



**Le sujet
est le contexte**

PRÉAMBULE

Faire et ne rien faire 8

INTRODUCTION

Le faire du designer 10

PARTIE 1

éclairer 15

PARTIE 2

(re)lier 49

PARTIE 3

révéler 79

CONCLUSION

**L'importance
du contexte** 106



1200px-Cube_gris_sur_socle_blanc.jpg

Première image pour la requête "socle" dans Google Images

NOTICE DE PRÉSENTATION

Cet écrit est organisé en 3 parties selon un plan constitué de 3 verbes : éclairer, (re)lier et révéler. Chacune de ces parties est organisée comme suit :

1. **Un texte d'introduction** accompagné d'une image.
Ce texte interroge les trois verbes dans la tension qu'ils peuvent trouver avec le métier de designer.
2. **Une définition du verbe** extraite du *Dictionnaire de la langue française* d'Alain Rey.
Cet ouvrage explore les mots à travers leur étymologie. Une telle définition nous permet alors d'avoir à l'esprit les termes qui gravitent autour de ce verbe.
3. **Une capture d'écran** du résultat Google Images du verbe.
Cette image complète la définition. Elle nous permet de réaliser ce que l'imaginaire collectif envisage lorsque l'on évoque chacun des verbe.
4. **L'imaginaire du verbe**
Ce que ce verbe signifie, dans mon propre imaginaire.
5. **Un exemple** exploré à travers 3 sous parties :
contexte, description et analyse.
Il est ici question de réfléchir à cet exemple et en quoi il permet d'examiner plus précisément ce verbe.
6. **Une réflexion**
Il s'agit ici de réfléchir à ce terme avec l'examen de l'exemple en tête. Puis, d'y faire le lien avec la pratique de designer et celle de designer graphique particulièrement.

Pourquoi une notice ? D'aucun dirait que s'il y a besoin d'explication, c'est que l'objet, le texte, le procédé n'est pas compréhensible par lui-même.

On peut en effet y voir cela, mais le monde du design est aussi le monde de l'accessibilité. Alors écrire cette notice, c'est expliciter la structure de cet écrit. Et ce n'est pas pour autant que chacun ne pourra pas y projeter son propre imaginaire.

PRÉAMBULE

Faire et ne rien faire

La plupart des gens ont l'impression de ne rien faire dès lors qu'ils sont simplement chez eux, installés dans un canapé, à réfléchir, ou dehors à se balader, laissant aller librement leur pensée, explorant le monde.

Pourquoi disent-ils qu'ils ne font rien ?

— **Rien de spécial, week-end calme.**

Je repense à la fréquente réponse de ceux que nous croisons au travail, par hasard dans la rue, ou encore avec lesquels nous entretenons une conversation téléphonique, quand on les interroge sur l'occupation qu'ils ont eue durant le week-end. Il n'est alors pas rare qu'ils nous répondent : « Rien de spécial, week-end calme ». Pourtant, ces gens ont bien fait « quelque chose » : ils ont réfléchi, promené leur chien, rêvé, fait le ménage, se sont entretenus avec d'autres ou avec eux-mêmes...

C'est donc qu'ils ne considèrent pas avoir eu une activité significative, comme si entretenir une relation à soi ou faire son lit, ce n'était rien. On peut certes penser qu'une activité, pour ne pas être réduite à ce « rien », doit être associée à une production lisible, visible, tangible, audible ; que faire « quelque chose » suppose d'être en capacité de donner la preuve que ce que l'on a fait a eu un impact réel sur l'ordre des choses. Ou alors est-ce que le produit que l'on a réalisé doit sortir de la banalité pour être digne de s'élever au rang d'un produit estimable ?

Le faire du designer

Si je m'intéresse au fait de « ne rien faire » ou plus exactement à la possibilité d'avoir une activité qui, tout en restant significative, ne débouche pas sur la production de « quelque chose », c'est en raison de mon expérience professionnelle de designer et particulièrement de la manière dont les projets sont le plus souvent travaillés aujourd'hui dans le monde du travail.

J'ai en effet constaté que ceux-ci (que l'on soit designer graphique, comme c'est mon cas, designer produit, designer d'espace, ou encore architecture, etc.) visent de plus en plus souvent, non plus à créer « quelque chose » mais bien plutôt à soutenir une relation interpersonnelle. Ceci, dans des buts très divers : favoriser des échanges, mieux saisir une identité, mieux comprendre un contexte de vie, ou encore formuler le plus finement possible le besoin correspondant à l'énoncé de quelques désirs ou projets.

Comme l'explique Lucia A. Reisch¹ dans l'article *Nature et culture de la consommation dans les sociétés de consommation* :

« Lorsque le terme de « société de consommation de masse » a été inventé dans les années 1960 par George Katona, père fondateur de la psychologie de consommation, les marchés n'étaient pas encore mondialisés ; les sphères privées et publiques de la vie pas aussi commercialisées qu'aujourd'hui ; et

1. Lucia A. Reisch est économiste du comportement et sociologue de formation. Elle est actuellement professeur ordinaire à la Copenhagen Business School.

la société de l'information et de la communication numérique pas encore née. Désormais, ce ne sont pas simplement le temps ni l'argent consacrés aux produits, aux services et au shopping qui font une société de consommation. En effet, les valeurs et les croyances, le système économique, culturel et juridique ainsi que les institutions de ces sociétés sont surtout axés sur le soutien à la consommation. Qui plus est, la pratique du shopping a assumé des fonctions psychosociales essentielles aux membres de la société de consommation : elle est devenue un passe-temps favori, une sortie passionnante et stimulante pour toute la famille (engouement pour les centres commerciaux), une source d'identité ayant même des fonctions thérapeutiques ("thérapie par le shopping"). »

Face à la surconsommation dont notre société capitaliste est souvent accusée, nous sommes amenés à interroger le bien-fondé du fait même de « produire quelque chose ». La question vaut pour tout un chacun, mais tout autant, sinon plus, pour le designer.

Continuer de travailler, est-ce se condamner à accepter voire encourager la production de nouvelles choses, de nouveaux produits ? Le designer n'est-il pas plutôt en quête, dans son travail, de nouvelles manières et moyens de produire ? Des manières et moyens qui restent à inventer, et qui supposent eux-mêmes sans aucun doute une certaine forme de production. Car la question est-elle ici, pour le designer, de faire ou de ne pas faire ? Le designer qui ne veut pas participer de ce productivisme décrié, est-il nécessairement conduit à cesser de designer ? À refuser d'intervenir ou offrir sa compétence, pour ne plus se contenter que de laisser faire chacun par soi-même ? N'est-ce pas plutôt le sens de son activité qu'il est amené à changer ? En effet, le designer n'a-t-il pas aujourd'hui un autre rôle à jouer ? Ce que doit « faire » aujourd'hui le designer, ce n'est sans doute plus tant produire « quelque chose », que redéfinir ses opérations de designer suivant les modalités que nous avons décrites plus haut afin de favoriser des échanges, des prises de conscience ou de décision, etc.

Ces nouvelles opérations du designer peuvent bien sûr prendre des formes variées, selon la spécialisation de ce dernier. Mais qu'il soit designer produit, graphique, de mode,

d'espace ou encore d'interactions, il reste que c'est toujours avec de la matière entre les mains qu'il travaille : des matériaux, des textes, du tissu, de l'espace, des écrans ou des gens. Il ne part jamais de rien ; il assemble, organise et façonne. Son travail consiste donc toujours en dernière instance à mettre en forme ces matériaux, espaces, textes, etc. qui deviendront « quelque chose ». La fabrication tient ici à ce processus de transformation.

La question n'est donc pas tant de faire ou de ne pas faire pour les designers ; elle est plutôt de repenser la nature de leur production. Nous continuerons évidemment à produire, mais nous poser cette question préalable nous donne l'occasion de réfléchir à la nature de notre production.

En l'occurrence, il me semble que nous sommes confrontés à un moment où se joue quelque chose qui peut être essentiel dans le rapport du designer à son métier : un déplacement de la nature de son travail, d'une suite d'opérations impliquant la production de dessin, de maquette, un rapport direct à la matière, à des opérations qui pourraient nous paraître plus diffuses visant la prise en compte d'un milieu, de l'état d'une relation ou de diverses manières de mettre en évidence une production déjà donnée.

Partant de ce constat, j'ai pris le parti de m'intéresser non pas à ces nouveaux produits ou créations, à leurs possibles natures, thèmes ou supports, mais à ce qui gravite *autour* d'elles, les entoure et leur donne leur signification.

Le designer prend le projet dans une plus grande globalité et ce, selon trois nouvelles opérations possibles :

- être présent en tout début de projet pour s'éclairer sur le thème du projet de son client et éclairer celui-ci sur les possibles à envisager ;
- dans ce même temps se joue aussi la question relationnelle, celle qui consiste à relier les personnes. Il me semble important de reconsidérer cet aspect qui ne relève pas de la simple relation strictement formelle, mais bien de créer une relation dont le lien façonnera pour une part la production de designer ;

- la question de la manière de faire émerger des projets est celle du contexte et de la façon de révéler. La révélation d'un projet consiste, plus qu'à chercher à produire quelque chose, à chercher à permettre à une idée d'émerger et à la forme que cela peut prendre.

Le déplacement d'opérations a sûrement davantage lieu en termes d'importance donnée à ces nouvelles opérations. Ce qui ne signifie pas que l'on peut se passer d'un dessin, d'une maquette ou de se confronter à la matière, mais dire que les opérations qui correspondent à une pensée accordant une valeur primordiale à la prise de forme, ne sont sûrement plus aujourd'hui le cœur de l'activité du designer. C'est en tout cas l'hypothèse que nous faisons.

Notre proposition, en cet écrit, est d'interroger la manière dont l'intervention du designer peut aujourd'hui être ressaisie suivant trois opérations qui, sans cesser d'impliquer une production matérielle, s'écartent du seul objectif de la production transitive « de quelque chose » (qu'il s'agisse d'un produit, d'un espace, d'une représentation graphique, etc.), pour viser plus largement un effet sur leur contexte d'intervention. Il s'agit pour nous de concevoir nouvellement le travail du designer, qu'elle que soit sa spécialisation, comme un geste permettant :

1. d'éclairer ;
2. de (re)lier ;
3. de révéler.

Nous éprouverons successivement la pertinence de chacune de ces trois formes verbales à redéfinir les enjeux d'une pratique contemporaine du design désireuse de rompre avec ce tout productivisme, sans pourtant se condamner à cesser de « faire », à « ne rien faire ». Il s'agira donc bien plutôt de repenser ce que « fait » le designer.

Notre objectif sera moins de faire la revue complète de ces nouvelles démarches, que de trouver en ce parcours réflexif le ressort d'une relance de notre propre pratique de designer graphique.



NO ONE
IS BORN
HATING
ANOTHER
PERSON
BECAUSE
OF THEIR
ORIGIN



PARTIE 1

éclairer



J'ai choisi comme premier terme, pour tenter de requalifier le travail du designer, le verbe d'éclairer parce qu'il me paraît important que le designer, avant d'aborder un sujet, puisse s'informer mais encore et surtout informer les acteurs concernés.

N'est-ce pas en effet là une nouvelle mission du designer, ou du moins une mission qui prend de plus en plus le pas, sur la seule production « de quelque chose » ?

« Éclairer » me semble être la première action à laquelle le designer est invité. C'est pourquoi, je la traiterai avant toute autre. Viendront seulement ensuite les actions de « (re)lier » et « révéler ».

ÉCLAIRER

v. est issu d'abord au participe passé (x^e s., *esclairer*) puis, (v. 1200), à l'actif d'un latin populaire **exclarare*, composé de *ex-* et du verbe classique *clarare*, dérivé de *clarus* (→ clair), qui se rattache à la même racine indoeuropéenne que le latin *clamare* (→ clamer) ou le grec *ecclesia* (→ ecclésiastique, église).

♦ Éclairer a le sens concret de « répandre de la lumière » sur qqn (v. 1200) ou qqch. (xiii^e s., *éclairer une pièce*). Il s'emploie très tôt au figuré (v. 1230) au sens de « rendre clair, compréhensible », « expliquer », d'où « mettre (qqn) en état de comprendre » (1580).

Avec cette valeur, le participe passé **ÉCLAIRÉ, ÊE** est adjectif au sens (1667) d'« avisé, expérimenté » (*un homme éclairé*) et dans le *despotisme éclairé*, désignant l'idéal politique de certains philosophes au xviii^e s. ○ *Éclairer* a pris (xvi^e s.) la valeur de « payer », spécialement dans l'argot des jeux (1771, *éclairer le tapis*) ; dans le théâtre poissard du xviii^e s. il signifie « corrompre ». Cette acception viendrait de l'éclat de la pièce d'or ou d'argent, qui « éclaire » le tapis des joueurs. Puis le verbe a eu le sens euphémistique d'« incendier » dans le contexte révolutionnaire (1790) ; il s'emploie aussi dans le domaine militaire (1834) au sens figuré de « surveiller, observer », c'est-à-dire « donner des lumières sur qqch. » (xvi^e s.), dans *éclairer la marche d'une troupe* « la protéger en envoyant en avant des « éclaireurs » (ci-dessous) ». Par analogie, éclairer signifie « illuminer », en parlant du visage. ○ L'emploi impersonnel pour « faire des éclairs » (mil. xvi^e s.) est aujourd'hui régional, à la différence de *tonner*.

Éclairer a de nombreux dérivés. ○ **1 ÉCLAIR** n. m., déverbal d'*éclairer*, est attesté (v.1121) au sens de « clarté, lumière » ; il s'emploie spécialement (fin xii^e s.) pour désigner la lumière intense et brève provoquée par une décharge électrique dans l'atmosphère pendant un orage (éclair en ce sens a remplacé l'ancien *espart*) ; de ce sens viennent des locutions ou expressions figurées, où est conservée l'idée de « rapidité extrême » ; **prompt, rapide comme l'éclair, avec la rapidité de**

l'éclair, comme un éclair, passer comme un éclair, en un éclair ; il s'emploie aussi en apposition, dès 1867, dans l'homme-éclair chez V. Hugo, couramment dans *guerre éclair* (1890) et *fermeture Éclair* (1928, nom déposé). Par extension le mot se dit d'une lumière vive et de courte durée (mil. xiv^e s.), d'où par hyperbole, en parlant des yeux, du regard, lancer (jeter) des éclairs « étinceler », selon le thème du regard meurtrier lié à la foudre (cf. foudroyer du regard). Éclair s'emploie au figuré (1604), rare avant le xix^e s.) au sens de « bref moment » (*éclair de génie* « inspiration soudaine »). **2 ÉCLAIR** n. m. (attesté 1856) désigne un petit gâteau fourré d'une crème cuite ; l'explication invoquée, du fait que ce gâteau peut se manger vite, ne convainc pas. **ÉCLAIREMENT** n.m. (1^{re} moitié xii^e s., *esclairément*) signifie d'abord « explication, éclaircissement » ; cet emploi est rare aujourd'hui. Au sens de « clarté du jour qui se lève » (1225-1230) le mot n'est plus employé après le moyen-âge. *Éclairément* est repris au xix^e s. au sens concret d'« action, fait d'éclairer » (1861, Goncourt), d'usage littéraire, et est employé comme terme scientifique en physique, en botanique. ○ **ÉCLAIRE** n.f., aujourd'hui d'usage régional, est employé comme synonyme de *chélidoine* (1^{re} moitié du xiii^e s. ; aussi *grande éclairer*) et de *ficaire* (aussi *petite éclairer*), ces plantes ayant la réputation d'améliorer la vue. Le mot a désigné les ouvertures d'un soupirail (1325), une lucarne (1490), par référence au fait qu'ils éclairent un lieu (cf. les sens de *jour*).

ÉCLAIREUR, EUSE n. s'est d'abord dit (xiii^e s. *esclerieres*) de ce qui éclaire l'intelligence d'un lecteur. Le mot prend au xvi^e s. le sens de « surveillant » (*de éclairer* « surveiller, observer », xvi^e s.), d'où (1792, n.m.) celui de « soldat qui précède la marche d'une unité, pour reconnaître le terrain » ; il se dit ensuite d'une navire, d'un avion. ◇ Par extension, hors d'un contexte militaire, éclairer désigne une personne qui marche en avant, au propre et au figuré (xx^e s.) et dans la locution **être, marcher en éclairer**.

Google éclairer

Tous Images Shopping Actualités Maps Plus Paramètres Outils

couleur jeton place bureau png bougie éclairer son éclairage comment éclairer temps clipart Lune bien éclairer luminaires son jardin lumière

Les bornes conçues pour bien s'éclairer au bureau - [l'express.com](#)

Ben éclairer le bureau - nos astuces - [4aDico - !\[\]\(d8b22015742c84cbc128802b05c4af9c_img.jpg\) blog.com](#)

L'hydrogène qu'il faut pour éclairer votre maison - [l'express.com](#)

Neoville x One LED pour éclairer le miroir - [neoville.com](#)

Éclairer ses conforts intérieurs grâce à la... - [l'express.com](#)

Connexes du 7e - miroir - [l'express.com](#)

Meux éclairer de maison avec les ampoules... - [l'express.com](#)

Comment bien éclairer une pièce ? - [l'express.com](#)

Comment bien éclairer sa terrasse ? - [l'express.com](#)

Beau et précis : le matériel de la bougie - ... - [l'express.com](#)

7 idées nouvelles d'éclairage pour le... - [l'express.com](#)

Comment être mieux illuminé pour éclairer... - [l'express.com](#)

Comment bien éclairer et décorer un escalier - ... - [l'express.com](#)

Une bougie pour éclairer le monde - ... - [l'express.com](#)

Une bougie pour éclairer le monde - ... - [l'express.com](#)

On peut s'éclairer avec des plantes - [l'express.com](#)

Quel dispositif pour éclairer un escalier sans... - [l'express.com](#)

Éclairer de sa terrasse - La PLE au Lodge Bari - ... - [l'express.com](#)

Comment bien éclairer son... - [l'express.com](#)

4 outils pour éclairer son coin du 1er octobre - [l'express.com](#)

Luminaires : trois tendances pour s'éclairer en... - [l'express.com](#)

Éclairer jardins et pièce sur la synergie restes... - [l'express.com](#)

Continuer à éclairer ses choix en 2018 - [l'express.com](#)

Comment ? - Pour actions... - [l'express.com](#)

Éclairer son jardin de manière dynamique et étonnante - [l'express.com](#)

Peux-tu éclairer sa lampe ? - [l'express.com](#)

Et si une forêt de choses venait éclairer... - [l'express.com](#)

Éclairer et jouer - [l'express.com](#)

Comment éclairer une entrée ? - [l'express.com](#)

Une Lampe D éclairer La D... - [l'express.com](#)

Éclat - [l'express.com](#)

Lampe De Pour éclairer La M... - [l'express.com](#)

Éclairer pour annoncer, une campagne 1980 pour... - [l'express.com](#)

Recréer une lune artificielle pour éclairer une... - [l'express.com](#)

Comment éclairer un tableau ? La M... - [l'express.com](#)

Ben éclairer son salon à l'ange - [l'express.com](#)

Des plantes bioluminescentes pour éclairer les villes... - [l'express.com](#)

Éclairer sans gaspiller - [l'express.com](#)

Chaque 10 ampoules brûlées et j... - [l'express.com](#)

La Chine recrée une Lune artificielle pour sé... - [l'express.com](#)

Annulez 13W LED Tenu LED... - [l'express.com](#)

Éclairer sa piscine - 7 possibilités - [l'express.com](#)

Aménagement de corridors - les règles d'éclair... - [l'express.com](#)

Comment éclairer un escalier ? - [l'express.com](#)

Comment éclairer sa façade - 4 types + le choix de l'ambiant... - [l'express.com](#)

12 temps pour s'éclairer à tout prix ! - [l'express.com](#)

Comment éclairer un sous-sol ? - [l'express.com](#)

Une terrasse d'été lumineuse grâce p... - [l'express.com](#)

Éclairage de jardin - lequel choisir ? - ... - [l'express.com](#)

Ben éclairer sa maison - Lampy Martin - [l'express.com](#)

Donner - [l'express.com](#)

Des arômes fluorescents pour éclairer le... - [l'express.com](#)

Des bactéries lumineuses pour s'éclairer - ... - [l'express.com](#)

La Chine veut éclairer ses villes depuis l'espace - le g... - [l'express.com](#)

Comment bien éclairer sa cuisine ? - ... - [l'express.com](#)

Comment bien éclairer un tableau ? Luminaires... - [l'express.com](#)

Comment éclairer son escalier ? - [l'express.com](#)

Ben éclairer son tableau / Adrien... - [l'express.com](#)

Différentes idées pour éclairer son... - [l'express.com](#)

Ben éclairer une chambre et un bu... - [l'express.com](#)

l'express.com

1. Imaginaire du verbe

Se cache derrière ce terme « éclairer », l'idée que peu importe la situation nouvelle que l'on aborde, qu'elle soit professionnelle ou personnelle, y répondre nécessite de se familiariser avec elle. Et pour y parvenir, la première chose à faire est de prendre connaissance, s'informer, comprendre les éléments qui la compose.

C'est ainsi que j'envisage également le lien entre ce terme et le métier de designer. Il me paraît en effet capital de s'approprier un sujet, un environnement pour faire corps avec lui et être en capacité d'y répondre au mieux.

Éclairer, pour ses clients comme pour soi-même, c'est arriver dans un environnement qui nous paraît sombre, et, petit à petit, arriver à faire le point sur la zone qui sera essentielle pour l'aboutissement du projet.



2.

Le cas exemplaire de l'Encyclopédie de Diderot et d'Alembert

Pour penser ce en quoi peut consister le geste du designer, tel qu'il consisterait à éclairer, j'aimerais faire un détour par *L'Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers* de Diderot² et d'Alembert³.

Cette encyclopédie constitue pour moi davantage qu'une référence ; elle constitue un modèle pour penser ce que pourrait être aujourd'hui la tâche d'un designer graphique qui s'attacherait moins à produire de nouvelles images, représentations, interfaces, etc. pour venir occuper jusqu'à saturation l'espace visuel et/ou de communication, qu'à concevoir la meilleure manière de rendre accessible à tous un ensemble foisonnant de contenus divers nouvellement apparus.

Cette volonté de démocratiser le savoir me touche aussi sûrement parce qu'il passe par la mise en page, un support auquel je crois et que je porte dans ma pratique.

2. Denis Diderot, né le 5 octobre 1713 à Langres et mort le 31 juillet 1784 à Paris, est un écrivain, philosophe et encyclopédiste français des Lumières, à la fois romancier, dramaturge, conteur, essayiste, dialoguiste, critique d'art, critique littéraire et traducteur.

3. Jean Le Rond d'Alembert est un mathématicien, physicien, philosophe et encyclopédiste français, né le 16 novembre 1717 à Paris où il est mort le 29 octobre 1783.

CONTEXTE

L'entreprise encyclopédique a bien entendu une visée scientifique. Rappelons quelques éléments de contexte.

L'Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers est un projet français. Elle fut éditée de 1751 à 1772 sous la direction de Denis Diderot et de Jean Le Rond d'Alembert.

Il s'agit d'un ouvrage essentiel du XVIII^e siècle et cette encyclopédie fut la première du genre en France. Elle représente un travail rédactionnel et éditorial considérable de par les connaissances qu'elle contient. Elle a rassemblé des écrits de gens de lettres de l'époque, venant de ce qu'on appelait « société de gens de lettres ». Au delà des savoirs qu'elle abrite, cette œuvre majeure et la finalité de démocratisation du savoir qu'elle vise en font un véritable symbole de l'œuvre des Lumières : arme politique, elle fut l'objet de nombreux rapports de force entre éditeurs, rédacteurs, pouvoir séculier et ecclésiastique.

Dans le « Discours préliminaire » de l'Encyclopédie, d'Alembert y explique les motivations de ce travail entrepris par l'équipe des encyclopédistes. Il critiqua notamment, et de façon sévère, les abus de l'autorité spirituelle dans la condamnation de Galilée⁴ par l'Inquisition en 1633 en ces termes :

« Un tribunal (...) condamna un célèbre astronome pour avoir soutenu le mouvement de la terre, et le déclara hérétique (...). C'est ainsi que l'abus de l'autorité spirituelle réunie à la temporelle forçait la raison au silence ; et peu s'en fallut qu'on ne défendit au genre humain de penser. »

4. Galilée (en italien : Galileo Galilei), né à Pise en 1564 et mort à Arcetri, près de Florence, le 8 janvier 1642 (77 ans), est un mathématicien, géomètre, physicien et astronome italien du XVII^e siècle.

DESCRIPTION

Mais, au-delà de ce premier aspect, ce qui est intéressant dans cette entreprise, c'est la volonté à laquelle elle a pu correspondre de rendre accessible ces contenus scientifiques au plus grand nombre, dans une perspective éminemment pédagogique, sinon politique. C'est cette volonté de démocratiser les savoirs – du moins de trouver avec le secours de l'imprimerie le moyen d'en opérer une diffusion des plus larges (loin de celle réservée jusqu'alors aux spécialistes et initiés) – qui retient surtout mon attention de designer graphique. Ceci, car cet objectif en sera passé par tout un travail de collection d'information, de mise en page, et de création d'un support adéquat – un travail auquel je crois et que je côtoie quotidiennement.

Au-delà de l'entreprise scientifique de collection de divers savoirs et savoir-faire, c'est le travail graphique au fondement de l'entreprise, qui m'intéresse tout particulièrement.

En effet, *L'Encyclopédie* est un ouvrage qui ne tient pas seulement, pas vraiment même, à la simple « compilation », la simple « somme », d'un ensemble des savoirs. Son génie et le succès de son projet même de diffusion démocratique les différents savoirs, tient surtout à la réalisation, des fameuses planches graphiques qui font la réputation de l'ouvrage. Elles comportent des croquis explicatifs qui doivent permettre aux non-initiés d'approcher ou s'approprier ces connaissances scientifiques et techniques nouvelles.

Considérons l'une de ces séries de planches en particulier : l'exemple du jeu de paume, aussi appelé paulmerie.

On observe que les planches ne sont pas seulement à visée illustrative ; leur but n'est pas seulement de nous montrer à quoi ressemble une raquette de jeu de paume, mais bien d'introduire des éléments de contexte indispensables à la compréhension de cet objet. Nous croisons ainsi, matériaux et gestes de fabrication, instruments et lieu du jeu.

— PL. 1

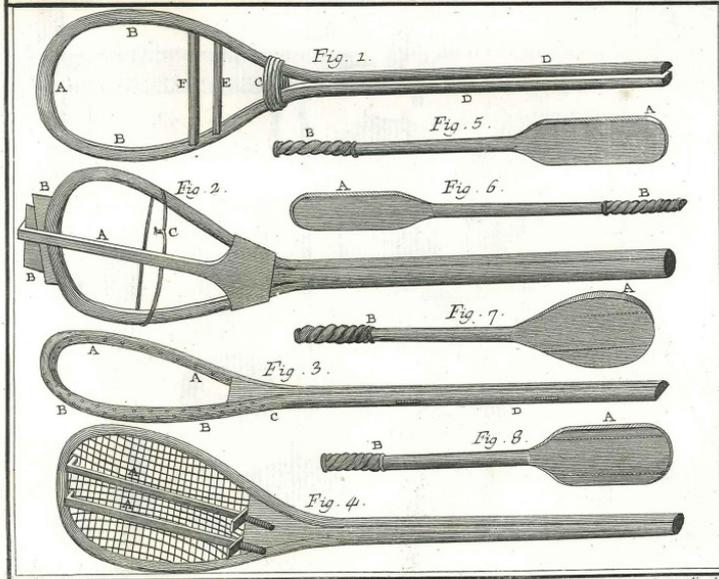
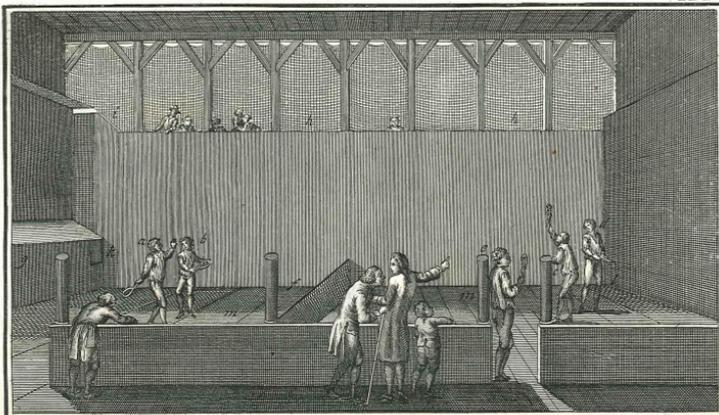
La première planche est légendée « Paulmerie, Jeu de Paume et Construction de la Raquette ». Elle représente en partie haute le contexte en lequel ce jeu survient, en l'occurrence l'espace singulier dans lequel on y joue, les personnes qui y jouent et enfin les objets qui sont requis pour y jouer, en faisant apparaître la raquette tenue dans les mains des joueurs. La partie basse nous montre en détails les éléments qui composent cette raquette. Des légendes et des numéros servent à présenter les différentes configurations possibles de cet objet.

— PL. 2

La seconde, légendée « Paulmier, Instrumens de Paulme », nous présente maintenant les outils nécessaires à la fabrication des raquettes qui viennent de nous être présentées en PL. 1. Là encore, ces différents dessins sont légendés avec lettres et numéros de figures. Ces derniers nous renvoient à des annotations qui doivent nous permettre de comprendre comment sont fabriqués ces objets. On y voit des sortes d'établis, des peignes, des instruments qui sont probablement à manipuler pour leur fabrication, ainsi que d'autres choses dont il est difficile de comprendre le sens, l'usage et la fonction sans autre explication.

— PL. 3

La troisième, légendée « Paulmerie, Instrumens de Paulme » présente également des outils qui permettent de fabriquer la raquette. Mais cette fois-ci, ils ne sont pas simplement montrés et légendés avec des lettres et des numéros de figures : cette planche explicite le lien existant entre les outils et la raquette. En effet, on observe ici la raquette en train d'être mise en forme et fabriquée, prise entre deux étaux ainsi que des balles dont on devine qu'elles sont l'autre élément du jeu.



Paulmerie, Jeu de Paulme et Construction de la Raquette.

Scattaglia di.

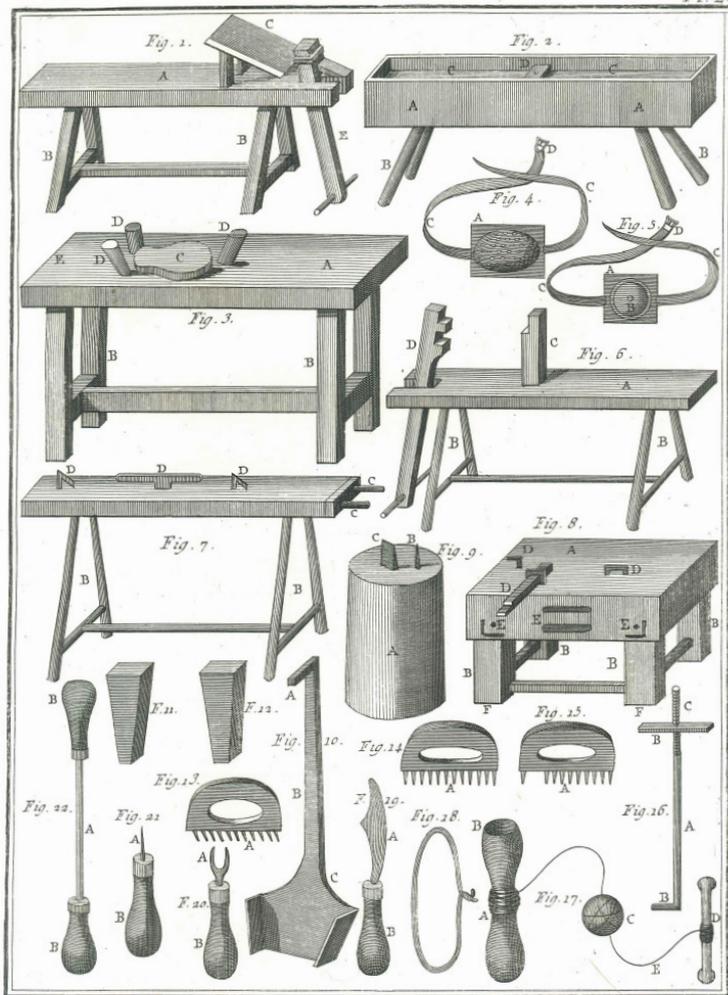
148

— PL. 5

La cinquième planche (nous n'avons pas pu retrouver la quatrième planche de cette série) nous présente quant à elle, tout autre chose. Sa légende est « Paulmerie, Salle de Billard et Instrumens de Billard ». La simple vue des images qu'elle contient nous permet de comprendre que la paulmerie et le billard sont deux activités qui semblaient être jouées dans un même lieu. En partie haute, comme dans la première planche, une gravure de la salle de billard. Les gens sont en train de jouer avec différents instruments et notamment la queue que l'on connaît du billard ; l'espace de jeu du billard tel qu'on le connaît encore aujourd'hui est présenté, ainsi que la manière dont les points sont comptés. Ce qui est intéressant dans cette planche, c'est le lien créé entre ses deux parties : l'ensemble des éléments présentés en partie haute dans leur contexte, sont repris en partie basse, de manière à être isolés, montrés en détail. Ainsi, plutôt que de simplement observer la composition purement technique de ces outils légendés, ce qui serait peu intéressant pour le plus grand nombre, on observe, grâce à ce dessin, leur contexte d'usage, la manière dont ces objets sont utilisés. La présentation du contexte d'usage est ici fondamentale.

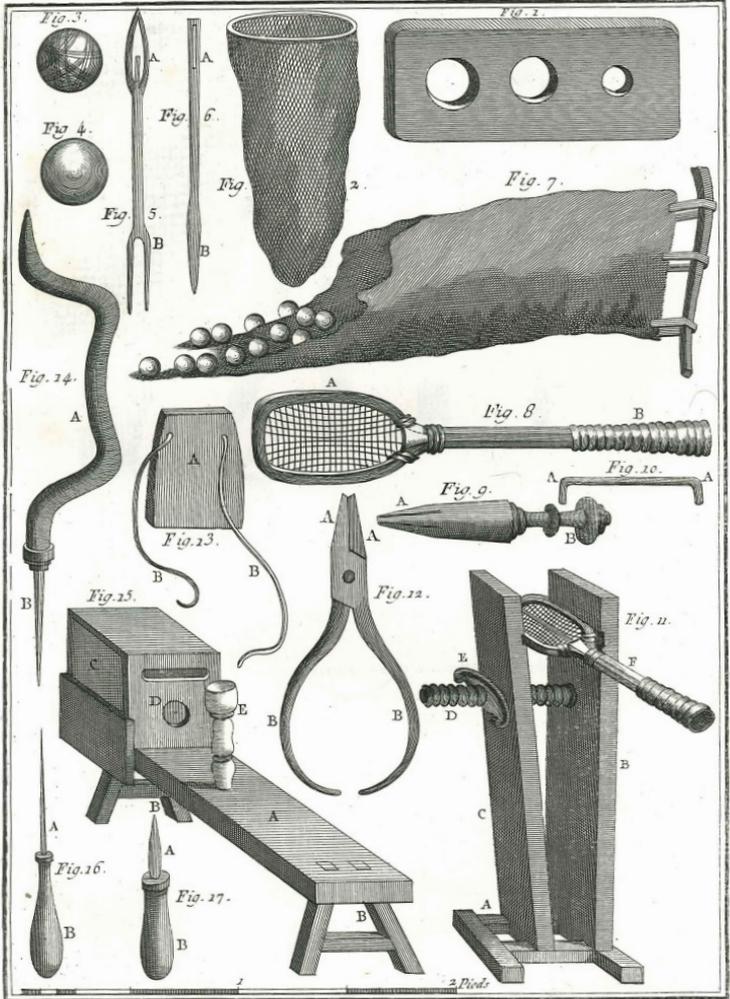
— PL. 6

La sixième planche est légendée « Paulmerie, 1^{er} Plan d'un Jeu de Paulme quarré et Salle de Billard ». Il s'agit d'un plan de dessus nous présentant l'ensemble du bâtiment dans lequel sont abritées la salle du jeu de paume présentée en PL. 1 et la salle de billard présentée en PL. 5. Cela nous permet alors de comprendre le lien avec les premières planches qui nous ont été données à voir. On y découvre le contexte global : non plus seulement celui de l'objet (la raquette) et des outils de fabrication, mais celui du bâtiment. Comme pour les précédentes, cette planche est annotée à l'aide de lettres et de numéros de figures. Elle comporte également une échelle spatiale qui nous indique le format de cet espace.



Paulmier, Instrumens de Paulme.

Sculp. de



Paulmerie, Instrumens de Paulme.

*Intagliata da
25c*

— **PL. 7**

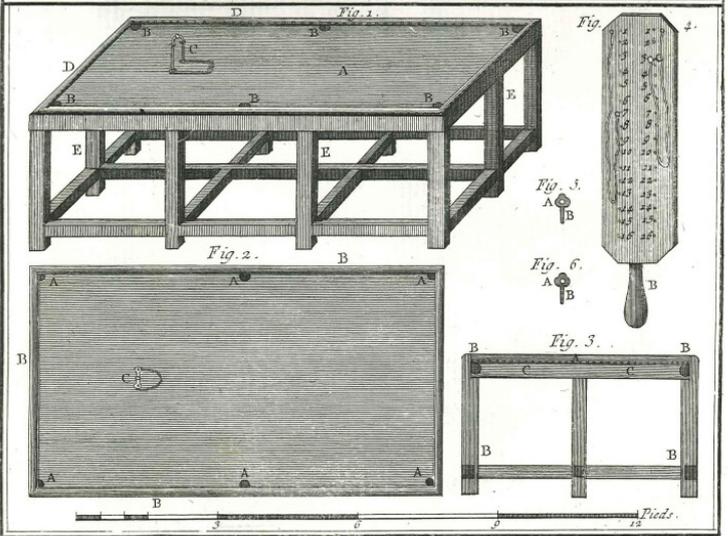
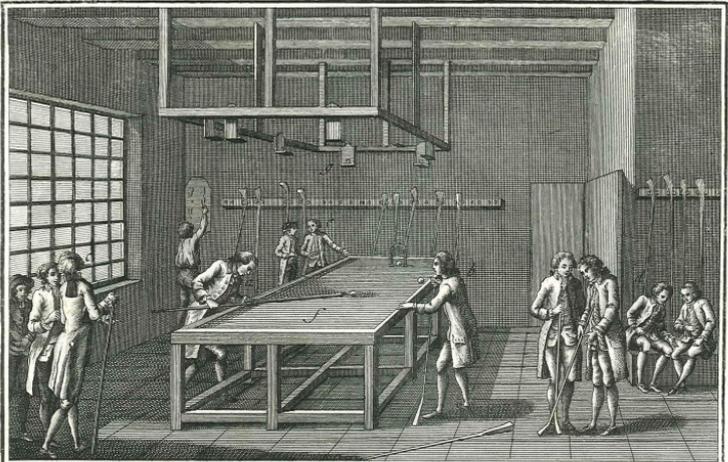
La septième planche est légendée « Paulmerie, plan au-dessus des murs du Jeu de Paume ». Elle nous présente le bâtiment vu d'en haut et plus seulement le plan du sol. Nous découvrons alors qu'il est abrité d'une toiture qui nous est montrée et de murs dont l'épaisseur est également décrite grâce à l'échelle présente sur cette planche comme sur la précédente.

— **PL. 8**

La huitième planche qui nous présente le bâtiment dans sa globalité est légendée « Paulmier, Coupes du Jeu de Paulme carré ». Elle est constituée de deux parties : une partie haute qui nous présente une coupe de face du bâtiment présenté en plan de dessus précédemment, et une partie basse qui présente ce même plan de coupe mais, cette fois-ci, à l'autre extrémité du bâtiment. Cela nous permet d'envisager les différents niveaux qui peuvent constituer un bâtiment de jeu de paume. Les légendes nous montrent des portes qui permettent de se rendre compte de la taille de ces bâtiments en les rapportant à notre propre échelle corporelle.

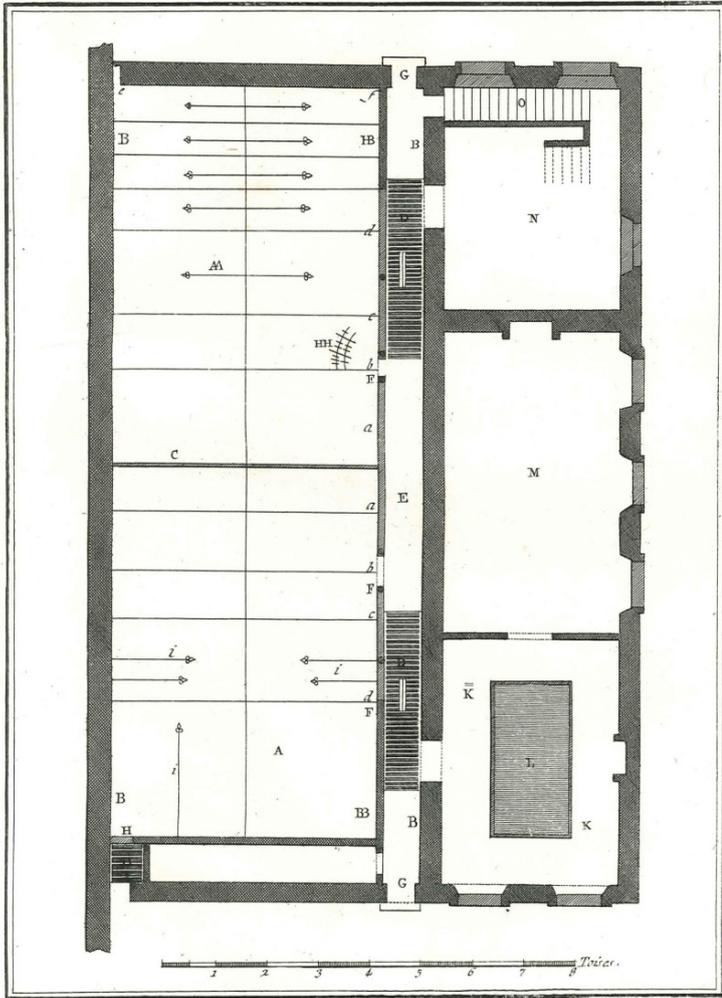
— **PL. 9**

La neuvième et dernière planche de la série reprend des vues qui étaient déjà apparues mais cette fois-ci elles sont mises en vis-à-vis. La légende est « Paulmerie, Plans au rez de Chaussée et au-dessus des Murs d'un Jeu de Paulme au-dedans ». Elle nous présente, en figure 1, le plan vu de dessus avec des lettres qui légendent l'espace en détail. En figure 2, qui elle nous montre ce même plan mais avec les murs et nous permettent ainsi de comprendre quelle est la structure de cet espace. Il est aussi intéressant de noter pour nous que l'échelle présente sur cette planche est une échelle en toises, unité que nous n'utilisons plus aujourd'hui. Une toise correspond à 1,949 m. Cette unité nous permet ainsi d'amener un autre élément de contexte à cette planche.



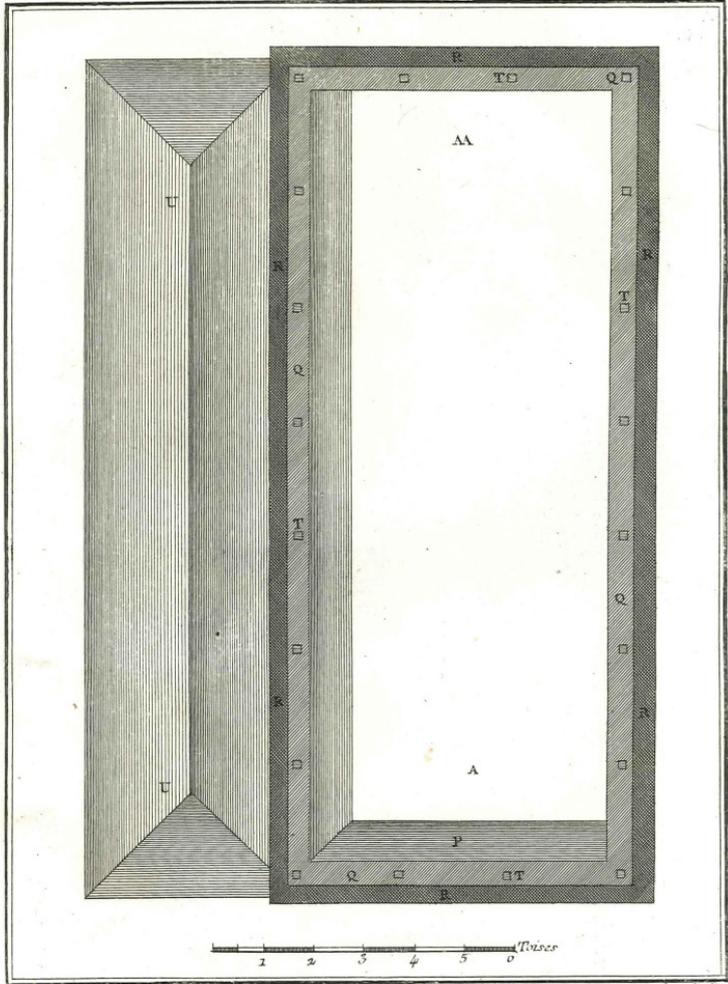
Paulmerie, Salle de Billard et Instrumens de Billard.

Scamozzi del.
2.32



Paubnerie, 1^{er} Plan d'un Jeu de Paubne quarré et Salle de Billard.

*Jougnias del.
153*



Paubmerie, Plan au-dessus des murs du Jeu de Paubne.

Scalpinia del.
153

ANALYSE



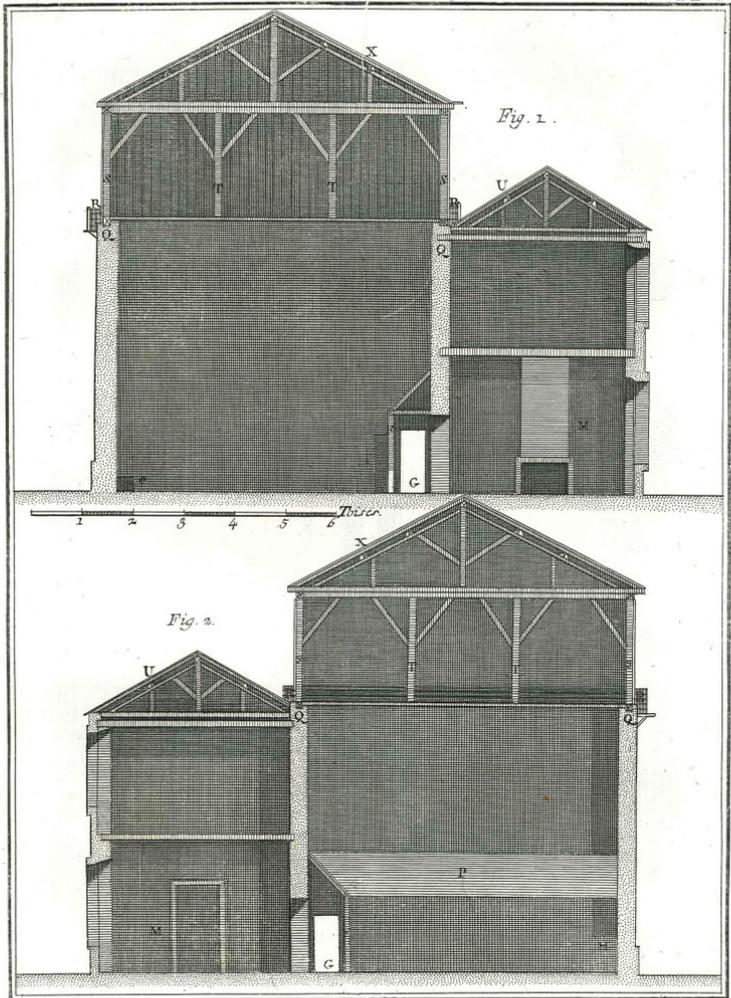
Éclairer est un verbe qui résonne pour moi avec *L'Encyclopédie* de Diderot et d'Alembert, parce que j'ai le souvenir comme beaucoup de l'avoir étudié lorsqu'on évoque le siècle des Lumières, dont cette encyclopédie est un des symboles forts.

« Éclairer » pour l'encyclopédiste du siècle des Lumières, signifie informer, former, sinon éduquer à un savoir que l'on veut le moins réservé, le plus partagé ou universel possible.

L'analyse que nous avons faite des planches ci-dessus aura permis de le vérifier. Or la force d'éclairage de ces planches, procède autant du choix d'un certain type de dessins, non illustratifs, qu'auront fait leurs auteurs, que du souci constant qu'ils auront eu de présenter chaque réalité considérée en son contexte complet de production et d'usage. C'est en ce sens que nous pouvions affirmer plus haut qu'à la composition de cet ouvrage correspondait une intention pédagogique sinon politique.

Sous cet aspect, l'encyclopédiste n'est pas tant un puits de science, une personne qui viendrait cumuler un ensemble infini de savoirs multiples, en se prétendant spécialiste de toute chose, que celui qui est susceptible de les sélectionner, arranger et présenter ensemble de manière à les rendre accessibles. L'encyclopédiste ne peut d'ailleurs à lui seul tout savoir, c'est pourquoi il travaille dans un collectif. Faire œuvre d'encyclopédie, n'implique certainement pas de tout connaître sur tout. Diderot et d'Alembert eux-mêmes ne savaient certainement pas tout des différents sujets qu'ils présentaient d'ailleurs qu'avec la collaboration de nombreux spécialistes.

Il ne s'agissait pas tant ici pour eux de maîtriser l'ensemble des connaissances existantes, que de savoir comment arranger, réunir et transmettre les savoirs spécialisés.

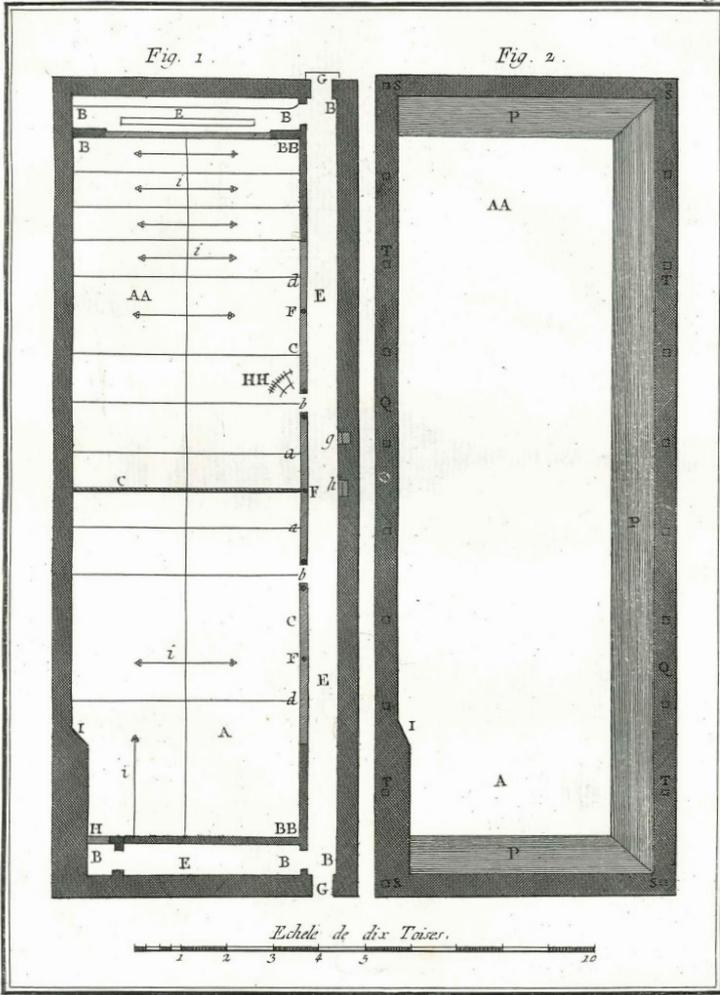


Paulmier, Coupes du Jeu de Paulme quarré.

François de
133

Fig. 1.

Fig. 2.



Paubmerie, Plans au Rez de Chaussée et au-dessous des Murs d'un Jeu de Paume catalans. L. 36.

Et si l'enjeu était bien de produire un état des lieux d'un champ de connaissance tel qu'il était à l'heure où ils réalisaient cette encyclopédie, il s'agissait autant de le rendre « accessible » au plus grand nombre. De ne plus réserver la connaissance scientifique et technique aux seuls « initiés ».

Et s'ils ont réussi à parfaire cette encyclopédie et à ce qu'elle ait la portée qu'elle a encore aujourd'hui, c'est assurément qu'ils se sont rendus capables d'articuler l'ensemble de ces connaissances en une forme ou un format les rendant accessible à tous. Or, il nous semble que cela tient surtout au fait qu'ait été posée la question du contexte de production et d'usage des réalités présentées.

À ce compte, le travail de l'encyclopédiste est surtout de « mettre en forme », articuler ces savoirs, créer des liens, les arranger et les ordonner de manière à ce qu'ils soient accessibles en leur principe au plus grand nombre. Et cela passe par un travail graphique.

C'est pour cette raison que lorsqu'on ouvre *L'Encyclopédie*, on s'aperçoit que celle-ci est majoritairement constituée de définitions mais aussi d'images et en particulier de gravures qui expliquent comment un procédé ou un outil fonctionne. Ils ne se contentent pas de simplement faire des illustrations. En observant la construction de l'ouvrage, on s'aperçoit qu'ils font aussi la lumière sur la manière dont cet outil est fabriqué, sur les éléments dont cet outil est constitué et sur la façon dont cet outil est utilisé. C'est sûrement là une des grandes forces de cette encyclopédie. En effet, ce procédé formel mis en œuvre permet de ne pas seulement s'adresser à des gens déjà éclairés (même s'il est vrai que le coût d'acquisition de l'ouvrage triait par le haut la population) mais d'informer, former dans une perspective plus largement universelle ; c'est à mon sens l'enjeu de ces mises en page et du recours à ces types de dessin, qui sont effectivement des croquis, schéma, etc.

Une chose me semble importante à souligner : *L'Encyclopédie* a eu le souhait de mettre en valeur toute une série de connaissances, mais encore et surtout de les centraliser et les rendre accessibles par un travail de mise en forme.

Développer cet exemple était aussi une façon de remettre en lumière l'objectif même de cet ouvrage, qui est de rendre accessible ces savoirs scientifiques et techniques au plus grand nombre, en usant de procédés tels que le dessin, le croquis, le schéma, etc. Tout ce qui fait ici le principe de la « planche ».

Or cela me paraît encore très actuel dans le monde d'aujourd'hui tandis que nous sommes entourés de connaissances nouvelles, mais manquons parfois de possibilité d'en effectuer le tri et d'en opérer la synthèse – une aptitude acquise qui paraît encore aujourd'hui n'être réservée qu'aux personnes qui, précisément, sont des « spécialistes » ou des « initiés ». Cette volonté et capacité à éclairer un quidam sur tel ou tel sujet, me semble particulièrement devoir être celle du designer, qui doit toujours s'efforcer de produire de l'accessible, quelle que soit la forme que cela suppose d'inventer.

À ce compte, on pourrait être tenté de comparer le travail de l'encyclopédiste et celui du designer.

Reprenons d'abord la question de savoir s'il est nécessaire, pour le designer comme pour l'encyclopédiste, de tout connaître d'un sujet pour pouvoir faire un projet dessus.

Si le designer ne sait pas de quoi il parle, comment pourrait-il alors repérer les problèmes qui se posent et leur apporter de justes réponses ? C'est une question de légitimité. S'il ne maîtrise pas le sujet, s'il ne connaît pas, au moins pour partie, les données de la situation sur laquelle il prétend intervenir, comment pourrait-il prétendre l'aborder de façon raisonnée ?

Pourtant, lui est-il nécessaire de tout connaître d'un sujet pour être capable d'y répondre dans le cadre d'un projet ? Probablement pas. D'autres aspects tels que la sensibilité ou l'instinct interviennent sans aucun doute dans l'approche d'un sujet. On pourrait alors se demander jusqu'à quel point il est nécessaire de connaître un sujet pour pouvoir faire un projet qui s'y rapporte ?

La question n'est sans doute pas ici de choisir entre tout

connaître et connaître un peu. Mais la compétence propre du designer, à l'instar de celle de l'encyclopédiste, pourrait bien tenir à cet arrangement d'éléments composites en une forme en permettant un accès accru.

Le designer est quelqu'un qui ne doit ni se contenter de faire des formes, ni se satisfaire de travailler de façon isolée dans son atelier. Du moins, ce n'est pas ce qu'il me semble souhaitable. Il se doit d'être capable d'observer et de mener des études sur des sujets théoriques mais aussi des enquêtes de terrain pour comprendre l'écosystème à multiples dimensions hétérogènes, dans lequel il va s'installer ou plus exactement dans lequel il va installer sa production. Et cela est vrai qu'il s'agisse de produire une affiche pour le designer graphique, un objet ou dispositif pour le designer produit, une scénographie pour l'architecte d'intérieur ou bien d'autres choses encore au sein des divers métiers qui peuvent être apparentés au design.

Il subsiste à mon sens un autre point de comparaison possible du designer avec l'encyclopédiste : le designer n'est pas quelqu'un qui agit seul comme la figure moderne de l'artiste-auteur semble le revendiquer. Le designer seul ne peut pas faire grand-chose. Il est toujours inscrit dans un projet avec divers acteurs qui définiront pour une part son cadre de production et donc sa production elle-même. Cette production sera alors intrinsèquement liée aux acteurs mobilisés dans le cadre spatio-temporel établi.

3.

Réflexion

— Être designer aujourd'hui

Être designer aujourd'hui n'est pas seulement synonyme de « fabriquer » des choses, « produire » des objets, réaliser des graphismes ou des espaces.

Dans ma pratique quotidienne de designer graphique – qu'il s'agisse pour moi de designer des maquettes d'écrans, de travailler pour l'édition ou de construire quelque identité de marque – la difficulté que je rencontre est souvent la même : il n'est pas aisé de faire comprendre aux clients avec lesquels je travaille, qu'avant d'aboutir à une production « formalisée » telle qu'ils l'attendent, il m'est nécessaire de passer par une phase d'étude et de recherche. Parfois, je ne dispose pas même de preuves de cette phase de travail, qui puissent être déclinée en termes de supports montrables afin de témoigner du temps que j'ai pu passer à effectuer mes recherches.

Prendre en compte la situation donnée dans son ensemble, avec ses acteurs (qu'ils soient objets, individus, espace ou temps), est pourtant capital lorsqu'on entreprend un projet. Il est important aussi de comprendre l'écosystème dans lequel va se positionner notre production, que de comprendre qui sont les gens auxquels cette dernière s'adresse. Les clients sont toujours, de près ou de loin, au cœur d'un projet, lorsqu'il s'agit de design. La dimension relationnelle constitue alors la clé de voûte à la bonne organisation et bon déroulement du projet.

— L'établissement de cette relation prend-t-elle le pas, au sein du projet, sur la production proprement dite ?

Nous faisons ici l'hypothèse que notre production est affectée par la relation que l'on entretient comme designer avec les individus qui sont concernés au premier chef par le

projet sur lequel nous sommes amenés à travailler. L'affect que l'on place en chaque projet impacte en effet la conduite que nous pouvons avoir de ce dernier ; on ne produira alors pas chaque projet de la même manière.

Mais dans quelle mesure cet investissement affectif ou relationnel ne risque-t-il pas d'impacter le résultat de notre production ? Comment veiller à ce que ce ne soit pas le cas ? Est-ce seulement une bonne chose que le relationnel puisse avoir un effet sur ce que l'on produit ? Ou devons-nous au contraire avoir la capacité de nous en abstraire ?

Vous vous en doutez, je n'ai pas de réponse ferme et définitive à apporter à cette dernière question. Ce qui me paraît essentiel en la matière, c'est surtout de s'efforcer de choisir une direction.

Revendiquer la nécessité de s'en abstraire absolument, ce serait pour le designer s'avouer insensible à l'être qu'il a face à lui, comme à ceux à qui le projet est destiné. Lorsqu'il s'agit de faire le graphisme d'un couloir d'hôpital pour enfants, il est difficile de ne pas avoir une certaine empathie pour ces jeunes patients. La part émotionnelle impliquée dans la création de ce graphisme, prendra tout son sens. Cette part recèlera le sens même de ce projet. Or, il en va de même, à mon sens, pour tout client « lambda ». Si la pertinence de ce rapport à l'émotionnel semble évidente en ce cas singulier, il me semble que ce n'a pas à être différent pour des cas où cela pourrait sembler moins évident. Sans tomber dans des généralités, chaque individu est différent, et chaque situation peut révéler une certaine partie du tempérament de ce dernier. Le nier ou en faire abstraction serait se priver d'informations tout aussi importantes que celles contenues dans un cahier des charges.

Un cahier des charges ne nous informe certes pas explicitement sur la façon d'être d'un client, ou la façon d'être de différents interlocuteurs. Sa constitution demande toutefois la tenue d'un échange verbal et la façon que celui-ci aura d'être énoncée sera essentielle pour traduire le contenu qui y sera énoncé. Sans verser dans quelque analyse psycho-

logique simpliste, il s'agit ici de nous demander jusqu'où l'émotion touche, affecte, la conduite du projet.

Être le plus naturel possible avec notre interlocuteur est un véritable travail à accomplir lors d'échanges humains.

Être transparent avec ses clients et lutter contre l'opacité, autant de leur côté que du nôtre, est, je pense, ce qui bâtit le cœur d'une relation constructive.

Enfin, éclairer ses clients, les informer, est décisif pour débiter un projet.

Répondre à des demandes, commandes ou besoins, est au cœur du métier de designer. Ainsi, engager un dialogue avec celui pour qui l'on travaille, échanger avec le client pour mieux comprendre sa demande, est, me semble-t-il, le rôle premier du designer. Pour lutter contre l'opacité, il est utile d'exposer au client les possibles d'aujourd'hui pour l'aider à mieux comprendre et contextualiser sa demande. La solution proposée ne lui paraîtra pas forcément la plus évidente, mais il faut espérer qu'elle sera la plus adaptée et la plus ancrée dans le monde d'aujourd'hui, sans moins prendre en compte le cahier des charges énoncé.

S'il doit considérer ce qu'il est possible de faire compte-tenu des diverses contraintes en présence (temporelles, budgétaires, etc.), le designer ne me paraît pas moins avoir à décider de l'orientation qu'il souhaite donner au monde de demain. Il devra assumer ses choix, en direction du paysage du monde qu'il souhaite voir émerger dans l'avenir.

En ce contexte, éclairer un client suppose de se demander tout à la fois :

- ce qu'il est possible de faire ;
- ce qu'il serait préférable de faire (ou de ne pas faire).

— **Ce qu'il est possible de faire**

D'un point de vue technique, tout peut être possible. Nous sommes arrivés à un moment où la technique est tellement avancée qu'elle finit parfois même par être imperceptible par l'homme.

L'exemple des écrans est frappant. Nous sommes aujourd'hui capables de produire des écrans d'une définition telle qu'ils excèdent largement la capacité de l'œil humain à en percevoir le détail.

Mais qu'est-ce donc que l'innovation aujourd'hui si elle n'est plus à chercher du côté de la technique ? L'innovation a souvent eu tendance à être associée à des performances ou des capacités techniques. Depuis toujours, les hommes cherchent à inventer des outils pour obtenir des performances techniques qui répondent à des besoins (ou pas d'ailleurs). Mais le besoin aujourd'hui des hommes et des femmes, du moins dans les pays occidentaux, semble être loin de capacités techniques. Pourtant, nous continuons cette course à la performance plus que jamais.

Nous travaillons à l'envoi de vaisseaux sur Mars pour faire rêver certains, alors même que la plupart ne savent pas ce qu'il leur adviendra le mois prochain...

L'enjeu semble donc aujourd'hui tenir à un retour vers l'humain, de parvenir à placer celui-ci au cœur des projets de design, tout en essayant de comprendre ses envies et besoins. Non de développer chez lui des capacités surhumaines dénuées de sens. La notion d'usage est au cœur de cet horizon qui consiste à replacer l'humain au cœur des projets. Cette notion a sûrement été moins évincée du monde du design d'objet ou de produit, que de celui du design graphique, et particulièrement du design graphique qui s'adresse aux écrans.

L'irrésistible ascension de l'UX design. En tant que graphiste j'ai constaté une ascension considérable depuis quatre ans de ce qu'on appelle l'UX design⁵ ou « expérience utilisateur ».

5. L'expérience utilisateur (en anglais, user experience), connue sous l'acronyme EU ou plus couramment UX (User experience), est une notion de plus en plus courante, prenant le pas sur celles d'ergonomie et d'utilisabilité des logiciels, que l'on utilisait encore récemment. L'UX réfère à la qualité de l'expérience vécue par l'utilisateur dans des environnements numériques.

L'UX design entend en effet replacer l'utilisateur au centre des interfaces graphiques. N'est-ce toutefois pas l'aveu implicite que les interfaces de type « écrans » ont d'abord été pensées pour (et par) les machines ? Il y a de cela, c'est certain. Mais il faut également tenir compte de la vague Internet qui s'est déployée sur les smartphones que nous avons tous désormais dans nos poches ou sacs-à-main.

Considérons aussi le temps que nous passons sur ces objets. Selon une étude, les Américains passent en moyenne 1460 heures par an devant leur téléphone ou leur tablette, soit près de 61 jours. En France, nous passons en moyenne 1 heure et 42 minutes par jour sur nos smartphones. Rapporté à une année, cela équivaut à 620 heures, soit presque 26 jours. Si nous décidons de laisser notre téléphone portable au placard pendant une année, que pourrions-nous faire de ces 620 heures ?

Cette ascension reste pourtant peu intéressante à observer, car il est certain que les designers, et particulièrement les webdesigners, n'ont pas attendu cette déferlante « UX » pour penser aux utilisateurs. Il reste que les comportements des usagers des écrans n'étaient pas scrutés comme ils le sont aujourd'hui, dans leurs moindres faits et gestes.

C'est pour questionner ce type de phénomène, qu'il est aussi primordial, en tant que designer, de pouvoir éclairer les gens. Par éclairer les gens, j'entends ici les informer sur ce qu'il se passe lors de l'usage d'un smartphone.

L'eye-tracking est un outil utilisé en UX design pour optimiser le design d'une page web. Cela consiste alors à analyser les mouvements de l'œil de l'utilisateur, et à placer les



éléments de la page en fonction du parcours effectué par l'utilisateur de l'interface. Ici, l'eye-tracking d'une page Wikipédia nous révèle les zones chaudes d'une page, celles plus froides, et celles qui ne sont même pas perçues.

— **Ce qu'il serait préférable de faire (ou de ne pas faire)**

Nous savons aujourd'hui trop de choses sur l'état du monde pour omettre d'en considérer les enjeux sociaux. Il me semble qu'il est aussi de notre rôle de designer, voire de notre responsabilité, de transmettre des informations, et en particulier de les rendre accessibles, pour permettre au plus grand nombre d'être informé sur ce qui l'entoure et ainsi pouvoir faire des choix conscients sans être manipulés ou laissés dans l'ignorance.

J'aimerais vraiment mettre l'accent sur la notion de « mise en évidence ». Ce point est sûrement l'un des plus essentiels à mes yeux, s'il s'agit de décrire les fonctions que porte aujourd'hui un designer. Les écarts d'accessibilité à l'information dans le monde se creusent, nous le savons et ne pouvons en faire abstraction. Ainsi me semble-t-il essentiel pour le designer de recouvrir la capacité d'être une sorte de passeur, de médiateur, de transmetteur des informations et des données du monde. Et particulièrement dans la mission du designer, et de l'artiste peut-être, de mettre en évidence des données, des images, des faits, des questionnements qui se trouvent aujourd'hui noyés dans la masse d'informations qui défilent sous nos yeux quotidiennement. C'est aussi cela, aujourd'hui, éclairer les gens.

Or pour ce faire, à mon sens, il ne s'agit pas tant d'inventer des formes nouvelles, que de repenser les formes existantes pour les rendre plus accessibles.

— **La mise en forme**

Reprenons notre exemple. Si le contenu de *l'Encyclopédie* est accessible, c'est très largement grâce à la mise en forme de cet ouvrage. En effet, son organisation en plusieurs volumes, sa structure de classement par ordre alphabétique, ses volumes distinguant articles et planches d'illustrations,

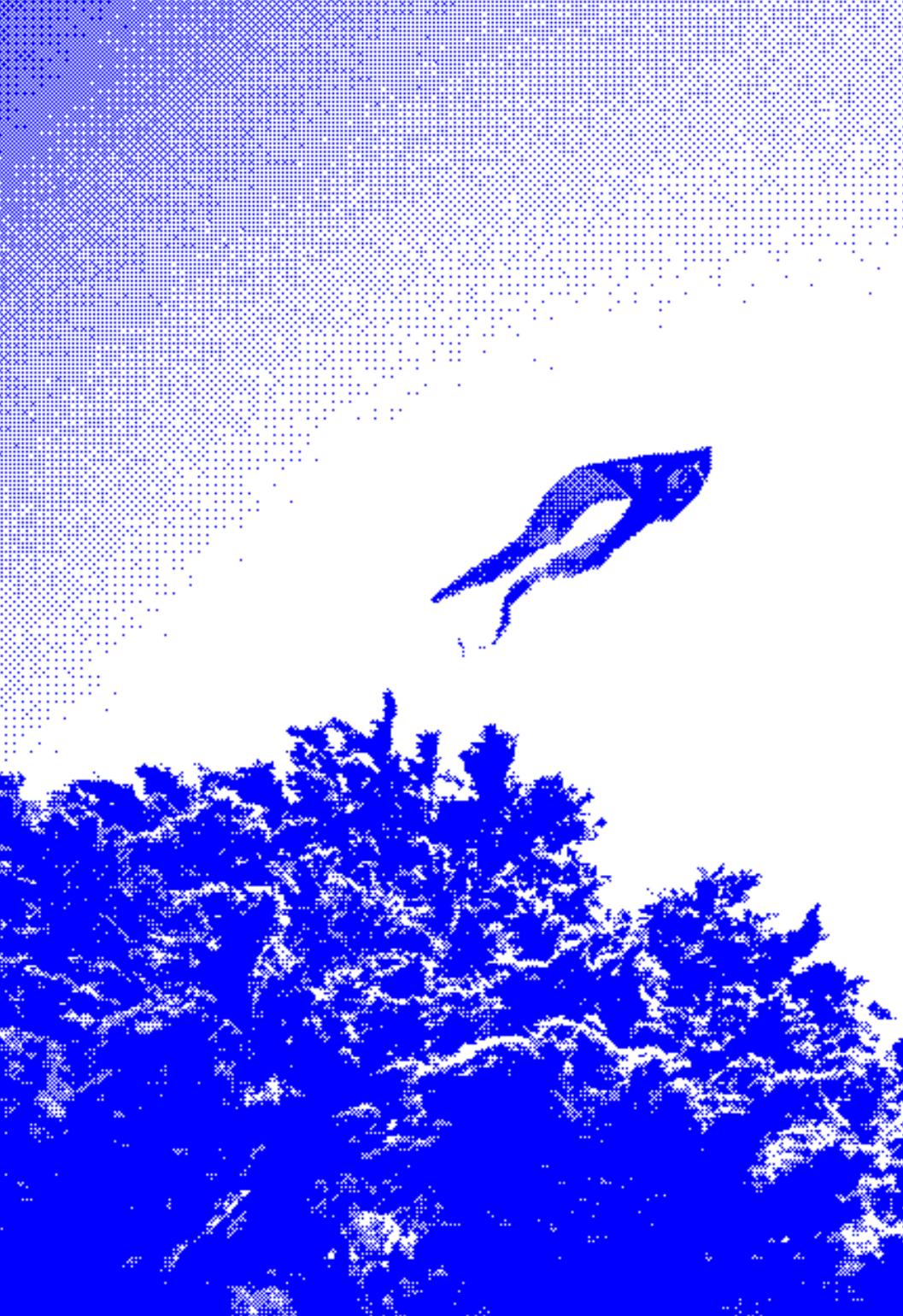
sont les attributs majeurs de son intelligibilité.

Or, elle a été rendue notamment possible grâce à une invention qui a révolutionné l'époque : l'imprimerie.

Le mot « imprimerie » désigne l'ensemble des techniques qui permettent la reproduction en grande quantité d'écrits et d'illustrations. Son objectif est de permettre une distribution de masse. Pour se faire, on se sert la plupart du temps de supports plans, et la matière la plus utilisée est le papier, parfois le textile.

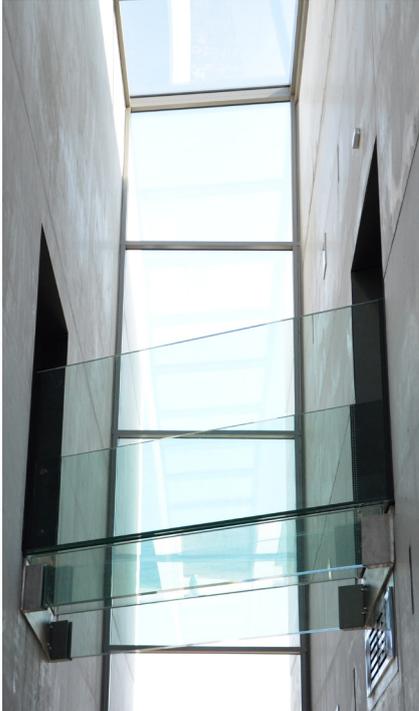
La chaîne graphique désigne alors l'ensemble des techniques qui forment l'imprimerie. Cela commence par la composition des textes et des images, le traitement de ceux-ci (photogravure), leur mise en page, l'impression puis le façonnage et enfin la relecture. Le terme d'imprimerie, jugé trop général, a été remplacé après la Seconde Guerre mondiale par celui d'« industries graphiques ».

Le point de pivot entre *l'Encyclopédie* et ma pratique est le souhait de rendre accessible un savoir existant mais réservé à une minorité d'experts.



PARTIE 2

(re)lier



Mon choix du terme de
« (re)lier » vient de ce que
je suis convaincue que le
design, quel qu'il soit, a
pour vocation de réunir.

Ceci, ne serait-ce que
parce que c'est une
discipline où ce qui est
créé est destiné à être
utilisé. À ce compte, l'objet
relie celui qui l'a créé et
celui qui en fait l'usage.

C'est une valeur à laquelle
je tiens pour la discipline.

Je conçois le designer
comme une sorte
de sociologue qui étudie
des comportements,
des usages,
des populations
et en fait des formes
et des espaces.

(RE)LIER

v. tr. est issu (v. 980) du latin *ligare* « attacher, bander, entourer, ceinturer, fixer, unir » (au propre et, d'abord dans la poésie impériale, au figuré). Sans pouvoir constituer une famille indoeuropéenne, on rapproche cependant *ligare* d'un verbe albanais et du vieil islandais *lite* « corde ».

Les formes régulières issues de *ligat* (3^e personne du singulier) *-ligare* étant *lieie-lieier* et *loie-loier* (attestées en ancien français et conservées dans de nombreux dialectes du Nord-Est), le type très ancien *lie-lier* s'explique par analogie de *prie* (issu de *precat*), *scie* (issu de *secat*) et *nie* (issu de *negat*) avec extension du radical du présent à la conjugaison entière. On a aussi émis l'hypothèse d'un type latin **ligat*, **ligare* non attesté, ais que postuleriaient aussi l'ancien provençal *liar*, *ligar*, le catalan *ligar* et le portugais *ligar*.

Lier est attesté dans la plupart de ses sens avant la fin du XIII^e s. : « entourer (qqn) de liens », « attacher à qqch. » (v. 1130), « unir différentes choses) par un lien » (v. 1150), « fermer par un lien » (fin XII^e s.). Au figuré, le verbe apparaît dans un contexte biblique (1174) avec le sens de «refuser d'absoudre, imposer des obligations en relation avec le péché ». Il s'emploie aussi avec l'idée d'établir un lien affectif, moral (1160-1174) ou juridique (1283), et pour « entraver, assujettir » (v. 1200). Certaines valeurs concrètes particulières ont disparu, par exemple « attacher les liens de (une femme) » (1160-1174) au profit de *lacer*, et « bander (une plaie) » (v. 1200). Par figure, il correspond à « rendre plus épais » en cuisine (v. 1393, *lier un potage, une sauce*), et aussi en maçonnerie (1396). Il se dit de l'écriture (1690, *lier ses lettres*) et en musique (1771, notes liées). L'expression familière **fou à lier** est issue par hyperbole de la locution verbale *lier un fou* (1668), qui correspond à l'ancien sens « attacher », d'abord « lacer, serrer par des liens », sorti d'usage. Avec une valeur abstraite, *lier* s'est étendu à l'expression d'un lien magique (1408) et d'un lien logique (av. 1563). *Se lier*, pronominal, s'emploie spécialement en parlant des personnes pour « contracter une relation, un lien d'amitié avec (qqn) ».

Du verbe sont issus plusieurs substantifs : le plus ancien est **LIASSE** n.f. (1170 ; 1080, *liaste*), dont la forme féminine actuelle l'a emporté sur le masculin *liaz* attesté dans les mêmes textes. D'abord employé pour « assemblage d'objets de même nature », il s'est spécialisé au sens d'« assemblage de papiers » (1299), qu'ils soient attachés ou pas. Cette dernière acception l'a emporté.

Au XIII^e s. sont apparus trois noms. **LIAGE** n. m. (1243) s'est limité essentiellement à son sens technique en tissage (1765).

LIERNE n.f. (1296 en marine), mot technique, s'est spécialisé en charpenterie (1561) et architecture « nervure de la voûte gothique (aboutissant à la clé) ». **LIAISON** n.f. (1260, *loison*) est celui dont le champ sémantique est, de loin, le plus étendu. *Liaison* a probablement hérité de la polysémie du latin *ligatio*, *-onis* (de *ligare*) tout en exprimant les sens généraux et techniques de lier. Aux XVI^e et XVII^e s. sont notamment apparus les sens abstraits : « ce qui lie logiquement les parties du discours » (1538), « rapport logique, psychologique » (1656) et « lien grammatical » dans **mot de liaison**, (1649). Vers 1681, *liaison* a pris le sens affectif d'« attache, lien », souvent employé au pluriel avec une connotation péjorative (*Les liaisons dangereuses*, célèbre roman de Choderlos de Laclos, 1781), dans une acception plus large que l'acception moderne de « relation amoureuse » (1694, *liaison amoureuse* ; 1768 absolument : *avoir une relation*). Ultérieurement, le mot est entré dans des vocabulaires scientifiques (chimie, mécanique), en psychanalyse, et a développé (1902) le sens de « relations établies entre formations militaires par la transmission de nouvelles, d'ordres », réactivant le sens de la locution **en liaison** (1725).

Google **lier**

Tous Maps Images Vidéos Actualités Plus Paramètres Outils

[lier](#)
[belgium](#)
[historical town](#)
[liars](#)
[van der](#)
[liar](#)
[liar belgium](#)
[pronunciation](#)
[trout](#)
[buhlsbach.liar](#)
[quotes](#)
[rte](#)
[lie](#)
[gt](#)
[mendation](#)
[cheating](#)
[belgique](#)



















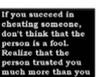
























































1. Imaginaire du verbe

Re(lier) est un verbe que je considère avant tout dans le cadre des relations entre individus, même si j'ai en tête l'existence pour le designer d'un travail de liaison ou d'assemblage de matériaux et autres éléments entre eux.

Re(lier) les êtres entre eux est l'une des motivations principales de l'activité du designer. Cette mise en relation est à mes yeux au fondement même de son activité. D'abord, parce que cela permet de trouver du sens pour tous. Mais encore, parce que rassembler les gens autour d'un projet est un outil pour fédérer, et ainsi créer les conditions favorables à la réalisation d'un projet.

Mais, me direz-vous, est-ce le rôle du designer de (re)lier les gens ?

La question n'est-elle d'ailleurs pas plutôt de réfléchir à ce qui, dans un objet de sa production, est susceptible de (re)lier les individus ?



2.

L'exemple des objets dits « de médiation »

Le dictionnaire de la langue française d'Alain Rey fait remonter l'origine du mot « médiation » au verbe latin « *mediare* », qui signifie être au milieu. C'est au XVI^e siècle qu'il a pris le sens qu'il a aujourd'hui d'« entremise destinée à concilier des personnes ou des partis, à amener un accord ». Par extension, la médiation doit donc aussi servir d'intermédiaire.

On peut ainsi noter que l'objet médiateur peut se situer au point de rencontre de la réalité extérieure (ou monde physique), et de la réalité intérieure (ou monde psychique) des individus. Il est, en effet, à la fois porteur de qualités concrètes dues à sa matérialité et de qualités abstraites liées à la relation entre lui et les individus.

C'est en ces termes qu'en 1976, Max Milner⁶ parle du médium malléable pour exprimer le lien entre ce dont est porteur l'objet et ce qu'on y projette :

« Pouvons-nous dire qu'en trouvant soit avec le pastel ou le papier [soit dans notre analyse], une parcelle du monde extérieur qui soit temporairement d'accord pour se fondre avec nos rêves, un moment d'illusion est rendu possible pendant lequel l'intérieur et l'extérieur semblent coïncider ? »

Max Milner, 1976

Ainsi, les objets de médiation peuvent être nommés : objet médiateur, objet intermédiaire, objet transitionnel, objet de relation, etc. Le seul terme associé à une théorie spécifique est le terme d'« objet transitionnel ».

6. Max Milner est un universitaire et critique littéraire français né à Mont-Cauvaire le 18 juillet 1923 et mort à Dijon le 2 juin 2008.

CONTEXTE



Le terme d'« objet-chose » est bien celui auquel on s'intéresse, et non celui de « relation d'objet ». Cet objet-chose introduit la perception et la motricité dans une expérience spatiale.

L'idée de « médiation » reçoit une large acception et renvoie à des notions connexes qui regroupent des réalités différentes, ou plus exactement des sens qui ne se recoupent pas totalement. Chacun mettant l'accent sur des dimensions différentes de la médiation.

Ainsi, distinguons quelques unes de ces notions qui restent proches, bien que distinctes.

— L'objet de relation

Cette expression fut proposée par Marcel Thaon⁷, Christian Guérin⁸, Guy Gimenez⁹ et l'équipe du *Centre des Objets de Relation* à Arles, à partir de 1985. Cette notion souligne à la fois l'extériorité de cet objet et sa fonction relationnelle.

« La place, la fonction et la valeur psychique des objets externes dans le travail clinique, mais aussi dans le développement psychique de l'individu. »

Marcel Thaon, 1990

Cette confrontation à l'objet externe pourrait avoir fonction de repère pour la cohésion interne du sujet.

C'est essentiellement dans la relation psychothérapique que l'objet de relation est envisagé. Il joue les fonctions de relais

7. Marcel Thaon était un psychanaliste.

8. Christian Guérin est psychologue-thérapeute

9. Guy Gimenez est professeur de psychologie clinique à l'université d'Aix-Marseille, directeur du Laboratoire de Psychopathologie Clinique : langage et subjectivité (LPCLS).

dans la communication consciente et inconsciente.

« La catégorie des objets de relation nous permet de penser comment deux subjectivités s'appareillent l'une à l'autre à partir d'un objet et sur la base d'investissements différentiels. »

Christian Guérin, 1988

Insistant sur la fonction relationnelle de l'objet en psychothérapie, les auteurs du Centre des Objets de Relation¹⁰ considèrent donc les objets de relation comme l'interface qui rend compte de l'état de la relation.

La force de l'objet de relation est sa capacité, de par son existence comme objet externe, à recevoir les émotions des deux interlocuteurs et rendre possible l'échange, qui n'aurait pas nécessairement pu avoir lieu en la seule présence des deux individus.

L'objet de relation peut également être envisagé comme un objet de partage :

« L'objet de relation est en effet un objet de partage qui peut être utilisé par les deux interlocuteurs ; en cela il s'oppose à l'objet transitionnel qui est un objet privé. De par sa concrétude et son existence propre, l'objet de relation permet de déplacer au dehors, d'externaliser, sur un objet concret, ce qui se joue entre deux personnes ou plus : à travers l'objet, le patient peut ainsi scénariser des facettes de la dynamique transférentielle, plus facilement repérable et analysable. »

Centre des Objets de Relation

L'objet de relation fait alors fonction d'interface, il est un articulateur entre les êtres. Comme l'a montré Christian Guérin, cette articulation a lieu à 3 niveaux :

- physique, grâce à ses propriétés singulières, irréductibles au fantasme ;

10. L'association de recherche C.O.R. a été créée en 1985. Son but est de prendre en compte dans le cadre de la relation clinique, l'objet réel externe dès lors qu'il est un élément majeur, permanent du lien entre les personnes. Il devient alors le témoin, la marque et le relais de l'appareillage des psychés.

- psychique à travers les investissements différenciés dont il est le support et la forme ;
- groupal en tant que dépositaire des parts communes des sujets en présence.

Pour terminer, nous soulignerons que l'objet médiateur est porteur de certaines des qualités propres à l'objet de relation tel que nous venons de le décrire (qualité d'interface, de dépôt).

— L'objet transitionnel

L'objet transitionnel est considéré comme étant le modèle des objets médiateurs en psychothérapie.

On ne peut pour autant affirmer que les objets médiateurs soient des objets transitionnels à proprement parler et appartiennent plus directement à la relation entre la mère et l'enfant. Ils ont néanmoins une place dans ce que D.W. Winnicott¹¹ appelle les phénomènes transitionnels. En 1971, il définit l'objet transitionnel comme la première possession non-Moi.

Perçus comme des prototypes de phénomènes transitionnels, ils constituent à eux deux une « [...] aire intermédiaire d'expérience qui se situe entre le pouce et l'ours en peluche, entre l'érotisme oral et la véritable relation d'objet, entre l'activité créatrice primaire et la projection de ce qui a déjà été introjecté, entre l'ignorance primaire de la dette et la reconnaissance de celle-ci [...] ».

— Les objets fétiches, objets autistiques, objets confusionnels, objets psychotiques

L'objet transitionnel, s'il persiste dans le temps, est signalé par D.W. Winnicott en 1971 comme un objet devenu fétiche et ainsi persister comme tel à l'âge adulte.

L'objet médiateur peut, lui aussi, être support à des investissements pathologiques. Il peut par exemple acquérir le

11. Donald Woods Winnicott, né le 7 avril 1896 à Plymouth et mort le 25 janvier 1971 à Londres, est un pédopsychiatre et psychanalyste britannique.

statut d'objets ou de formes autistiques. Sa fonction pour celui qui interagit avec lui est d'entretenir l'illusion d'une carapace et rendre indissociable le Moi et le non-Moi.

Il peut acquérir également le statut d'objet confusionnel ou forme confusionnelle (notion proposée par Albert Ciccone¹² et Marc Lhopital¹³ en 1991), créant une forme de « brume » brouillant la conscience du non-Moi sans la faire disparaître pour autant.

L'objet psychotique, enfin, est l'objet sur lequel est projeté le clivage porté par l'individu et sa psychose. Ainsi, Francisco Palacio-Espasa¹⁴ (d'après José Bleger¹⁵ en 1967) le définit comme tel :

« [...] un objet clivé dont chaque pôle, persécuteur et idéalisé, attire fusionnellement, symbiotiquement, une partie clivée du moi. »

Centre des Objets de Relation, Francisco Palacio-Espasa

— L'objet médiateur

En étant porteur des qualités concrètes de sa matérialité et des qualités abstraites de la relation, l'objet médiateur se situe à la rencontre de la réalité extérieure (l'environnement dans lequel le sujet se situe) et de la réalité intérieure de l'individu (le monde psychique interne du sujet).

Tous les objets, qu'ils soient animés ou non, servent de supports aux projections d'un sujet ou d'un groupe. Un groupe peut lui-même devenir ce support mais également les élé-

12. Albert Ciccone est psychologue clinicien, psychanalyste et professeur de psychologie et psychopathologie à l'université Lumière-Lyon-II. Il est l'auteur d'ouvrages de psychologie.

13. Marc Lhopital est psychologue.

14. Francisco Palacio Espasa est ancien professeur honoraire et chef de service de psychiatrie de l'enfant et de l'adolescent à Genève, responsable de centres de jour (HUG) pour enfants autistes et psychotiques, membre titulaire de la SSPsa, fondateur de la COSPEA.

15. José Bleger, né en 1922 et mort le 20 juin 1972, est un psychiatre et psychanalyste argentin.

ments matériels et architecturaux d'un lieu : les murs, les meubles, etc.

Ainsi, la médiation, et particulièrement l'objet médiateur, n'est pas seulement défini comme tel parce qu'il est un facilitateur de communication, mais encore parce que son utilisation permet d'être un intermédiaire entre soi et soi, entre soi et l'autre, entre soi et la réalité extérieure et enfin entre soi et l'objet de la relation d'objet.

Les différents statuts possibles de la médiation ne doivent donc pas faire oublier ce qui compte le plus dans l'idée de médiation, c'est à dire le processus de symbolisation qui passe par l'utilisation de l'objet comme support de projection malléable.

Un autre point est essentiel. Ces objets, en fonction de leurs caractéristiques tactiles, visuelles, sonores, etc., n'impliquent pas le même rapport sensoriel. Cela paraît évident, mais c'est un aspect important à souligner, notamment pour parler d'un certain rapport à la matière, à sa texture, à son apparence, à sa résonance sonore.

Enfin, l'objet de médiation crée un espace neutre au sein duquel des expériences nouvelles peuvent avoir lieu.

Maintenant que nous avons contextualiser ce que signifie le terme d'« objet de médiation », reprenons-en l'étude sous un angle plus proche de nous, moins théorique.

Explorons-le à travers 3 exemples concrets :

- Le bâton de relais comme objet de médiation ;
 - Le livre comme support de médiation ;
 - L'œuvre « The artist is present » comme dispositif de médiation.
-

DESCRIPTION



— **Un objet de médiation**

Le bâton de relais

Un stade, une équipe de coureurs, généralement quatre individus, disposés sur la piste, équidistants les uns des autres.

Le premier coureur tient dans sa main cet objet médiateur, le bâton de relais, qu'il va passer à son coéquipier une fois son quart de tour achevé.

Le bâton est alors le lien entre chaque composant de l'équipe.



— **Un support de médiation**

Le livre

Peut-être avez-vous déjà croisé sur un banc ou un bord de fenêtre un de ces livres, qui sont non pas abandonnés, mais mis à disposition de qui souhaitera se l'approprier le temps d'une lecture.

Si cela est fait avec l'objet livre, c'est qu'il est le support de relais de connaissance par excellence. Le livre est un objet en papier, constitué de pages d'un nombre variable et de taille variable également. Il peut contenir du texte, des images, les deux à la fois.

— Un dispositif de médiation

The artist is present, une installation de Marina Abramović¹⁶

Un grand espace d'exposition vide. Deux chaises en bois qui se font face, une table carrée de 75 centimètres de haut et 50 de côté les séparent.

La table est vide. Les deux chaises sont occupées. L'une par l'artiste, Marina Abramović et l'autre par les visiteurs qui se lance tour à tour dans cet échange avec l'artiste.

16. Marina Abramović, née le 30 novembre 1946 à Belgrade, est une artiste serbe qui étudie et repousse les frontières du potentiel physique et mental à travers ses performances. Faisant partie du courant artistique de l'art corporel, elle s'est lacérée et flagellée, a congelé son corps sur des blocs de glace, pris des produits psycho-actifs et de contrôle qui lui ont causé des pertes de connaissance.



ANALYSE



Ces exemples nous montrent à quel point sans la présence d'un objet (aussi varié soit-il, qu'il concernent le sport, la lecture ou l'art), la médiation n'aurait pas lieu.

La création d'un lien, quel qu'il soit, nécessite le recours à un tel support objectif.

— Un objet de médiation

Il illustre la capacité d'un objet à créer du lien au sein d'un groupe. Cet objet n'appartient à personne, et à tout le monde à la fois. Il est tenu fort dans notre main comme si, une fois tendu par notre coéquipier, il nous revenait alors de le porter jusqu'au prochain tour. La course n'est plus alors qu'une simple performance physique, mais devient une mission : celle d'amener cet objet quelques centaines de mètres plus loin et de le transmettre au prochain coéquipier. Il me semble que les relais qui sont faits sans bâton de relais et simplement en tapant dans la main entre coéquipier plongent le coureur dans une individualité plus grande.

La présence de l'objet devient alors le symbole du groupe, comme si dans ce bâton, il y avait un peu de chacun. Comme si on transmettait une énergie portée par cet objet.

— Un support de médiation

Qu'il soit sur les bancs publics ou dans nos bibliothèques, le livre est un objet qui est voué à être échangé, à être prêté.

Il est parmi ces rares objets avec lesquels nous entretenons une relation de proximité (nous le tenons dans nos mains, restons des heures avec lui, à le regarder), et que nous sommes malgré cela prêts à échanger, prêter. Il est donc bien un objet de support, un objet dont le contenu est l'essentiel de cet objet. Mais en même temps, sans ce support (le papier, l'encre), ce partage n'aurait pas lieu. Il a cette

formidable capacité à rassembler. Comme nous l'avons vu avec l'exemple de *L'Encyclopédie* et il est, lui aussi, un objet de projection. Même si ses contenus sont variés, nous y mettons tous des affects différents et il constitue pourtant un terrain fertile à l'échange. Offrir ou prêter un livre est toujours l'occasion de partager, de se parler. Il constitue un sujet de discussion, et comme le bâton, il relaie lui aussi : une sensation, une transmission, un moment.

— **Un dispositif de médiation**

Ce dispositif parle de sensations, ces « choses » si peu matérielles et qui pourtant peuvent, elles aussi, être portées, soutenues par le support. La preuve en est faite ici. Tout se passe comme si les sensations avaient besoin d'éléments de mise en scène pour exister.

Cet exemple nous montre aussi ce que les objets participant du dispositif disent de celui-ci. L'enjeu ici est de laisser une place pleine et entière au ressenti, et les objets choisis (chaises et table) pour constituer le dispositif n'appartiennent à aucun « style » en particulier. C'est bien sûr chose souhaitée ; il y a ici une volonté de laisser le décor s'effacer, et de ne garder que le lien qu'il permet d'établir entre les deux êtres qui se font face.

3.

Réflexion

Si, historiquement, le terme de lier a d'abord été employé pour parler d'une action supposant l'emploi de liens matériels comme par exemple d'une corde, pour ligoter un individu (comme le suggère l'expression « fou à lier ») ou attacher deux choses entre elles, on l'utilise aujourd'hui davantage pour parler d'un attachement moral ou d'un lien affectif. C'est à cette compréhension du terme que semblent renvoyer nos exemples, en renvoyant tous aux liens qui peuvent être établis entre des individus, dans différentes situations mais toujours grâce à un objet médiateur.

Mais avant de revenir à la manière dont on peut s'y prendre pour rassembler les gens, il semble important de questionner l'utilité même qu'il y aurait à lier les gens entre eux. Lier les gens « dans l'absolu », pour dire de les lier, n'a aucun sens. Le sens surgit lorsqu'il s'agit de former un groupe, une communauté pour faire quelque chose ensemble. Il semble utopique de penser qu'il est possible de lier les gens sans une motivation commune. Nous nous lions rarement avec n'importe qui, pour n'importe quoi.

— Il faut qu'un lien se crée entre les gens

Au sein d'un projet, nous avons alors besoin de former un écosystème regroupant les divers paramètres du projet, qu'ils soient matériels ou conceptuels, mais tout autant les individus afin de former avec eux une communauté.

Qu'est-ce qui autorise un groupe qui s'assemble, à faire communauté ? Rassembler les gens autour d'une table, les réunir autour d'un même sujet, leur proposer de mener à bien un même projet dans l'intérêt de tous suffit rarement à fédérer et former une véritable communauté. Chacun s'exprime selon son statut social, ses opinions personnelles, son histoire propre ou la place singulière qu'il occupe au sein du groupe.

Dans le cas d'une réunion par exemple, on peut parler de la place hiérarchique dont jouit un individu, mais également de celle qu'il occupe au sein même de l'espace de la salle de réunion. L'analyse du contexte prend alors à nouveau tout son sens : le format de la salle, les horaires d'arrivée de chacun, la possession d'un ordinateur portable ou non, la tenue vestimentaire des participants, la forme physique et mentale de chacun en ce moment T comptent parmi les paramètres qui organiseront et dicteront malgré nous le déroulement de cette réunion.

— **Designer les relations**

Ce que le designer est invité à produire, ce n'est alors plus un objet mais une relation. Toutefois le design d'une relation ne passera-t-il pas nécessairement par une mise en place formelle (la constitution d'un support, un espace, un mobilier, un objet, etc.) ?

Comment peut-on, en tant que designer, fabriquer un contexte favorable pour que les gens ressentent une légitimité égale à s'exprimer ? La question que l'on peut se poser est évidemment de savoir si le rôle du designer dans une telle situation est de faire en sorte que chacun se sentent une légitimité égale et s'exprime librement. S'il doit viser la production d'un consensus ou au contraire à maintenir une situation d'instabilité pour ouvrir plus largement le débat, designer les interactions prend alors tout son sens.

Ne pas faire consensus permet de soulever davantage de questions, de mettre en évidence les problèmes existants, et d'insuffler une volonté de choisir.

Mais la question n'est finalement sans doute pas de savoir s'il appartient au designer de semer la pagaille ou de chercher le consensus. Il s'agit surtout d'une question de temps. En effet, un projet de design s'inscrit dans une temporalité et il en va assurément de la compétence du designer de pouvoir dire les choses au bon moment.

De mon point de vue, poser les problèmes dès le début, est une chose particulièrement importante. Le client a besoin d'être rassuré, de savoir que le designer va pouvoir répondre

à ses besoins, qu'il va pouvoir trouver des solutions à ses demandes. Ainsi, au début du projet, il a d'abord besoin de sentir que le designer a la capacité de soulever des problèmes pertinents et ainsi d'envisager le projet dans son ensemble, y compris dans des zones que le client lui-même n'avait pas envisagées. Cette phase est particulièrement importante pour le client, mais est aussi essentielle pour le designer. Je suis convaincue que des problèmes qui ne sont pas soulevés dès le départ, surgissent de toute façon ultérieurement. Mais ils risquent alors de faire surface à un stade trop avancé du projet. C'est dans ce genre de moment qu'il revient au designer (ça peut être aussi le rôle du chef de projet) de rassurer son client et d'arriver à rectifier le tir à un stade avancé ou transformer le réorienter le projet pour contrer un problème est devenu délicat. Si cela n'est pas possible, c'est là où la capacité relationnelle sera essentielle : elle permet alors d'envisager de prendre plus de temps par exemple, ou d'imaginer une façon pour le client d'accepter que la solution initiale n'avait peut-être plus raison d'être.

Le designer peut aussi ne pas tout lier, car faire consensus n'est pas forcément son rôle ; il est aussi là pour trancher, pour créer le débat, pour poser les bonnes questions.

Prenons un exemple : la réalisation d'un site internet. Elle commence généralement par une première phase où trop souvent le client travaille seul en l'absence des acteurs qui réaliseront le site : le designer et le développeur. Le client a souvent tendance à concevoir le site internet seul. Je m'explique : avant de consulter des prestataires, il commence d'abord par définir l'ensemble de ses besoins seul : un site marchand, consultable à la fois sur ordinateur tablette et mobile (site responsive), un formulaire de contact. Puisque c'est un site marchand il aura sûrement également besoin d'un panier et d'un espace « Mon compte » pour ses utilisateurs.

Enfin, sa demande sera d'ordre plus général : un site attractif et clair. Comme c'est bien souvent le cas, cette description comporte à la fois des demandes fonctionnelles, comme le besoin que le site soit marchand et qu'il

comporte une zone de contact, et d'autres demandes qui ne sont pas d'une compréhension évidente. Lorsqu'une demande du type « site attractif et clair » émerge, il devient nécessaire, pour y répondre avec succès, de soulever des questions complémentaires. De là l'importance du lien.

À ce stade en effet, il est souhaitable que le designer ne fasse pas consensus mais justement aborde les problèmes en posant les bonnes questions. Même si elles doivent être intrusives. Le risque, si cela n'est pas fait à ce moment, est que chacun projette sur les mots « attractif » et « clair » une vision dépendante de son propre prisme mais pas forcément celle que le client a en tête. C'est l'exact moment où faire intervenir un objet de médiation. Le plus adapté dans le cadre d'un site internet et d'une demande de cette nature, est d'utiliser des sites existants et d'en relever certains aspects qu'on considère, en tant que designer, comme « attractifs » et « clairs » pour voir si notre projection de ces mots sont en accord avec la projection que le client en a.

En effet, sans ce support de captures d'écrans de modèles existants, sur quelle base pourrions-nous échanger en étant sûrs qu'on parle de la même chose ?

Il me semble que pour définir ce à quoi doit ressembler cette réalité physique et visuelle, il est bon de passer par un support de même type. Ainsi l'objet final, ici le site internet, est comparable à l'exemple montré, en particulier parce qu'il est de même nature : un site web. La projection de chacun est donc au moins dépourvue du risque de mauvaise transposition qu'on avait avec les termes « attractif » et « clair ». Ce que j'entends par là, c'est que faire un livre « attractif » et « clair » peut également être une demande. Mais même si des bases seront communes entre un site et un livre, comme une mise en page aérée peut être une réponse, la façon dont une mise en page est aérée dans le cadre d'un livre et dans celui d'un site internet n'est pas commune. Il convient ainsi d'utiliser plutôt un support de médiation dont la nature sera la même que le support final souhaité.

Une organisation fait aussi partie du champ du design, parti-

cipe de ce qui peut être désigné. Il est alors parfois l'occasion d'utiliser des objets, des supports, que l'on qualifie de « médiateurs ». Leur rôle principal est alors de déplacer le problème potentiel sur un support et non un individu. Ils permettent d'être devenus une sorte de personne-objet sur lequel autant le désigner que le client s'appuiera. Il deviendra une référence, un repère, un outil de mesure vers lequel on pourra se retourner à tout moment pour savoir où l'on en est. Dans le cadre d'une relation avec un client, un rétro-planning peut être considéré comme un objet médiateur.

Utiliser des objets, supports ou dispositifs de médiations est particulièrement présent dans ma pratique, et précisément dans la façon d'organiser les projets.

Il m'arrive également d'utiliser la parole comme médiateur, quitte à avoir l'air de n'avoir pas compris parfois, mais cela permet, en reformulant, de s'assurer d'être lié par un langage commun. Dans mon quotidien de freelance, les clients côtoyés sont variés et les personnalités tout autant. Il est alors essentiel d'arriver à comprendre la façon qu'a chacun de s'exprimer, et de comprendre la projection que se fait chacun d'une même idée. Une même idée, suivant la personne qui l'exprime, ne sera en effet pas comprise de la même façon.

Lorsqu'on creuse la réflexion autour de **l'importance de connaître les gens** pour pouvoir les aider et répondre à leurs besoins, on en arrive assez rapidement à se demander où se trouve la limite avec une certaine forme de manipulation.

Nous savons évidemment que nous ne cherchons pas à manipuler les clients lorsqu'on cherche à les connaître, mais s'aventurer sur le terrain du design de relation sociale peut toutefois poser question.

Jusqu'où nous est-il permis de désigner les relations que nous entretenons avec les individus et que les individus entretiennent entre eux ? Il est important d'être informé soi-même et d'informer les individus avec lesquels on œuvre, comme nous l'avons soulevé en première partie avec le verbe éclairer ; mais lorsqu'on éclaire, on donne certaines

informations, et on se garde peut-être, consciemment ou non, de pas en donner d'autres. Comment savoir alors si le lien que nous sommes en train de créer est une simple mise en relation et connaissance mutuelle et non quelque chose que nous fabriquons de toute pièce ?

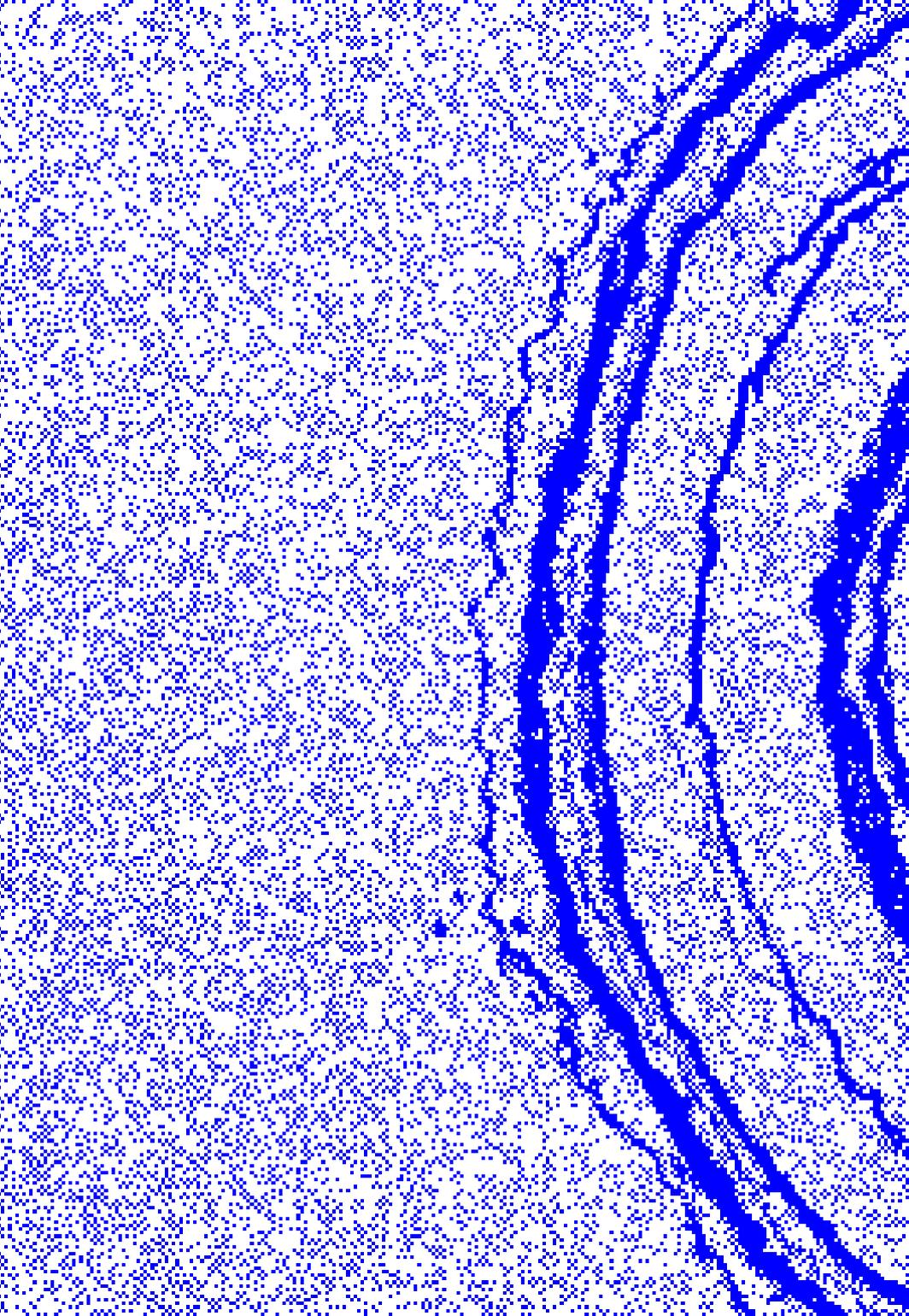
Peut-être pouvons-nous soulever l'hypothèse que les individus seront in fine ce que leur nature prévoit et qu'ils ne pourront être autre chose que cela ? Mais il faudrait déjà comprendre ce que la nature d'un individu suppose. Si l'on suppose que nous en avons une idée commune, alors peut-être pouvons nous imaginer que leur nature est une chose et les informations qu'on leur délivre, une autre. Ainsi, les enjeux d'orienter leur choix se réduisent puisqu'on supposerait que ces informations ne viendront pas transformer leur nature mais qu'elles resteront dans un espace isolé qu'ils utiliseront et prendront ou non en compte.

À vrai dire, j'ai du mal à faire un lien particulier avec un seul aspect de ma pratique tant je suis convaincue que les objets, supports ou dispositifs de médiation, sont le design lui-même. Je crois vraiment que les productions du design sont d'abord des moyens de créer du lien. Entre un individu et son milieu, entre un individu et un objet, entre deux individus, entre deux objets, entre deux milieux. Il m'est important d'exprimer ceci en évoquant le lien entre le fait de designer et l'action de lier.

Par ailleurs, j'entretiens une relation privilégiée avec l'idée de (re)lier dans mon travail. Et particulièrement dans le relationnel comme j'ai pu l'exprimer précédemment. Sans cette action de « lier », le quotidien de mon métier n'aurait rien à voir. Et d'abord parce qu'avant de me permettre de faire du design graphique, ce métier est pour moi l'occasion de rencontrer des personnes diverses, de me lier à elles dans le cadre d'un projet. Créer un lien affectif avec celles-ci me permet de faire miennes leurs préoccupations et de leur trouver des réponses qui, en plus d'être des propositions formelles, sont aussi liées à ces projets par une couche d'affect : il paraît que c'est celà, l'empathie.

Rassurez-vous, je ne me lie pas d'affection pour les pro-

jets de mes clients comme je me lie d'affection pour mon chat ou un membre de ma famille ; il va sans dire que le lien tissé avec les projets est plus superficiels, mais je suis convaincue que c'est grâce à ce lien établi le temps d'un projet, que je parviens à répondre à leurs demandes aussi bien que les conditions les rendent possibles.





PARTIE 3

révéler



Révéler c'est un peu comme rêver. Dans le rêve, tous les éléments viennent de la réalité, mais en les organisant, en les rassemblant, associant, notre esprit fait émerger de nouvelles choses qui, elles, n'existent que dans notre rêve.

C'est absolument la façon dont je conçois le métier de designer.

Le designer n'est pas inventeur.

Le designer organise, assemble, associe des éléments d'ores et déjà existant pour les rendre lisibles, compréhensibles, visibles.

Le designer est créateur, il va chercher des matières (textes et matériaux) et en utilisant des outils (logiciels ou scie), les met en forme et révèle ainsi des usages, rend visible l'existant.

RÉVÉLER

v. tr. est emprunté (v. 1120) au latin impérial *revelare* « dévoiler, découvrir », spécialement à basse époque chez les auteurs chrétiens « manifester à l'homme (la connaissance divine) ». Le verbe est formé de *re-* (→ *re-*) marquant un mouvement en arrière, et de *velare* « couvrir » (→ voiler, à ① voile).

◆ *Révéler* d'abord attesté dans des psautiers, est un mot de religion, signifiant « faire connaître par une voie surnaturelle (ce qui était ignoré des hommes et inconnaissable par la raison) ». Le sens général de « connaître, faire savoir (une chose inconnue, secrète) » existe aussi dès le xii^e s. (v. 1155). Au xvii^e s., le verbe s'employait aussi avec un complément désignant une personne, au sens de « faire connaître l'existence, l'identité de (qqn) » (1691, Racine). Ultérieurement, avec un sujet désignant une chose ou une personne, le mot s'est employé pour « être l'indice, la marche de (qqch) » (1803). Il est spécialisé avec une valeur concrète en photographie (1895), probablement d'après révélateur (ci-dessous). La forme pronominale se révéler, relevée en 1715 chez Montesquieu au sens d'« être dévoilé », en parlant d'un secret, a développé ses sens modernes au xix^e s. : elle signifie « se faire connaître sous un aspect ignoré » (1807, Mme de Staël) ; suivie d'un attribut, elle s'emploie comme un verbe d'état au sens de « se manifester tel » (1875). En emploi absolu, se révéler se dit d'une personne, pour « affirmer sa personnalité » (1864, Journal des Débats) et spécialement « manifester sa valeur par une belle performance », en parlant d'un sportif (1886), d'un acteur (1906). Le verbe actif a aussi le sens de « faire connaître son talent de manière subite ».

Le participe passé **RÉVÉLÉ, ÉE** est adjectivé, notamment à propos de ce qui est connu des humains par la volonté divine (1725, religion révélée).

RÉVÉLATION n. f., d'abord *revelacion* en anglo-normand puis *revelation* (fin xii^e s.), avec des variantes est emprunté au bas latin ecclésiastique *revelatio, -onis* « action de laisser voir, de laisser apparaître, de découvrir », spécialement « acte par

lequel Dieu fait connaître aux hommes sa volonté, son enseignement ». Le premier emploi, comme pour le verbe, est religieux, et concerne l'acte par lequel Dieu fait connaître surnaturellement à l'homme certaines choses ; par métonymie, il désigne l'ensemble de la doctrine consignée par l'Ancien et le Nouveau Testament (av. 1662, Pascal). Son sens général est laïque, « action de faire connaître ce qui était caché, secret », est attesté un peu plus tard (v. 1318, *revelaucion*). Le sens courant prend par extension la valeur d'« inspiration, connaissance intuitive », surtout réalisée dans la locution savoir par révélation (av. 1654). Par métonymie, révélation désigne une information écrite ou orale qui explique des événements obscurs ou fait connaître de nouveaux événements (1835), un fait qui apparaît subitement ou qui, une fois connu, en explique d'autres (1870), par exemple avoir la révélation de qqch. (1883), une personne qui manifeste subitement un grand talent, de grandes qualités (av. 1922, Proust). Un emploi spécialisé en photographie est en relation avec révéler, révélateur. Révélation a produit tardivement **RÉVÉLATOIRE** adj. (1937, Breton, L'Anfour), littéraire et rare. Le même type de formation se rencontre dès le xiii^e s. dans l'ancien provençal *reveladoira* « qui est révélé par une inspiration divine ». **RÉVÉLATEUR, TRICE** adj. et n. est emprunté (1444) au bas latin ecclésiastique *revelator*, du supin de *revelare*. Le mot est rare pour désigner la personne qui fait des révélations, sauf dans son sens spécial teinté de messianisme « celui qui révèle une doctrine, une religion, une philosophie » (av. 1865, Proudhon). Il désigne aussi ce qui fait connaître qqch. ou constitue un indice, un signe (1823). L'usage de l'adjectif pour qualifier ce qui fait connaître ce qui était caché est tardif (1826). Le nom s'est spécialisé en photographie pour désigner le bain dont les constituants chimiques rendent visibles une image latente (1864) d'où un emploi spécial du verbe révéler.

1.

Imaginaire du verbe

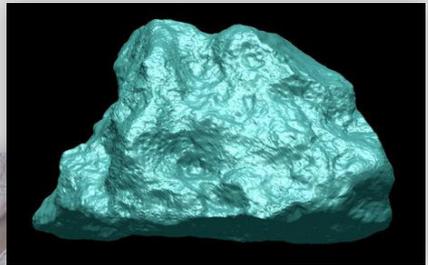
Dans mon imaginaire, le verbe « révéler » renvoie à l'idée que le designer ne fait que rendre visibles les choses. Rendre évident une assise, rendre évident un problème en le concrétisant, en le formalisant, etc.

Cette tâche n'est certes sans doute pas l'apanage du seul designer. C'est aussi la tâche d'autres artisans de l'image ou des formes, comme le photographe ou l'artiste plasticien.

La révélation est également constituée de ces traces qui nous donnent à voir ce que l'on ne voit pas. Soit parce que c'est caché dans l'objet, soit parce que l'on ne voit plus ce qui a laissé cette trace, soit parce que c'est au niveau moléculaire qu'il se passe quelque chose qui nous est révélé par le visuel.

L'action de « révéler » peut recouper celle d'éclairer, puisque, ici, l'idée est de mettre en lumière des choses dont il peut nous arranger de les garder invisibles ou obscures.

La révélation peut se rapprocher du travail de l'archéologue qui fait émerger des objets enfouis mais pourtant bien existants, et qui les propulse ensuite dans un contexte tout autre, en les mettant sur un socle, dans une vitrine.



2.

L'exemple de quelques moyens de monstration

Avant de développer cette idée selon laquelle le design peut faire œuvre de révélation/révéléateur, il nous a paru pertinent de nous intéresser à ces moyens de présenter, de montrer ou de mettre en forme que sont les vitrines, les mises en page, socles, cadres, présentoirs et autres étalages.

La façon de présenter un objet, constitue une part essentielle de l'objet lui-même. Le monde d'images dans lequel nous sommes plongés, accorde une importance toute particulière à la manière de présenter les choses.

De la représentation sacrée aux rayons des hypermarchés, il est indéniable que ce que l'on peut qualifier de façon globale de « monstration », est au centre de nos échanges sociaux. La façon que nous avons de nous présenter, c'est-à-dire de nous habiller, de nous coiffer, de nous montrer au monde, est, semblerait-il, une partie de nous-mêmes. À cette façon de se montrer et de montrer, correspond un ensemble de signes, de codes, propres à chaque société. Et bien sûr, celui-ci varie selon la sphère de cette société dans laquelle l'on se trouve.

Les objets sont comme nous, ils ont une apparence qui leur est propre. Quel sens donner alors à une apparence supplémentaire qu'on leur donne pour les présenter ? Qu'en est-il des images et des contenus textuels dont on les pare ? Pourquoi nous semble-t-il nécessaire de les mettre sur des socles, dans des vitrines, ou de mettre d'autres éléments en pages ?

CONTEXTE

La « monstration » suppose une réalité montrée ou exposée (un objet, une œuvre d'art, une image, etc.) et un sujet observateur. La réalité montrée, de manière orchestrée par celui qui la montre, porte une volonté d'être vue et de démontrer quelque chose. Ainsi, elle multiplie des indices pour rendre opérationnel son cadre de monstration. L'observateur est lui pris dans un autre cadre, celui de sa trame historique, faite de règles, de conventions et d'usages. Son point de vue résulte alors d'un « système hétérogène de rapports discursifs, sociaux, technologiques et institutionnels » (Crary, 1994).

Ainsi, montreur et observateur sont toujours situés et tout particulièrement dans des lieux de monstration.



— Le socle.

Dans l'histoire de la sculpture, on trouve celle du socle. En effet, celui-ci est intrinsèquement lié à la sculpture et va ainsi devenir un sujet d'évolution pour les sculpteurs.

Le socle a d'abord été envisagé comme une manière de mettre à distance, plaçant les sujets sur celui-ci puis a été remis en cause par Rodin¹⁷ dans la seconde moitié du 19^e siècle et a depuis été questionné par nombre d'artistes, pour n'en citer qu'un : Brâncuși¹⁸ en fit le cœur de son travail de sculpteur.



Intermédiaire entre l'objet et le sol, le socle met en valeur l'objet exposé. Il peut également contribuer à former la signification de l'objet, jusqu'à devenir une partie de l'œuvre. On peut le comparer au cadre pour la peinture ; la présence du socle est là pour souligner, mettre en valeur ou à distance, isoler la sculpture de son environnement, la surélever sinon la sacraliser.

On notera que le mot « socle » est utilisé dans plusieurs disciplines : architecture, menuiserie, serrurerie, marbrerie,

17. Auguste Rodin (René François Auguste Rodin), né à Paris le 12 novembre 1840 et mort à Meudon le 17 novembre 1917, est l'un des plus importants sculpteurs français de la seconde moitié du XIX^e siècle, considéré comme un des pères de la sculpture moderne.

18. Constantin Brâncuși, né le 19 février 1876, à Hobița, en Roumanie, et mort le 16 mars 1957, à Paris, fut l'un des sculpteurs les plus influents du début du XX^e siècle. Il est considéré comme ayant poussé l'abstraction sculpturale jusqu'à un stade jamais atteint dans la tradition moderniste et ouvert la voie à la sculpture surréaliste, ainsi qu'au courant minimaliste des années 1960.

mais également dans le champ commercial ou le commentaire électoral.

Il désigne d'abord la base sur laquelle repose une statue ou une colonne. Le dictionnaire Littré¹⁹ fait remonter ce terme à l'italien « zoccolo », issu du latin « socculus » lui-même diminutif de « soccus » qui en français donnera « socque ».

Mais au fil du temps, le sens de « socle » a évolué. Son sens actuel s'est d'abord présenté en géographie, au début du vingtième siècle, avec la notion de « socle continental » : il désigne les soubassements sur lesquels reposent de nouveaux sédiments. L'usage de ce mot s'est ensuite élargi mais a conservé cette idée de « base », et particulièrement de « base stable » sur laquelle on se repose aujourd'hui.

19. Le Dictionnaire de la langue française, plus connu comme le Littré, du nom de son auteur Émile Littré, est un dictionnaire de la langue française.

— La vitrine

Une vitrine est l'espace aménagé d'un magasin qui rend visible depuis l'extérieur ou depuis les allées intérieures de ce même magasin, les articles, produits ou services, qui y sont proposés à la vente.

Le plus souvent, lorsqu'il s'agit d'un magasin de vêtements, les vitrines contiennent des mannequins. Elles sont généralement composées d'une grande plaque de verre. L'invention du verre plat à une échelle industrielle, dans les années 1950, aura ainsi révolutionné le commerce de détail.

Les vitrines peuvent être souvent perçues comme un appel à la consommation immédiate et rapide, mais elles permettent également de faire, selon l'expression consacrée, du « lèche vitrine » lorsqu'un magasin est fermé.

Dans *Le Système des objets*, Jean Baudrillard²⁰ écrit à ce sujet :

« Emballage, fenêtre, ou paroi, le verre fonde une transparence sans transition : on voit, mais on ne peut toucher. La communication est universelle et abstraite. Une vitrine, c'est féerie et frustration mais aussi information qui est la stratégie même de la publicité. »



20. Jean Baudrillard, né le 27 juillet 1929 à Reims et mort le 6 mars 2007 à Paris, est un philosophe français théoricien de la société contemporaine, connu surtout pour ses analyses des modes de médiation et de communication de la postmodernité.

— La mise en page

La mise en page consiste, quand à elle, à disposer des éléments de contenu (textes et autres composants comme des images) dans un espace au format d'ores et déjà donné (feuille de papier, planche de bande dessinée, page web, etc.).

Elle fait suite au travail de création et de composition du contenu (texte « au kilomètre », collecte et traitement des images, etc.). Elle est la dernière étape avant le travail d'impression lorsqu'il s'agit d'une mise en page pour l'édition. Mais elle n'est pas l'ultime travail à effectuer dans le cas de la création d'une page web. Ici fait suite à la mise en page, l'intégration de la page web par un développeur qui se chargera de transcrire la mise en page en code informatique.

L'objectif général de la mise en page est de mettre en évidence le contenu de façon hiérarchique et harmonieuse (blanc tournant, équilibre des pages, des couleurs et des contrastes, etc.), afin de faciliter au lecteur l'accès au document à travers différents niveaux de lecture.

La mise en page renvoie également à un souci permanent d'ergonomie. Une récente étude a d'ailleurs permis d'établir les liens existant, dans le cas des ouvrages à visée pédagogique, entre la qualité d'une mise en page et la qualité de l'apprentissage. Ceci démontre que la lisibilité d'un ouvrage n'est pas seulement liée à la qualité linguistique de ses textes, mais également à la façon dont ceux-ci sont présentés – ce dernier aspect ayant pour objectif de faciliter l'accès à la connaissance.

Toute la question de la mise en page tient dans l'agencement de blocs de textes et d'illustrations, et les paramètres sur lesquels il nous est possible de jouer sont nombreux. Et parmi ceux-ci, n'oublions pas le blanc. Car, si la question de la mise en page repose sur l'organisation des textes et des images, c'est bien le blanc qui donne du rythme à une page.

Ainsi pouvons-nous dire que mettre en page, c'est organiser le blanc ?

DESCRIPTION



— Une vitrine

La vitrine Hermès « The Fruits of Labour »

Voici une vitrine réalisée par Bethan Laura Wood²¹ pour la maison Hermès. Cette vitrine est intitulée « The Fruits of Labour ». Elle porte donc un nom, une première chose à noter sur laquelle nous reviendrons.

Elle se constitue de 3 éléments principaux :

- Un fond peint se déployant sur 3 côtés : la paroi de gauche, celle de droite et celle du fond ;
- Des fruits dans des formats sur-dimensionnés : un melon jaune et un huitième de tomate ;
- Des objets de la marque, au nombre de 4 : des souliers d'été, deux foulards et un chapeau de paille.

21. Bethan Laura Wood est une designer anglaise dans la tradition des « British eccentrics ». Elle a exposé pour Design Miami/Basel, à Milan, Venise et Mexico.



HERMÈS



— **Une mise en page**

Le rapport annuel 2017 du Crédit Agricole CIB

Cette édition est le rapport annuel 2017 du Crédit Agricole Corporate and Investment Bank, la banque de financement et d'investissement du groupe Crédit Agricole.

Ce document comporte 422 pages et près d'un million et demi de caractères, 1 468 483 précisément.

Autant dire que pour accéder à un tel contenu, une mise en page efficace est nécessaire. Ceci, d'autant qu'il s'agit de chiffres où l'usage de schémas, graphiques et autres tableaux sont incontournables.

— Un socle

Le socle de la statue de Montaigne

La statue de Michel de Montaigne²² se situe au numéro 56 de la rue des Écoles, en face de l'université de la Sorbonne, dans le 5^e arrondissement de Paris.

Cette statue de Paul Landowski²³ est un bronze datant de 1989 qui prend la suite de sa jumelle en marbre, installée en 1933 qui fut détériorée.

Une citation de l'auteur est gravée sur le socle.

« Paris a mon cœur des mon enfance. Je ne suis français que par cette grande cite. Grande surtout et incomparable en variété. La gloire de la France et l'un des plus nobles ornements du monde »

22. Michel Eyquem de Montaigne, seigneur de Montaigne, né le 28 février 1533 et mort le 13 septembre 1592 au château de Saint-Michel-de-Montaigne (Dordogne), est selon les traditions universitaires soit un philosophe et moraliste de la Renaissance, soit un écrivain érudit, précurseur et fondateur des « sciences humaines et historiques » en langue française.

23. Paul Landowski, né dans le 9^e arrondissement de Paris le 1^{er} juin 1875 et mort à Boulogne-Billancourt le 31 mars 1961, est un sculpteur français.





MONTAIGNE

PARIS A MON CŒUR DES MON ENFANCE
MIEUX SES FRANÇAIS QU'É PAR CETTE
GRANDE UTE GRANDE SÛRTE ET
INCOMPARABLE EN VARIÉTÉ LA
COÛRE LA LANCE ET L'UN DES

ANALYSE



Chacun à leur manière, ces exemples nous montrent la capacité de ce qu'il y a autour d'un objet, à en révéler le sujet central.

Avant d'explorer les effets communs qu'ils produisent, approchons-nous de chacun d'eux spécifiquement pour analyser ce qui en fait leur singularité.

— La vitrine

Toute cette mise en scène est particulièrement harmonieuse. Elle retient notre attention pour les éléments de contraste qu'elle met en œuvre. .

- Une première chose semble intéressante : le rapport de proportion établi par le designer. Le contexte ou l'environnement produit, c'est-à-dire ici le fond et les fruits qui sont disposés, prennent bien plus de place dans l'espace de la vitrine, que les éléments qu'elle vise à promouvoir, soit les quatre produits de la marque ;
- Un second contraste retient notre attention : celui de la finition apportée au fond peint et aux fruits d'une part, et celle des objets de désir proposés à la vente d'autre part. Les représentations des premiers sont assez peu finies, ce sont des peintures où persistent des traits de crayons, des détails assez rudimentaires ; au contraire, les produits sur lesquels le désir des visiteurs est supposé se porter, semblent parfaits.

Ces deux aspects permettent à cette scène de jouer le contraste entre ce qui est au centre et ce qu'il y a autour. Un système implacable pour mieux mettre en valeur ce qui, en définitive, se tient au centre de la scène : les produits.

Revenons sur un point évoqué précédemment : cette vitrine porte un titre, comme une œuvre d'art. Ce n'est pas anodin.

Cet usage permet de présenter les objets sous un angle précieux, unique : celui de l'art. Peut-être aussi s'agit-il de suggérer une certaine idée de la pièce unique justement, liée à l'artisanat - une idée que souhaite sans aucun doute transmettre la maison de création.

— La mise en page

Ce document est le seul travail personnel que je présente dans cet écrit. Non que je sois particulièrement fière du travail graphique que j'y ai effectué, mais parce qu'il aura été particulièrement intéressant à réaliser de par les enjeux que son contenu demande.

Lorsque l'on reçoit les textes qui vont constituer un document, c'est en format texte brut, un document Word® sans mise en forme, aucune. On réalise alors à quel point le travail de mise en page prend tout son sens.

Dans le cas précis, le document était certes destiné à des individus déjà éclairés sur le sujet des rapports annuels, mais ils ne pouvaient pourtant pas savoir où trouver l'information qu'ils venaient chercher en ouvrant ce document.

L'un des enjeux majeurs de la mise en forme, est la hiérarchisation de l'information. Le traitement des titres ne doit laisser aucun doute sur le texte qui s'y rapporte. Les niveaux de titres doivent être clairs pour que l'on sache tout de suite où l'on se trouve dans le déroulé de la lecture. Il s'agit de marquer des étapes pour l'orientation du parcours du lecteur, un peu comme l'inscription du nom des rues à chaque croisement, nous aide à nous déplacer en ville. Il en va de même ici, chaque haut de page rappelle le chapitre dans lequel on se situe et la sous-partie dans laquelle on se trouve à l'intérieur de celui-ci.

— Le socle

Outre le personnage principal, Michel de Montaigne, on remarque un imposant socle composé en deux parties :

- La première, située juste en dessous du personnage, est en bronze comme la sculpture elle-même ; elle repré-

sente le sol sur lequel est posée l'assise du philosophe ;

- La seconde, reliant le sol à la pièce de bronze, est en pierre ; s'y trouve gravée une citation de l'auteur.

Le socle a ici plusieurs fonctions. Il permet d'abord de nommer le sujet représenté. Le simple fait d'inscrire le nom de la personne représentée indique qu'elle est importante, puisqu'on la nomme. De plus, une citation de l'auteur est également présente.

Mais comme nombre de socles, celui-ci a surtout la volonté d'élever le personnage qu'elle représente à un rang plus haut que celui du commun des mortels. En le décollant du sol, le socle révèle l'individu comme étant quelqu'un méritant cette mise en valeur, cette ascension au dessus de la surface terrestre.

Un dernier aspect, non des moindres, est l'emplacement choisi pour l'implantation de cette statue. Elle est placée dans un espace fermé par des grilles tout autour. Et cette statue est située face à la Sorbonne, haut lieu du savoir. Il se dit même que la chaussure de Montaigne est caressée par les étudiants qui pensent que ce geste leur portera bonheur dans leurs examens. La puissance symbolique de ce geste provient pour une large part des éléments contextuels et de la mise en scène que nous venons d'évoquer.

Dans les cas de la vitrine d'Hermès et du socle de la statue de Montaigne, ces éléments de contexte ajoutés sont créateurs d'une certaine sacralisation de leurs sujets.

Les produits, pour la vitrine Hermès ; Montaigne, pour la statue.

Tout se passe comme si, à la limite entre le produit et l'extérieur, la rencontre entre l'objet et ce qui l'entoure formait une couche de sacralité. Comme si l'enjeu n'était plus tant la réalité montrée, ni même le sujet observateur, mais l'espace se situant entre l'un et l'autre, et que c'était ce vide qui créait l'interaction.

3.

Réflexion

Le designer (qu'il designe des espaces, des réalités graphiques ou des objets) se doit d'étudier l'existant, de le comprendre et de l'accepter avec ses défauts et ses qualités. Il lui incombe alors de trouver les moyens de le révéler sous le jour qui le rendra le plus accessible et peut-être aussi le plus « esthétique ». Encore faudrait-il définir ce qu'il faut entendre par « esthétique », une tâche à laquelle je ne me risquerai pas ici, laissant à chacun le soin d'y projeter ses propres imaginaires.

La position de « révélateur », acteur d'une simple révélation, est une position qui consiste pour le designer à presque s'effacer. À mon sens, un « bon » design n'est pas un design dont on se souviendra forcément, qui nous aura marqué, mais avant tout un design qui aura permis à l'objet de remplir sa fonction d'une façon qui nous aura semblé naturelle, de nous donner ce dont on avait besoin au moment où l'on en avait besoin : nous donner une information, s'il s'agit d'une affiche ; une assise, s'il s'agit d'une chaise ; une facilité à se déplacer, s'il s'agit d'un espace.

On demande parfois au designer graphique (et sûrement aux autres designers) d'exprimer une « patte ». Cette attente n'a pas grand sens, me semble-t-il, dans le cadre du design. Autant un artiste peut avoir un « style » et revendiquer d'être l'auteur de ces « œuvres », autant un designer n'a pas nécessité de signer ces productions comme s'il y inscrivait son nom au fer rouge.

L'enjeu du design est avant tout de remplir une fonction, même si certains produits (typiquement le mobilier et le design graphique) se retrouvent aujourd'hui exposés dans des musées comme des œuvres d'art.

Cela peut d'ailleurs nous questionner. Un meuble n'est-il pas d'abord corrélé au développement possible d'une

fonctionnalité ? Ranger, s'asseoir ou écrire ? Quelle expérience de ces activités peuvent être encore faites lorsque le meuble se retrouve ainsi sorti de son contexte d'usage pour être exposé en étant interdit d'accès ? Il en va de même d'une affiche exposée à la contemplation, quand elle avait une destination concrète in situ. Quel usage en faire dès lors qu'elle est extraite de son contexte visé : donner la date et le lieu d'un concert ?

On peut d'ailleurs maintenant se demander si un design doit être « évident » pour être un « bon » design. C'est ce que je tendais à penser initialement, mais y ayant réfléchi, je m'interroge : est-ce vraiment le cas ? La réponse à cette question ne dépend-t-elle pas plutôt de la situation dans laquelle on se trouve ? Si l'enjeu est de questionner notre gestuelle et nos comportements, créer une instabilité, perturber nos sensations, alors il ne s'agira pas de produire un design évident, facilitateur, mais sans doute davantage un design qui pose question, interrogeant sa frontière avec l'art. Le design doit-il poser question ? N'est-ce pas le rôle réservé à l'art ? Une fois de plus, nous revenons à cette question du contexte. Dans le cadre d'un projet de commande pour un particulier, soumis aux contraintes et souhaits d'un client dont on connaît parfaitement la situation, les envies et besoins, on pourra sans doute se permettre de fournir des solutions de design un peu plus radicales. Dans le cas d'un projet à dimension publique, où les usagers sont variés et nombreux, il semble par contre important de mettre en place un design ne laissant aucune hésitation quant au moyen de se servir de la réalité conçue. Pour autant, on revient sur cette idée de consensus, le designer doit-il être celui qui fait consensus ?

Il me semble que si le design ne fait pas consensus, il doit éviter à tout prix le simple plaisir de la forme, la production de formes gratuites. Il me semble que le design doit avoir la capacité de découvrir et mettre en lumière des usages potentiellement renouvelés, qui pouvaient exister mais auxquels les codes sociétaux ne nous donnaient pas accès.

— **Processus/protocole/procédé**

Quand on parle de révélation, s'intéresser au développement du film photographique semble incontournable. Au moment du développement du négatif, l'image existe déjà.

Il s'agit seulement de l'exposer sur le papier photographique pour la révéler. Viendra ensuite le temps des bains : le papier passera par le révélateur, par le bain d'arrêt puis terminera son chemin dans l'eau claire.

Ce procédé illustre parfaitement le processus de révélation que je souhaite évoquer. Tout est déjà là : le papier, l'image, les bains de chimie. Mais c'est en les associant que la révélation se fait. C'est ce qu'il me semble intéressant de chercher à faire en tant que designer : faire des associations, des mises en relations, pour révéler l'existant.

— **Quand on parle d'existant, parle t-on de réalité ?**

La révélation nous révèle-t-elle la réalité seulement en puisant ses composants dans le réel ? Une photographie ne représente jamais la totalité de l'expérience vécue, nous le savons bien. Elle est simplement le support qui relève un certain état du réel, capté au moment de sa prise de vue.

Une photographie révèle forcément ce qui a existé dans la réalité. Mais comme dans le cas du design ou de l'écriture, elle nous dit ce que celui qui l'a prise, a bien voulu nous transmettre, c'est-à-dire qu'elle nous offre la réalité telle que le photographe l'a perçue à travers son propre prisme social, historique, intellectuel, etc.

— **Abondance d'objets, d'images, d'informations**

Il me semble intéressant de se placer, en tant que designer, dans une forme de création qui consiste à se faire un révélateur du monde, plutôt que dans la perspective d'ajouter encore de nouveaux éléments à la densité de ce monde en lequel nous nous trouvons.

Nous sommes entourés de choses merveilleuses dont il nous arrive même parfois d'oublier l'existence tant elles sont noyées dans la masse des produits qui nous entourent.

Faire exister ce qu'on ne voit pas, faire ré-exister ce qu'on ne voit plus, voilà la manière dont je souhaite réorienter ma pratique aujourd'hui.

Il peut s'agir de faire émerger une idée dans une réunion, de rendre évident le message qu'un individu cherche à faire passer. Il peut s'agir d'extraire une image de son contexte entendu, pour la rendre à nouveau visible. Il peut être question d'isoler un objet de ses congénères apparemment identiques, pour qu'il ne soit plus perçu comme un parmi d'autres, mais pour son usage et sa fonction elle-même.

Peut-être s'agit-il finalement de rendre une valeur aux choses, de ré-enchanter le monde ? J'ai la sensation que c'est là la clef pour nous éloigner d'une certaine surconsommation qui nous est néfaste, nous le savons bien désormais. Comme si la surabondance des objets, des images, des écrits leur avait fait perdre, à titre individuel, toute valeur. Et quand cette valeur n'est plus, nous avons tendance à chercher le nombre. Comme si la quantité pouvait remplacer l'estime que l'on porte à l'unicité. À compter nos followers, ne faisons-nous pas de même dans nos rapports humains ?

— **Designer inventeur**

Une différence qu'il semble importante de noter entre inventeur et designer est la visibilité de leur production. La production de l'inventeur n'est pas visible tant qu'elle n'est pas diffusée. Alors que celle du designer est faite pour être produite en série. Même si la série est petite, il y aura quand même une série. Alors le rôle social et politique intervient. Bien sûr, il n'est pas le seul dans cette aventure, mais il semble important, en tant que faiseur d'objets ou d'images d'avoir conscience de l'impact potentiel que ceux-ci peuvent avoir sur le monde.

— **Mettre au jour des textes, images, objets, sensations.**

Une envie impérieuse de rendre visible et accessible. La quête des formes n'est guidée que pour servir le propos, tant dans ma pratique professionnelle de graphiste que lorsque je me penche sur des projets plus artistiques.

CONCLUSION

L'importance du contexte

À travers cette exploration, j'ai tenté de mettre en valeur cette idée à laquelle je tiens particulièrement : ce qui importe n'est finalement pas le sujet lui-même ; mais la manière dont il est conçu et présenté.

L'Encyclopédie, si elle n'avait pas été mise en page ainsi, n'aurait probablement pas pu démocratiser, rendre accessible un tel contenu scientifique et technique. Elle a donc su prendre en compte son contexte de réception, pour se rendre diffusable.

Les objets de médiations, quant à eux, peuvent prendre un tout autre sens sortis de leur contexte. Mais tant qu'ils sont perçus comme objets de médiation, ils arrivent à faire écho aux projections de chacun d'entre-nous et permettent ainsi aux acteurs qui les côtoient, manipulent sinon utilisent, de se retrouver sur quelques points communs ou d'échange.

Les vitrines, enfin, en passent par la création d'un contexte pour obtenir un résultat. Leur objectif est de favoriser la vente en suscitant l'envie ; elles sont alors des vecteurs de sublimation des objets qu'elles présentent, jusqu'à être présentées comme des œuvres d'art et à porter un nom.

J'ai commencé cet écrit en m'interrogeant sur le sens que pouvait prendre le fait de « faire » ou de « ne rien faire ».

Or, traverser les questions évoquées tout au long de cet écrit m'aura permis d'entrevoir que le « faire » dont je parlais et dont j'entendais relativiser la valeur, est celui qui est lié à une « production », qui recouvre aujourd'hui l'allure d'une production de masse. Pour autant, il s'agit bien de continuer à rêver, à imaginer, à croire au monde dans lequel nous souhaitons vivre demain. En ce sens donc, à faire quelque chose, agir.

Et si ce monde nous invite à moins produire, il faudra tout de même faire quelque chose, y agir ou intervenir, de manière à pouvoir ne rien faire, puisque notre environnement n'est pas organisé pour ne rien faire.

Ainsi s'agit-il pour le designer de passer par des outils, des matériaux, pour créer des relations qui nous aideront à continuer d'avancer ensemble.

Bibliographie

A d'**ALEMBERT**, Jean (Le Rond)
1751-1772 ; Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers

B **BAUDRILLARD**, Jean
1968, Le système des objets

BRUN A.
2007, Médiations thérapeutiques et psychose infantile, Paris, Dunod, 283 p.

C **CICCONE**, Albert (et LHOPITAL, Marc)
1991 ; Naissance à la vie psychique, Paris, Dunod, nouv. éd. 2001, 317 p.

D **DIDEROT**, Denis
1751-1772 ; Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers

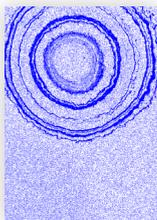
G **GIMENEZ**, Guy
1995 ; Objet de relation et gestion du lien contre transférentiel avec une patiente hallucinée : les couleurs d'une rencontre, in Actes des Journées du COR : Objet et contre-transferts, Arles, Hôpital Joseph-Imbert.

L **LHOPITAL**, Marc (et CICCONE, Albert)
1991 ; Naissance à la vie psychique, Paris, Dunod, nouv. éd. 2001, 317 p.

R **REISCH**, Lucia
Nature et culture de la consommation dans les sociétés de consommation (article)

REY, Alain
20XX ; Dictionnaire historique de la langue française

Iconographie



Sans titre, Sarah Saulnier de Praingy
d'après *Timekeeper* de Pierre Huyghe
2019
© Sarah Saulnier de Praingy



1200px-Cube_gris_sur_socle_blanc, Inconnu
<https://fr.wiktionary.org/wiki/socle>
© Wiktionary



Sans titre, Sarah Saulnier de Praingy
2018
© Sarah Saulnier de Praingy



Sans titre, Ivana Cajina
Unsplash
© Ivana Cajina



Google nous éclaire

2019, Google Image
© Sarah Saulnier de Praingy



Sans titre, Tatiana Lapina

Unsplash
© Tatiana Lapina



Sans titre, Vanessa Von Wieding

Unsplash
© Vanessa Von Wieding



Paulmerie, Jeu de Paume et Construction de la Raquette,

Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences,
des arts et des métiers
1751-1772



Paulmier, Instrumens de Paulme,

Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences,
des arts et des métiers
1751-1772



Paulmerie, Instrumens de Paulme,

Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences,
des arts et des métiers
1751-1772



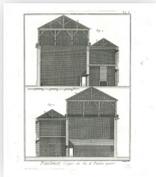
Paulmerie, Salle de Billard et Instrumens de Billard,
Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences,
des arts et des métiers
1751-1772



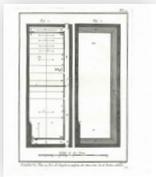
Paulmerie, 1^{er} Plan d'un Jeu de Paulme quarré et Salle de Billard,
Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences,
des arts et des métiers
1751-1772



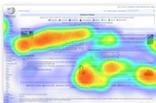
Paulmerie, Plan au-dessus des murs du Jeu de Paume,
Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences,
des arts et des métiers
1751-1772



Paulmier, Coupes du Jeu de Paulme quarré,
Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences,
des arts et des métiers
1751-1772



**Paulmerie, Plans au rez de Chaussée et au-dessus des Murs
d'un Jeu de Paulme au-dedans,**
Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences,
des arts et des métiers
1751-1772



heatmap-wikipedia,
© DR



Sans titre, Sarah Saulnier de Praingy
2018
© Sarah Saulnier de Praingy



© DR



Google nous lie
2019, Google Image
© Sarah Saulnier de Praingy



81f7eb9e3354b3cbc8679e9dbc74e53f--wood-joining-recycled-plastic-bottles,
© DR



ferrure-d-assemblage-pour-meubles-ferrure-d-assemblage-pour-meubles-quincaillerie-assemblage-meuble-of-ferrure-d-assemblage-pour-meubles-3,
© DR



P_318579_P_1_PRODUIIT,
© DR

—



400x234xKINTSUGI.jpg.pagespeed.ic.-OCJEmkeUC,
© DR

—



© DR

—



© DR

—



© DR

—



© DR

—



© DR
—



9-4MOMA0750,
© DR
—



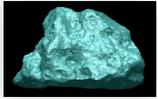
© DR
—



Google nous révèle
2019, Google Image
© Sarah Saulnier de Praingy
—



Timekeeper, Pierre Huyghe
2016, From Palais de Tokyo
© Pierre Huyghe et galerie Chantal Crouse
—



© DR
—



© DR
—



support-metal-pour-sculpture-powertex-30cm-l,
© DR
—



© DR
—



© DR

—



H Zonder titel, Didier Vermeiren, 19856, H 242 cm,

© DR

—



inspiration-flowers-shop-1,

© DR

—



BLW_HERMES_HIGH_SUMMER_WINDOW_2014_WEB_AndrewMeredith_2500px_05-2000x1651,

© DR

—



Rapport annuel CACIB, Sarah Saulnier de Praingy

2017

© Sarah Saulnier de Praingy

—



Vue de la statue de Montaigne, Sarah Saulnier de Praingy

2019

© Sarah Saulnier de Praingy

—

Merci.

J'aimerais d'abord dire merci à cet écrit et à l'exploration qu'il a nécessité. C'est une chance que d'avoir le temps d'explorer des pensées. Il m'a permis de réaliser que le thème des projets (santé, sport, environnement, banque, musique, etc.) n'était finalement pas capital. Et ainsi réaliser que ce qui l'est, c'est de **rendre possible les projets**.

Merci à Armand Behar.
Merci de m'avoir fait confiance pour intégrer ce mastère.

Merci à Geneviève Sengissen.
Sans toi, j'aurais renoncé à cette belle année.

Merci à Anne Lefebvre.
Merci pour ton aide, ton esprit vif et ta patience.

Merci à ceux qui m'entourent et que j'aime.

Enfin, merci à vous tous, camarades de route :
Amélie, Clémence, Charles, Chloé, Gabriel, John, Jonas,
Marjorie, Morgane, Pietro, Racha et Valentin.

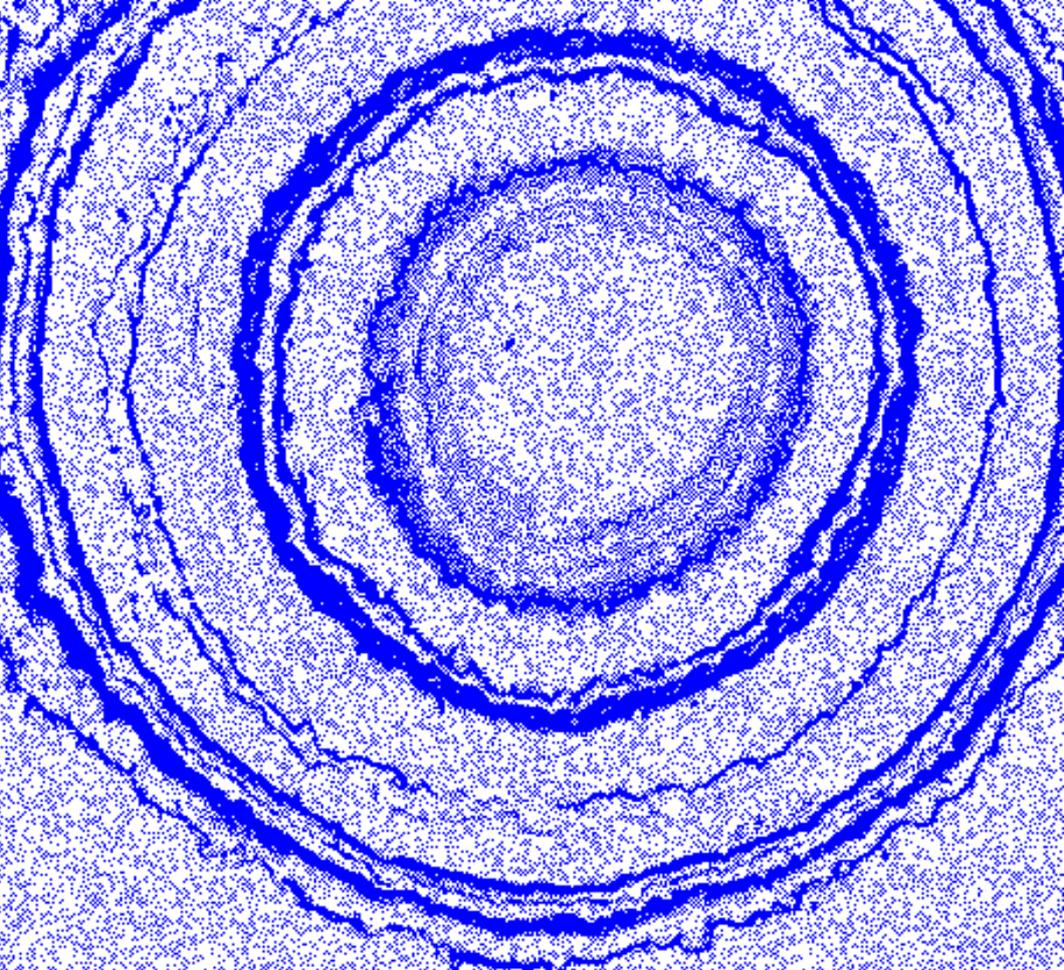
Vous avez fait la richesse de cette année.
Nos différences ont été complémentaires, nos échanges enrichissants.

Cet écrit a été :

réalisé dans le cadre du Master Création et technologie contemporaine de L'ENSCI – Les Ateliers, durant l'année 2018/2019 ;

composé en Work Sans, dessinée par Wei Huang sous SIL Open Font License Version ; en Amasis MT Std, dessinée par Ron Carpenter et publiée par Monotype ; et en Bluu Next, dessinée par Jean-Baptiste Morizot publiée par Velvetyne Type Foundry ;

imprimé à Paris, France.



Sarah Saulnier de Praingy

06 82 28 20 16

sarah.saulnier@ensci.com — sarah.saulnierdepraingy@gmail.com