écriture de la langue s'impose : le japonais comprend énormément de caractères différents et le défi qui se présente alors engendre des modifications dans les règles typographiques : la standardisation des glyphes, la rationalisation de la casse, une mise en place systématique des styles Minchō [2] [fig. 1, p. 4] et Gothic [3] [fig. 2, p. 4] et l'industrialisation de la presse et de l'édition. Cette période charnière pour la typographie est alors nommé l'ère du métal.

Plus tard, durant l'ère Taishō (entre-deux-guerres), le modernisme se développe par un mélange d'influences, par la fascination pour l'expressionnisme, la Sécession viennoise, les écoles allemandes... mais aussi par le développement du design éditorial urbain et commercial, les expositions universelles, internationales, l'augmentation de la fréquentation des écoles au Japon ainsi que les revues étrangères parvenant jusqu'au Japon. On note d'ailleurs que les revues venant elles-mêmes du Japon, telles que les *Shōjo Gahō* ou encore *Fujin Gahō*, s'inspirant et reprenant des modèles de typographie occidentale [fig. 3, p. 5] [fig. 4, p. 5] avec une hybridation des systèmes d'écriture. Utilisation de grilles à l'occidentale, coexistence de kanji, hiragana, katakana (les différentes catégories de signes japonais) avec des lettres latines ainsi que la standardisation des caractères par la reproduction mécanique. Car il se trouve qu'un nouveau progrès technique impose de changer certains aspects de l'écriture japonaise au profit de son bon fonctionnement et de celui de l'impression, conduisant alors à des formes graphiques inspirées des modèles occidentaux [b] [c]. Nous parlons bien ici du sujet de l'impression, occupant une place centrale dans l'occidentalisation par la stabilité du trait, donc une reproductibilité quasi-parfaite, laissant aux oubliettes la particularité du pinceau et sa transcription personnelle. Les designers doivent alors apprendre à penser les signes comme modules et non plus comme un geste.

L'après-guerre connaît aussi son lot de nouveautés. Les Jeux olympiques de 1964 de Tokyo obligent encore une fois le Japon à s'ouvrir au monde. Pour cette première édition des Jeux olympiques en Asie, le Japon voulait donner l'image d'un pays moderne, technologiquement avancé et culturellement ouvert. Ainsi, rien que pour la réalisation de la campagne visuelle de l'événement, des choix typographiques, de lisibilité mais aussi de compréhension entre les différentes langues ont dû être faits (comme l'intégration de pictogrammes représentatifs des sports afin d'être compris de tous). Les affiches de cet événement [fig. 5, p. 5], réalisées par Yusaku Kamekura [4], présentent un fond blanc minimaliste,

[1] Politique d'isolement Sakoku instauré sous Tokugawa, remise en cause par l'arrivée des américains en 1853 et qui obligeront alors le Japon à s'ouvrir au commerce international et à accélérer sa modernisation.

[2] Style de police de caractères à la forme assez carré, avec serif, illustrant un côté traditionnel et formel.

[3] Style de police de caractères moderne et minimal sans serif souvent utilisé en titrage.

[4] Designer graphique et typographe japonais s'inspirant des traditions japonaises tout en y intégrant les mouvements modernes occidentaux. Il a joué un rôle clé dans la modernisation du design graphique japonais de l'après-guerre.

orné du soleil rouge typique du drapeau du pays du Soleil-Levant en haut de l'affiche, surmontant « TOKYO » en capitales dorées et le symbole olympique au-dessus. La police de caractères, la Schmalftette Grotesk [fig. 6, p. 5] linéale et sans empattement, est une inspiration occidentale, étant proche de l'Helvetica [fig. 7, p. 5] et de l'Akzidenz-Grotesk [fig. 8, p. 5]. La structure, quant à elle, est d'une verticalité rigoureuse, une symétrie centrée et l'emploi du vide permet une respiration visuelle, influencée du ma, un concept japonais prônant l'espace et le silence visuel. On note également la domination du drapeau japonais surplombant tout autre élément de l'affiche et laissant entendre que la modernité nouvelle du Japon n'efface en rien son identité ou sa culture mais qu'elle ne fait que la moderniser.

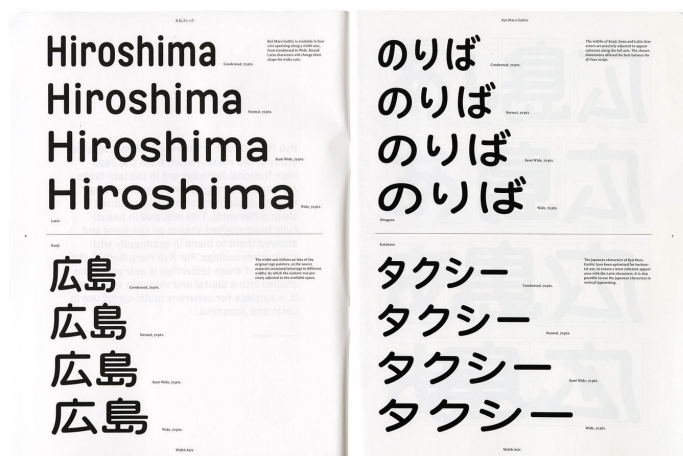
L'exemple pris ici est le plus connu et le plus parlant mais il est loin d'être une exception. Effectivement, il semblerait que les principes du design suisse et du Bauhaus s'étendent jusqu'au Japon, adoptant aussi les grilles, la géométrie pure, la typographie neutre et la lisibilité maximale. Alliés à une économie de moyens, l'équilibre et la place du blanc rappellent tout de même l'esthétique du sumi-e [5] [fig. 9, p. 5], ainsi que celle de la calligraphie japonaise. [fig. 10, p. 5] [fig. 11, p. 5]

Cette période est aussi appelée l'ère de la photocomposition. En effet, suite à la guerre le Japon se voit entrer dans une ère de reconstruction et d'industrialisation. Ainsi, la photocomposition remplace petit à petit le plomb et entraîne ses conséquences dans la typographie. Les lettres deviennent des images, la composition est rendue plus rapide, les contraintes physiques sont diminuées et la mise en page gagne en liberté. Néanmoins, la complexité demeure encore et toujours avec les milliers de caractères.

Pour finir, une dernière ère marque les moyens de conceptions typographiques du Japon, des années 1990 à aujourd'hui, nous sommes dans l'ère du numérique. L'arrivée de l'informatique simplifie grandement le travail et l'utilisation des lettres, qui sont données, stockées immatériellement et en diffusion instantanée. Le problème de caractères trop nombreux devient moins important et l'on observe une possibilité de diversité et d'extension de polices de caractères ainsi qu'une internationalisation des standards.



↑ [fig. 1] Exemples de polices de caractères en style Mincho (tiré du site [Design Yokocho](http://Design.Yokocho))



↑ [fig. 2] Exemple d'une police de caractère en style Gothic (tiré de l'exposition Kyū Maru Gothic de Niklas Herrmann.)

[5] Sumi-e ou Suiboku-ga est un mouvement se caractérisant par l'usage du lavis à l'encre noire et le paysage comme sujet central.



↑ [fig. 3] Couverture d'un numéro de *Shōjo Gahō*



↑ [fig. 4] Couverture d'un numéro *Le petit écho de la mode*



↑ [fig. 6] Schmalfette Grotesk, conçue par Jason Anthony Walcott, Walter Haettenschweiler et publiée par CounterPoint Type Studio.



↑ [fig. 7] Helvetica, conçue par Max Miedinger.

Akzidenz GROTESK

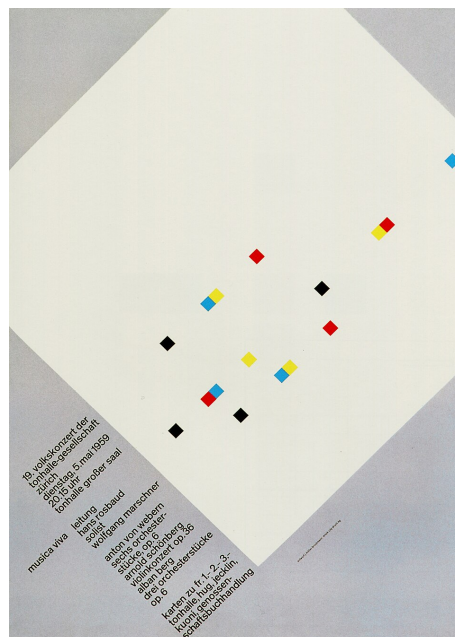
D'inspirée en 1896 par Günter Gerhard Lange pour la fonderie Berthold en Berlin, cette typographie est la première de la Helvetica. Elle est devenue célèbre et bientôt fut imitée par diverses fondations. Son nom provient de la parole utilisée en allemand pour dénommer les typographes au XVIII^e siècle "Akzidenz" et le terme utilisé pour les types utilisés par les imprimeries commerciales.

"Akzidenzchrift". Elle fut utilisée comme type de base en Europe, spécialement en Suisse jusqu'à être remplacée par la Univers et la Helvetica lorsque en 1958 furent créées une nouvelle typographie. Fonctionne spécialement bien en littérature technique comme tables, listes de données ou en d'autres cas où il faut beaucoup d'espace. Elle peut être utilisée en lettres de journaux et revues grâce à sa gamme de poids et styles.

↑ [fig. 8] Akzidenz-Grotesk, conçue par la fonderie H. Berthold AG.



↑ [fig. 9] Paysage d'hiver, Sesshū, vers 1460 (sumi-e).



↑ [fig. 10] *Musica Viva*, Josef Müller-Brockmann, 1959.



↑ [fig. 11] *Nihon Buyo*, Ikko Tanaka, 1981.

Les manifestations de l'occidentalisation dans le design graphique japonais

Mais alors, comment se traduit vraiment l'occidentalisation à travers le temps et les époques? Déjà, nous remarquons que l'occidentalisation est directement liée à la modernisation, qu'elle est une traduction du progrès et des avancées technologiques. Mais même si nous venons d'aborder les trois périodes primordiales dans cette modification des règles du design graphique, les changements ne sont pas arrivés du jour au lendemain en prenant tout le monde par surprise. C'est ce que cherche à expliquer Ai Maeda, un critique littéraire et essayiste japonais durant le XX^e siècle, dans différents textes regroupés plus tard dans *Text and the City*, publié par Duke University Press sous la direction de James A. Fujii. Tout au long de l'ouvrage et à travers différentes sections, l'auteur pose ses arguments sur le modernisme importé des pays occidentaux jusqu'au Japon. Il propose un exemple que nous pouvons lier avec le design graphique : la photographie panoramique. En 1880, le panorama arrive et impose une perception unifiée, détruit les compositions traditionnelles personnelles. Le panorama devient une réelle forme de spectacle visuel immersif. Pour Maeda, le panorama n'est pas qu'un simple outil ou une simple représentation mais plus un véritable symptôme de la modernité visuelle, une restructuration de la façon de percevoir l'espace et le réel. C'est donc une technologie du regard, dans le sens de Jonathan Crary (*Techniques of the Observer*) et Walter Benjamin (*The Work of Art in the Age of Its Reproducibility and Other Writings on Media*).

Le point de vue devient donc unique, la perspective ne bouge plus, et la notion d'image devient totale. Mais il faut noter que c'est bien grâce au panorama que le design moderne est rendu possible, en habituant le spectateur à la composition centrée, la perspective unique et la vision d'ensemble. A contrario, c'est à cause de l'arrivée du panorama au Japon que les traditions se perdent et ne sont plus privilégiées comme les rouleaux narratifs dits « emaki », la verticalité dans l'écriture, la fragmentation (scènes multiples et sans perspective unique), la superposition d'éléments, les points de vue mobiles (ukiyo-e, soit la perspective flottante). **[fig. 12, p. 9] [fig. 13, p. 9] [fig. 14, p. 10] [fig. 15, p. 10]**

Le panorama est en réalité une « révolution silencieuse », comme le nomme Maeda, car il change le regard avant même de transformer les formes. Cette nouvelle technique prône la totalité visuelle, par le fait qu'une seule image embrasse tout un paysage quand l'œil humain en est incapable. La vision de ce paysage devient alors synthétique, immobile, maîtrisée et objective. Cette technique préfigure la mise en page, la grille et le graphisme éditorial par son imposition d'une surface plane organisée et structurée dans l'optique d'être lue en un seul regard.

Le panorama instaure une configuration collective du regard : on regarde ensemble un monde reconstruit et artificiel. Cette expérience collective est soulignée par l'auteur car elle transforme le rapport au réel ainsi que la relation à l'image. L'image devient alors publicitaire, présente et créée pour montrer et attirer; spectaculaire, par l'effet de masse; et marchande, par sa consommation visuelle. Ainsi, elle donnera naissance à la culture visuelle moderne et urbaine par l'affiche, la signalétique, la publicité, l'environnement graphique mais elle crée également le sujet optique, celui qui lit le monde par les yeux et plus par les gestes, le rituel ou l'oral. On rejoint alors la critique de Crary : la vision n'est plus collective, elle est individuelle et technique, ainsi, elle n'est ni naturelle, ni stable, elle est construite au travers des dispositifs techniques et culturels. Le panorama transforme également la dimension du texte ainsi que son rapport : il devient une surface. Les liens entre le panorama, la mise en page occidentale, les magazines, la stabilisation de la typographie, ainsi que ce que le passage du rouleau vertical aux magazines horizontaux prépare à une transition à la surface plane organisée

par l'acculturation du Japon. Quand la culture de l'écriture d'un pays est proche du geste et du corps, le progrès peut lui faire perdre sa signification même.

Le design graphique est maintenant comme un espace panoramique. Il repose sur les mêmes éléments que le panorama par la rationalisation de l'espace, sa vision d'ensemble, son organisation plane et sa hiérarchisation. Ainsi, Maeda donne une réponse à la question : pourquoi et comment l'esthétique occidentale et moderne a pu être si facilement mise en place au Japon au XX^e siècle? Tout simplement car le panorama, ainsi que d'autres nouvelles techniques, ont préparé le terrain.

Avant d'exposer des exemples, nous allons poser les complexités de l'écriture japonaise. Tout d'abord le sens de lecture. Effectivement, les caractères sont organisés de manière verticale et lisible de droite à gauche. Nous avons ensuite affaire à la complexité des catégories de caractères. Les kanjis sont majoritairement octogonaux (étant des signes chinois de base), les katakana sont habituellement anguleux, alors que les hiragana sont plutôt ronds.

Ainsi, au fil du temps, des objets graphiques japonais voient le jour et révèlent des changements dans cette organisation. Les caractères ne sont plus organisés à la verticale mais à l'horizontale, et des polices de caractères créées à partir de dessins provenant de pays occidentaux, par des designers occidentaux comme la « Typos », en 1968 par le groupe Typo, réalisée à partir de Univers par Adrian Frutiger **[fig. 16, p. 10]** **[fig. 17, p. 10]**. En 1920, la fondation Kanamojikai (créée par Yoshitaro Yamashita) publie un écrit dans l'optique de faciliter l'écriture japonaise, propose des règles comme le passage à l'horizontale, l'insertion d'espaces entre les mots, la réduction des kanjis...

Mais toutes ces mesures, déjà mises en place dans certains domaines, existent-elles vraiment pour faciliter l'écriture et sa compréhension? N'y a-t-il pas une quelconque occidentalisation de cette écriture?

Des conférences données par l'Inalco invitent de nombreux intervenants du design graphique à parler de leur expérience autour du caractère japonais, de par leurs travaux typographiques ou leurs connaissances. Lors de l'une de ces conférences, Hashimoto Kazuo, un concepteur de polices de caractères, pointe du doigt le progrès technologique typographique, contraignant ainsi les designers japonais à adapter leur pratique. Comme montré précédemment, c'est la technique qui pousse le changement dans tous les domaines. Ainsi, nous pouvons dire ici que l'occidentalisation vient de l'importation de ces outils de photocomposition et d'impression qui obligent la transformation des signes et forcent des choix esthétiques de grilles et de simplification.

Hashimoto **[fig. 18, p. 10]** **[fig. 19, p. 10]** est une figure de transmission entre les trois ères typographiques au Japon : le métal (caractères mobiles), la photocomposition et le numérique. En effet, il est une figure de continuité et un véritable témoin de chacune de ces ères et la représentation du passage de l'artisanat à la programmation. L'artisan-concepteur a dû intégrer des outils et des méthodes importés ainsi qu'adapter ces dispositifs à la complexité des caractères japonais, notamment des kanji et des katakana. Ayant vécu tout au long de sa carrière les transitions de ces époques typographiques, Hashimoto a su proposer des travaux concrets liés à l'édition, la composition et la normalisation des caractères. Ainsi, pour la période du plomb, il travaille sur l'édition d'après-guerre avec notamment la maison d'édition Iwanami Shoten **[6]**. La particularité de cette maison d'édition est la précision dans les dessins de

[6] Maison d'édition japonaise fondée en 1913 à Tokyo par Iwanami Shigeo, un acteur majeur dans la démocratisation de la lecture, la standardisation des formats éditoriaux et la stabilisation des conventions typographiques modernes. À l'effigie de son créateur, la maison d'édition a une place majeure dans l'histoire éditoriale mais également intellectuelle du Japon, publiant des ouvrages philosophiques, des pensées critiques, sciences humaines, ... participant alors à la diffusion d'idées occidentales au Japon.

[d]



↑ Exemples d'enseignes Kanban du quartier de Shinjuku à Tokyo.

[e]



↑ Nobori.

[f]



↑ Noren.

caractères métalliques au niveau de leur graisse, leur taille et leur équilibre. Par la suite, le designer graphique s'implique dans le passage à la photocomposition en participant à l'ajustement des polices japonaises prévues pour les systèmes de phototypes (presse et édition scolaire). Il se doit alors de repenser l'épaisseur des traits et leur contre-formes afin de prioriser la lisibilité. Pour finir, lorsque la période du numérique arrive, Hashimoto contribue à des projets de numérisation et standardisation de fontes japonaises, aidé de ses connaissances et de son expérience obtenues tout au long de sa carrière. Ainsi, il fait en sorte de conserver la structure des kanji et la cohérence entre les kana et les caractères latins.

Durant ce même évènement de l'Inalco, André Baldinger [7] relève que la cohérence et la co-existence des typographies latines et japonaises ne peuvent être de simples copier-coller, de par leurs différences, et qu'une recherche d'équilibre interculturel au niveau des environnements numériques est nécessaire. Il évoque le projet Typos (cité plus tôt), révélant les mécanismes d'occidentalisation du design graphique au Japon. Typos n'est pas une simple transposition, mais un réel travail d'adaptation en reprenant les principes de typographie du style internationale avec la neutralité, la rationalité, la modularité. Ces systèmes sont appliqués sur un modèle d'écriture complètement différent, mettant en évidence les tensions entre les modèles occidentaux basés sur l'alphabet latin et sa linéarité face à la densité des caractères japonais. L'occidentalisation ici n'est pas seulement basée sur l'esthétique mais aussi sur la méthode avec l'adoption de grilles, de proportions standardisées, de la logique d'une famille de caractères uniforme et cohérente. Ce travail ne révèle pas une imitation sans réflexion mais surtout un exercice de traduction typographique, poussé par les ambitions modernistes du Japon de l'après-guerre.

Mais l'occidentalisation dans le design graphique japonais ne se traduit pas seulement dans les livres ou les affiches mais aussi à travers la ville. L'occidentalisation est hybride et vernaculaire, par le biais des enseignes et de la signalétique où sont créées des formes mixtes. C'est ce qu'explique Daisuke Matsumura [8] pendant la conférence : les formes importées sont réinterprétées pour répondre à des usages locaux. On le remarque avec de nombreuses formes vernaculaires dans l'espace urbain japonais, avec des objets graphiques ne suivant pas les canons typographiques, résultant d'emprunts et d'appropriation, d'hybridation entre écriture manuscrite, esthétique commerciale et technique de production locale. La typographie de rue répond aux contraintes pragmatiques et créatives et documente des liens avec les modèles étrangers. Nous le remarquons avec les enseignes commerciales urbaines (dit kanban) [d] dans les quartiers populaires du Japon comme Shinjuku, Osaka, Yokohama... Nous y observons la coexistence fréquente des kanji épais et manuscrits, des katakana et des lettres latines souvent déformées ou approximatives. Beaucoup d'enseignes reprennent des mots français par « mode » en franponais, ne se souciant pas du sens mais plus de l'exotisme que cela apporte. Malgré cela, ces enseignes ne respectent pas les normes typographiques occidentales.

Nous pouvons aussi parler des bannières et supports temporaires [9] [e] [f] qui restent fortement liés au geste dans leur écriture. En effet, les caractères y

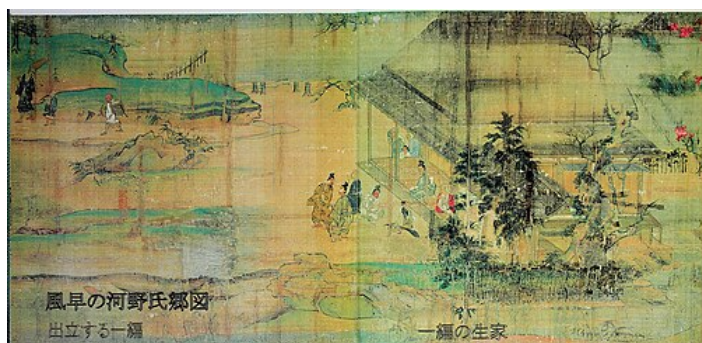
[7] Designer graphique et typographe suisse. André Baldinger est sensible aux questions de typographie japonaise, mêlées par une pratique rigoureuse prise de l'Occident. Le designer s'intéresse aux spécificité des caractères et aux problématiques de transposition de l'alphabet latin.

[8] Designer graphique japonais contemporain travaillant autour de la tradition calligraphique et des technologies numériques, travaillant ainsi l'équilibre entre l'héritage calligraphique et la simplification industrielle. Il est également impliqué dans la question de design graphique vernaculaire.

[9] On parle ici des nobori, des bannières verticales et des noren, des rideaux de boutiques.

sont souvent tracés de manière expressive, irrégulière et hors de la standardisation typographique commerciale. La mise en page est simplifiée, les slogans courts, et on peut aussi parfois y trouver des termes anglais écrits en katakana. De nombreuses inscriptions urbaines sont produites par les commerçants, les artisans ou employés eux-mêmes. Ainsi, ce genre de typographie vernaculaire mêle caractères manuscrits, pochoirs, impressions et autocollants avec parfois l'usage de capitales latines, chiffres standardisés ou encore compositions horizontales.

Pour finir, l'occidentalisation n'est pas seulement technique ou esthétique mais aussi idéologique et politique, comme l'explique Tadanori Matsusaka **[10]**. L'occidentalisation passe par des décisions publiques comme les réformes d'écriture, la romanisation et l'éducation, le tout influencé par des idées de modernité, d'accessibilité et d'alignement aux modèles occidentaux. C'est un effet systémique de limiter ou standardiser le répertoire graphique, comme par exemple avec la réduction des kanji enseignés afin de faciliter la mécanisation, la production de fontes et la diffusion de styles « modernes ». Nous notons les réformes de l'écriture japonaise de 1946 par le National Language Council. L'État instaure les toyo kanji puis les joyo kanji, une limitation officielle du nombre de caractères à enseigner et à utiliser dans l'administration, l'éducation et la presse. Cela revient donc à réduire le répertoire de signes à dessiner et composer, faciliter l'impression et promouvoir une écriture standardisée et plus proche des logiques occidentales. Il y a également eu une tentative de passage partiel au romaji (le passage à l'alphabet latin) durant l'ère Meiji qui n'a jamais abouti mais a tout de même laissé des traces. Cette mesure prévoyait notamment de passer au romaji dans la signalétique, les marques et les transports et aurait poussé les designers à devoir penser leurs objets graphiques de manière hybride. Le choix de l'horizontalité de l'écriture fait partie de ces dispositions. Dans la presse, les manuels scolaires et les publications scientifiques, la mise en page devient horizontale.



↑ **[fig. 12]** Le départ d'Ippen pour son apprentissage du bouddhisme à treize ans, *Biographie illustrée du moine itinérant Ippen*, XIIIe. (Emaki).



↑ **[fig. 13]** Nuit de neige à Kambara, sur la route du Tōkaidō, Hiroshige, 1833 (Ukiyo-e).

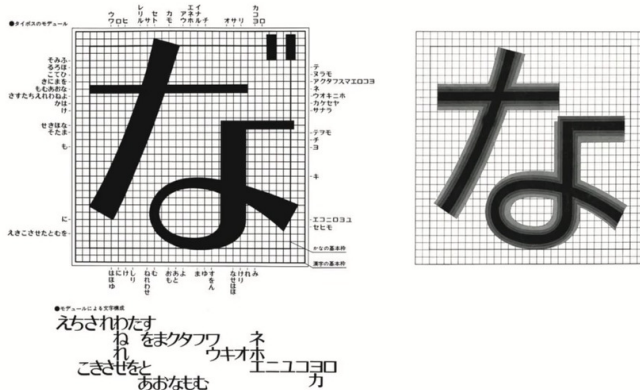
[10] Designer graphique japonais participant au développement de la typographie moderne et contemporaine au Japon, principalement dans le passage de la photocomposition au numérique. Il participe également à la problématique de la construction systémique des caractères dans les proportions, équilibre des masses, et la cohérence des différents glyphes.



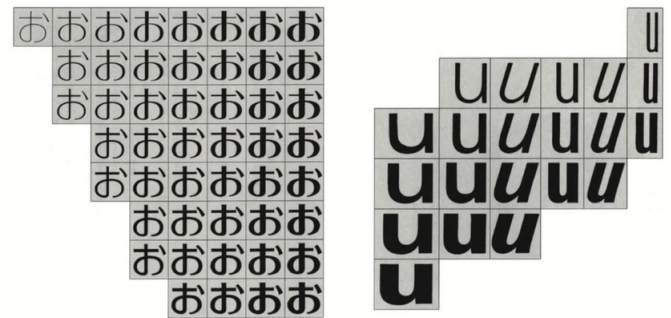
↑ [fig. 14] Photographie de la route du Tōkaidō, Felice Beato, 1865.



↑ [fig. 15] Photographie de la Mine d'Ashio, 1895.



↑ [fig. 16] Caractère Typos du groupe Typo.



↑ [fig. 17] Comparaison d'un caractère de la police Typos avec un caractère de la police Univers de Frutiger.



↑ [fig. 18] Exemples de travaux de Hashimoto Kazuo présentés en conférence à l'Inalco par Akari Yuki.



↑ [fig. 19] Exemples de travaux de Hashimoto Kazuo présentés en conférence à l'Inalco par Akari Yuki.

Vers une continuation de cette occidentalisation ?

Maintenant que nous avons vu des exemples de ce qui s'apparente à de l'occidentalisation, que pourrait-on dire de sa continuité ?

De nombreuses réappropriations voient le jour. En 2023, le groupe américain Monotype annonce son acquisition de Fontworks, une fonderie japonaise fondée en 1993. Fontworks a eu un rôle central dans la création de polices japonaises, notamment pour les médias, les jeux vidéo et la télévision, son catalogue comprenant par exemple Tsukushi, une famille de caractères comprenant plusieurs style (Tsukushi Minchō, Tsukushi Gothic, Tsukushi Maru Gothic) **[fig. 20, p. 12]** **[fig. 21, p. 12]** **[fig. 22, p. 12]** à la construction modulaire, gérant des milliers de glyphes, adaptée à divers supports et possédant les standards typographiques internationaux. Avec cette acquisition, Monotype voit entrer dans son catalogue de fontes plus de mille polices japonaises aux côtés de la Helvetica, la Gotham, l'Avenir... Ainsi, Monotype propose aux designers japonais de participer activement à l'évolution des technologies de fonte en combinant les technologies avancées de l'entreprise avec la complexité des caractères japonais. Akira Kobayashi **[11]**, le directeur typographique, évoque une coopération interculturelle en enrichissant le catalogue mondial tout en préservant les spécificités du japonais, notamment par ses structures de kana et de kanji. L'occidentalisation ne serait alors plus subie mais coproduite : nous ne parlons plus d'imitation mais bien d'harmonisation des techniques et esthétiques, car la densité du caractère sera toujours envisagée comme une image et non une lettre. Ainsi, les designers contemporains revalorisent cette mémoire artisanale avec un retour à la calligraphie dans des fontes inspirées du pinceau et un refus de la neutralité du modernisme.

Comme nous l'avons souligné plusieurs fois précédemment, l'intégration de l'alphabet latin dans la typographie japonaise prend une place importante dans le phénomène d'occidentalisation. L'article « Pen Online » (« Quand le Japon adoptait l'alphabet occidental ») écrit par Léa-Trâm Berrod **[12]**, documente ce changement dans le Japon de l'après-guerre. Au-delà d'une nouveauté linguistique, cela s'étend aux espaces visuels et à la culture japonaise. C'est dans le contexte de l'occupation américaine après la fin de la Seconde Guerre mondiale jusqu'en 1952 que le Japon connaît une modernisation rapide et que, par extension, le romaji devient omniprésent au quotidien : sur les enseignes commerciales, les pancartes publicitaires, les matériaux imprimés... ayant pour fonction de faciliter la lecture à un public étranger mais donnant également une valeur esthétique. L'ouvrage *Old-style Alphabet Lettering of Japan* de Tomoyuki Onuma **[13]** montre comment a été réalisée l'introduction de l'alphabet latin à travers un grand nombre de dispositifs graphiques qui témoignent de l'anglicisme visuel. La présence de romaji dans le paysage graphique vernaculaire révèle un symbole d'ouverture au monde et de modernisation, se rendant compréhensible pour un plus grand nombre et projetant un imaginaire collectif.

Ainsi, nous remarquons une continuité historique dans l'occidentalisation du Japon, fortement marquée dans l'après-guerre. Nous pouvons noter que ce long

[11] Directeur typographique chez Monotype, il supervise la création des nouvelles polices de caractères et la modernisation des typographies. Il a notamment participé aux créations de DIN Next, Akko Pro, Neue Frutiger, Tazugane Gothic et a collaboré avec de nombreux designers comme Hermann Zapf ou Adrian Frutiger. Il reçoit la TDC Medal en 2022.

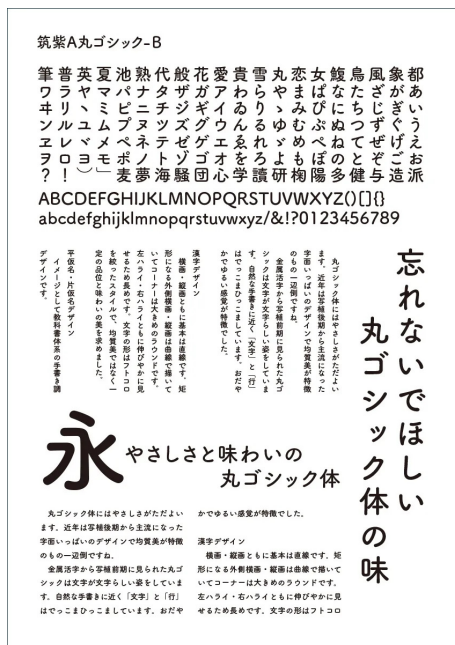
[12] Journaliste et rédactrice traitant de portraits d'artistes, sujets culturels et phénomènes artistiques et sociaux.

[13] Avant tout connu comme auteur du livre *Old-Style Alphabet Lettering of Japan*, collection graphique historique de typographies alphabétiques, cette collection rassemblant à peu près 70 styles de lettres et de chiffres et environs 1000 monogrammes de combinaisons de lettres et de nombres.

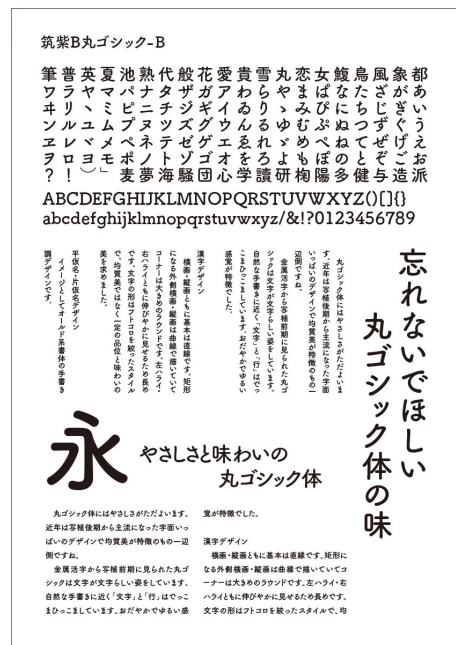
processus se poursuit encore aujourd'hui, avec pour appui l'exemple de l'acquisition de Fontworks par Monotype, souhaitant prolonger les différentes réformes mises en place (ou essayées). Le romaji, quant à lui, semble se répandre de plus en plus, année après année, et se propager avec l'intérêt que le Japon porte pour l'exotisme occidental. Il n'est pas étonnant de voir qu'aujourd'hui la plupart des enseignes japonaises sont en caractères latins, et il ne sera pas étonnant d'en voir de plus en plus.



↑ [fig. 20] Tsukushi.



↑ [fig. 21] Tsukushi Old Minchō.



↑ [fig. 22] Tsukushi Maru Gothic.

Conclusion – Occidentalisation ou influence ?

Nous ne pouvons aborder le sujet du design graphique japonais sans penser à son occidentalisation ou à l'influence qu'elle lui porte. Sans même lire ou regarder un objet graphique japonais, on remarque bien souvent en premier l'horizontalité, alors que la culture de ce pays était basée sur la verticalité de son écriture. Après réflexion, il est difficile de dire que le Japon n'a puisé que des inspirations des cultures occidentales pour sa communication visuelle, quand on voit les changements apportés directement à sa langue et les causes de ces dispositifs, à la base pensés pour une ouverture au monde, que ce soit pour un événement international comme les Jeux Olympiques ou un événement historique comme la guerre. Nous pouvons également noter qu'une influence vient souvent d'abord de voyageurs ramenant leurs trouvailles de leur découverte du monde, ce qui est le cas pour le Japon, mais nous ne pouvons passer outre le fait que beaucoup de choses ont été importées « de force » par l'État lui-même.

L'occidentalisation n'a pas seulement un effet sur l'environnement visuel d'un pays, elle en a un sur sa culture, sa population, ses modes de vie, découlant par un mélange de modernisation technique et de politique culturelle. Par cette uniformisation du monde, nous remarquons la perte de l'individualité et la particularité d'une culture, se fondant dans la masse par son américanisation. C'est ainsi plus précis et bien au-delà d'une simple occidentalisation, d'une simple influence. Ainsi, l'influence américaine, par sa culture de masse, son économie, son système de consommation et son industrie culturelle prend le pas et transforme les comportements, valeurs et identités effaçant l'individualité et la richesse de la culture peu à peu.

Bibliographie

BALDINGER André. *Forme et sens : réflexions sur la typographie interculturelle*. Paris : Inalco Éditions, 2019.

BARTHES Roland. *L'Empire des signes*, Paris, Seuil, 1970.

JAGDA (Japan Graphic Designers Association). *Archives du design japonais moderne*. Tokyo, 2019.

JAGDA (Japan Graphic Designers Association). *Graphic Design in Japan 1995*. Tokyo, Rikuyosha, 1995.

MAEDA Ai. *Text and the City: Essays on Japanese Modernity*, Duke University Press, 2004, (Édition anglaise—première traduction des essais de Maeda.)

MEGGS Philip B.. *A History of Graphic Design*. 3^e édition, New York, John Wiley & Sons, 1998.

SAID Edward. *L'Orientalisme : L'Orient créé par l'Occident*. Paris, Seuil, 1980.

TOMOYOKI Onuma. *Old-Style Alphabet Lettering of Japan*. Tokyo, Seigensha Art Publishing, 1962 (réédité 2018).

ZWEIG Stefan. *L'uniformisation du monde*. éditions Allia, 1922.

Articles

BERROD Léa-Trâm. « Quand le Japon adoptait l'alphabet occidental ». *Pen Online*. Le 24 janvier 2022.

HELLEN Steven. « Japanese Types and Letters », *PrintMag*, 2023 (consulté le 10/12/2025). [<https://www.printmag.com/daily-heller/japanese-types-and-letters/>]

HELLER Steven. « Monotype Acquires Fontworks: Interview with Akira Kobayashi ». *PrintMag*, 2023 (consulté le 10/12/2025). [<https://www.printmag.com/type-tuesday/monotype-acquires-fontworks-interview-akira-kobayashi/>]

Pen Online. « Quand le Japon adoptait l'alphabet occidental ». *Pen Magazine International*. 2022. [<https://pen-online.com/fr/culture/quand-le-japon-adoptait-lalphabet-occidental/>]

Conférences

AKARI Yuki. « Hashimoto Kazuo, concepteur de polices de caractères ». Conférence Inalco, 2022. (consulté le 10/02/2026) [<https://www.youtube.com/watch?v=0Y5HIROGd8Q>]

BALDINGER, André. « Typographie, interculturalité et design global ». Conférence Inalco, 2022. (consulté le 10/02/2026) [https://www.youtube.com/watch?v=VXB1fDlz5Ow&list=PL_Ho1OcdZ29nsg0cpY4Z-JPJWlnpmGdTu&index=6]

MATSUMURA Daisuke. « Les caractères de la ville japonaise ». Conférence Inalco, 2022. (consulté le 10/02/2026) [<https://www.youtube.com/watch?v=L-EPt0IUgJw>]

Sitographie

[<https://pangrampangram.com/fr/blogs/journal/japanese-typography>], consulté le 10/02/2026.

[<https://ecal.ch/fr/feed/projects/7569/kyu-maru-gothic/>], consulté le 10/02/2026

Remerciements

Je tiens à remercier Alexandra Aïn pour ses conseils et sa relecture.