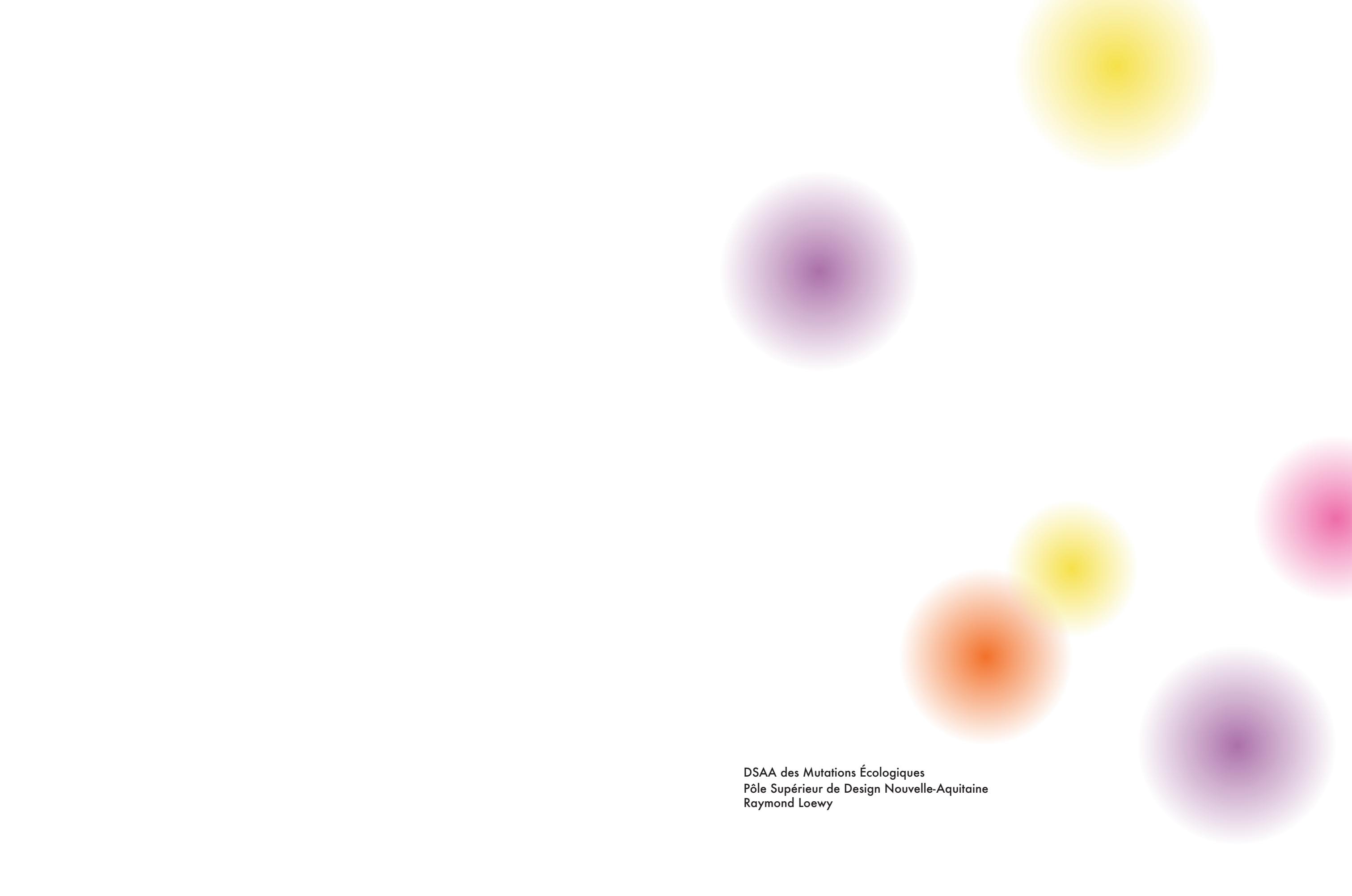


ENCÈNE

N°50



DSAA des Mutations Écologiques
Pôle Supérieur de Design Nouvelle-Aquitaine
Raymond Loewy

joie

ENCÈNE N°50

édi¹to

Dans notre époque paradoxale, se percutent des injonctions au bonheur, à la réalisation de soi avec des événements générateurs d'angoisse et de tristesse profondes. Comment pourrait-on choisir entre cette forme de déni qui consiste à continuer vaille que vaille la recherche d'une satisfaction égotique et le repli sur soi écoanxieux ? Les deux semblent également inopérants pour faire face au monde tel qu'il est. L'un parce qu'il ne comprend pas le monde et préfère l'ignorer et l'autre parce qu'en le comprenant que trop il se téstanise devant lui jusqu'au non-agir. L'un comme l'autre s'abiment dans des postures individualistes qui n'engagent aucune forme d'action. Nous avons besoin de retrouver notre puissance d'agir éparsillée dans une myriade de destins et d'aspirations individuels qui n'arrivent plus à se rencontrer. Nous avons besoin de reconstruire un rapport de force avec cette pesanteur qui empêche la mutation vers une société qui accepte les limites planétaires. La mutation écologique requise ce n'est pas un changement de surface. Elle nécessite des engagements puissants. C'est une transformation sociale profonde qui affecte nos modes de production et de consommation et donc notre façon d'être au monde et avec les autres. Cela nécessite de se transformer en profondeur, de développer une plus grande capacité à agir, à faire avec les autres. C'est précisément ce que la joie permet de faire. La joie c'est pour Spinoza l'émotion qui accompagne le développement de notre puissance d'agir. Elle est une forme de plénitude liée à la réalisation de nos aspirations, et est relative à ce qui se passe quand on agit avec d'autres, qu'on construit d'autres façons de vivre ensemble. Si la joie est une conséquence de nos accomplissements, liée intimement pour les êtres sociaux que nous sommes à notre façon d'être avec les autres, elle pourrait aussi bien être notre moteur. Le design, avec sa recherche des formes les plus aptes à un usage donné a toujours été également l'art d'enchanter l'existence par des formes, comme le dit Vial dans son Court traité du design. Il est donc certainement vecteur d'émotions. Mais

avons-nous encore besoin d'être enchantés ? Il semble que bien au contraire il faut lever l'ensorcellement consumériste qui nous empêche de voir au-delà de cette forme d'organisation sociale pour en penser une autre. La question qui nous occupe dans ce numéro est donc de savoir comment les formes issues du design peuvent viser cet objectif de projection d'imaginaires positifs d'une société soutenable plutôt que de mettre des paillettes dans nos yeux ? La joie peut-elle être ce moteur de concrétisation d'autres imaginaires ? Un design de la joie serait alors un design qui permettrait de développer ces autres manières de vivre ensemble, faisant pièce à l'imaginaire étriqué qui accompagne trop souvent la décroissance dans l'esprit du plus grand nombre. Le design pourrait alors permettre de révéler le potentiel joyeux de ces transformations sociales. Un design qui sonne juste devrait alors prendre en compte la complexité de ce qu'est la joie. Elle n'est pas réductible à l'enchantedement, au plaisir, à la jouissance. Elle n'est pas même le bonheur. Elle est en réalité ce qui se passe quand on se transforme. Elle peut procéder d'un mélange troublant d'affects : on peut éprouver de la joie dans le trouble, l'étrangeté, l'effort, dans la confrontation avec ce qui nous dépasse et parfois nous cause de la douleur. On peut éprouver de la joie dans des temps troublés quand on accepte de vivre dans ce trouble et de s'en emparer. Assumer la complexité du monde et y inventer de nouvelles manières d'être ensemble et de fabriquer du lien pourrait bien se révéler porteur de joie pourvu qu'on se donne le loisir d'expérimenter. De cet objectif le design écoresponsable peut se trouver porteur.

Laurence Pache
professeure de philosophie

SOM
mai
re

Créer à cœur joie

11

Joie quotidienne

19

Feu de joie

27

Joie colorée

35

Fausse-joie

43

Joie pure

51

Joyeux anniversaire

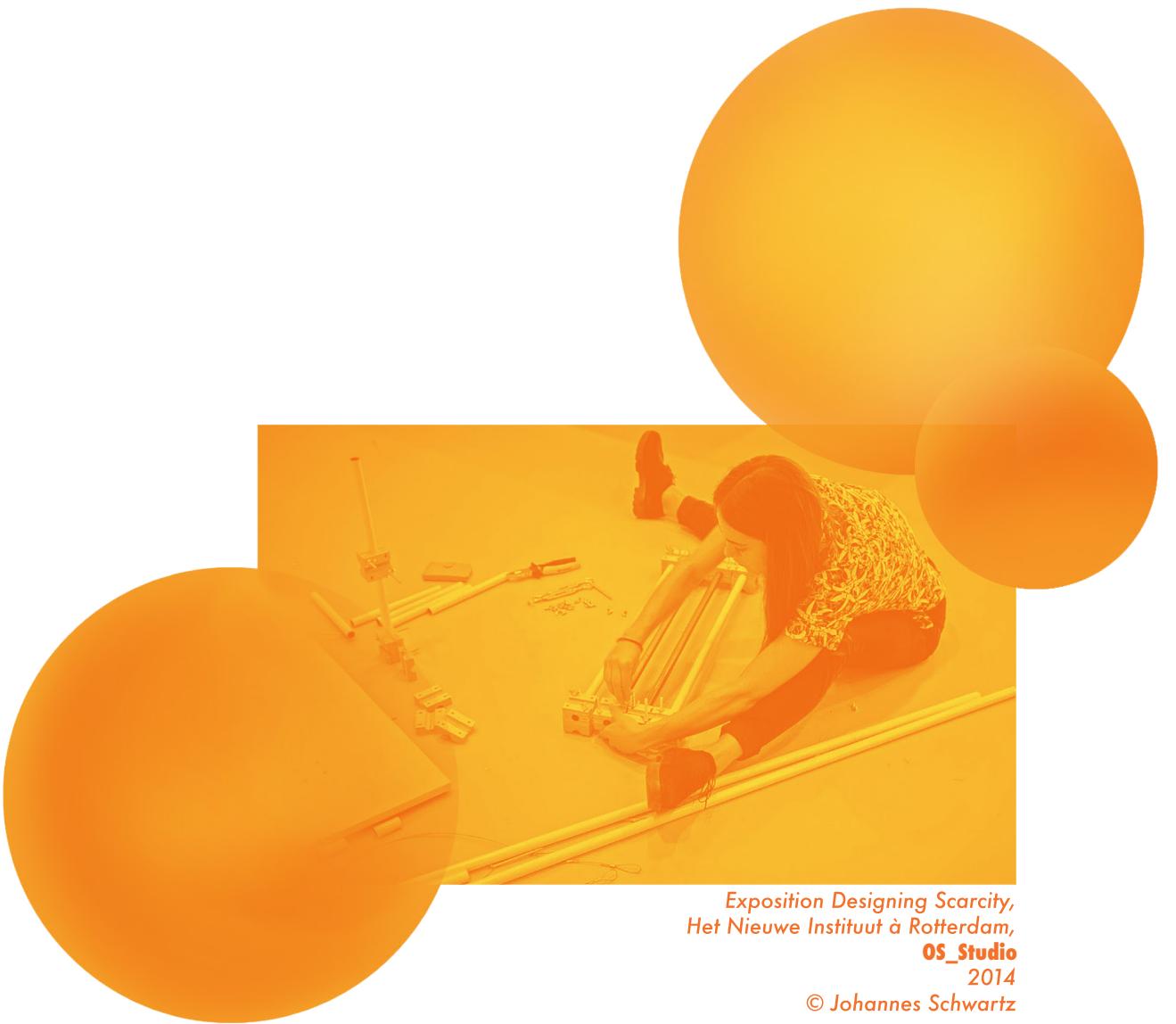
59

Joie de vivre

67

Larmes de joie

75



Exposition Designing Scarcity,
Het Nieuwe Instituut à Rotterdam,
OS_Studio
2014
© Johannes Schwartz

créer à cœur joie



créer à cœur joie

Accomplissement créatif :
pour une ouverture à la participation

« Regarde ce que je fais », « Je suis fier de ce que je réalise », « C'est une joie de créer. » Cette perception de joie s'incarne par une « émotion vive, agréable, limitée dans le temps, un sentiment de plénitude qui affecte l'être entier au moment où ses aspirations, ses ambitions, ses désirs ou ses rêves viennent à être satisfaits d'une manière effective ou imaginaire » (CNRTL). L'idée d'une satisfaction illustre un sentiment d'épanouissement qui nous submerge, résultant de l'émerveillement d'un accomplissement ou d'un dépassement personnel. Dans le domaine des Arts et du Design, la joie trouve sa place tout au long du processus de création. Le cheminement, de l'étape de conceptualisation jusqu'à celle de réalisation finale, provoque une sensation de jouissance, de fierté, par l'aboutissement d'une finalité matérielle. Le moment où l'on contemple l'objet achevé est une rencontre entre soi-même et ses capacités. Il reflète à la fois la satisfaction d'un investissement personnel, la mise en œuvre des compétences, et l'accomplissement de son potentiel créatif. À travers les âges, l'artiste, l'artisan et le designer ont conçu et façonné en mobilisant un véritable savoir-faire. L'acte de créer fut longtemps l'apanage de ceux qui maîtrisaient ces compétences spécifiques. Cependant, depuis le début du

Exposition Designing Scarcity,
Het Nieuwe Instituut à Rotterdam,
Atelier [H.099], OS_Studio
2014
© Johannes Schwartz

Le cheminement, de l'étape de conceptualisation jusqu'à celle de réalisation finale, provoque une sensation de jouissance, de fierté, par l'aboutissement d'une finalité matérielle

XXI^{ème} siècle, l'avènement du numérique a favorisé la diffusion du savoir et de la technique, ouvrant la voie à une démocratisation du faire, accessible à ceux qui le désirent. Nombreux sont les acteurs qui y participent, et il est donc légitime de se demander de quelle manière la démocratisation de la création participe à l'éveil d'un sentiment de joie chez l'individu. Dans cette dynamique, Thomas Lommée, designer belge, initie en 2007 le concept OpenStructures, une base de données qui se met à disposition pour tous, à partir d'un système modulaire et de nombreux éléments compatibles, permettant de réaliser des objets du quotidien. Il propose une démarche collective visant à ouvrir l'accès à la création et à encourager la recherche d'une satisfaction personnelle à travers les objets que nous concevons. « OpenStructures est une exploration de la construction modulaire ouverte où chacun conçoit pour chacun. »

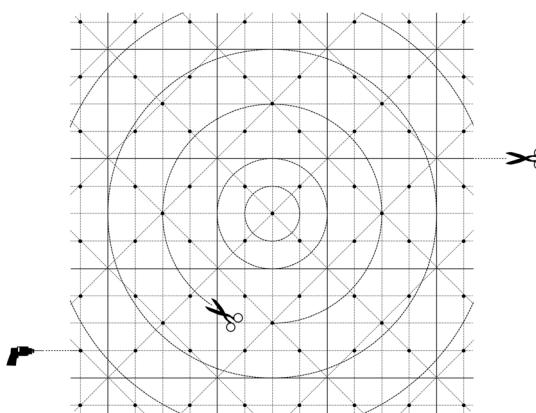
UN DESIGN PAR LE GRAND PUBLIC : PARTICIPER, C'EST ÊTRE SATISFAIT.

Thomas Lommée pense OpenStructures (OS) afin de répondre à une réflexion sur la rigidité des systèmes de conception traditionnels, des modèles spécifiques requérant de nombreuses compétences, souvent fermées et difficilement adaptables. L'idée est d'inverser cette logique et de permettre à la conception d'être un processus ouvert et évolutif, auquel le grand public peut contribuer sans être freiné par sa complexité. Sa vision est inspirée des principes de l'Open source, où les logiciels libres d'accès permettent à chacun de modifier et de redistribuer des données. Transposé au monde

Ce processus va au-delà de la simple fabrication d'objets : il engage des dimensions émotionnelles et psychologiques qui suscitent une joie

du design, cela signifie que la création d'objets n'est plus figée, mais au contraire, constamment adaptée et enrichie par tous. Cette structure incarne l'idée d'un design par le grand public plutôt que pour lui. Se développe alors un modèle dédié à la création de pièces, d'éléments d'objet du quotidien, par une grille modulaire (OS) plane de 4 x 4 cm, composée de 9 carrés pleins et d'autres formes géométriques permettant de dévoiler des points d'assemblage et d'interconnexion. Chacun, à partir de cette grille, peut ainsi proposer des modifications ou des ajouts sur un objet, ce qui génère un dialogue entre le monde professionnel et le grand public. OpenStructure développe alors des

ateliers participatifs, un espace d'émerveillement, où la réalisation d'objets stimule la créativité et génère un sentiment d'accomplissement partagé. L'utilisateur observe, expérimente et crée de ses propres mains, apportant ainsi sa contribution à un projet. Ce processus va au-delà de la simple fabrication d'objets : il engage des dimensions émotionnelles et psychologiques qui suscitent une joie. En créant quelque chose de tangible, l'utilisateur ressent une satisfaction et une fierté personnelles. C'est un moment de dépassement de soi, où l'on prend conscience de ses capacités en osant réaliser quelque chose de nouveau. Il découvre le plaisir de partager, de collaborer, et établit des liens avec ceux ayant contribué au projet. « Une production de 1000 versions par le même design et non 1000 productions du même design. » OpenStructures se positionne en contradiction avec les productions standardisées depuis



Grille modulaire OpenStructures,
OS_Studio
© Thomas Lommée

la période moderne et avec les modèles omniprésents de grande série. Ils se rattachent à la déconstruction de ces productions existantes, mais également aux outils numériques, de manière à proposer une panoplie de pièces adaptables à la grille modulaire (OS). Par exemple, ils participent à l'exposition éphémère Design Scarity au Het Nieuwe Instituut à Rotterdam afin d'aborder des stratégies telles que la substitution, la réparation, la résilience ou l'information pour trouver de nouvelles solutions face aux limitations. Ils conçoivent ainsi 13 tables suspendues réparties dans l'espace du centre culturel, comme support pour l'exposition. Ces meubles sont composés d'éléments connecteurs [P.0494]

en contreplaqué fraisé permettant d'accueillir des tubes d'acier thermolaqués [G.007] sans qu'ils soient fixés définitivement. Ces éléments permettent de réaliser une structure contreventée sur laquelle un panneau de contreplaqué de pin est attaché. Ce principe est pensé pour être déclinable et proposer de nombreuses versions, mais aussi pour être démonté au besoin de manière à récupérer l'ensemble des éléments. À la fin de l'exposition, OpenStructures installe un atelier participatif composé de designers et de quelques citoyens de Rotterdam, afin de réemployer les matériaux des 13 tables. Chacun a réalisé un objet qu'il a pu garder chez lui. Ce projet met en lumière les capacités de l'esprit créatif et les compétences de tous, ainsi que la contribution du savoir-faire des professionnels, en montrant qu'il est possible de réaliser diverses créations à partir d'un modèle existant. Les participants ont ainsi transformé leurs idées et émotions en une création tangible, procurant une satisfaction profonde liée à l'expression de soi. Le contact avec les matériaux et la manipulation des outils stimulent les sens, rendant l'expérience de fabrication à la fois immersive et gratifiante. En relevant des défis qui mobilisent leur créativité et leur savoir-faire, ils ont éprouvé un sentiment d'accomplissement. Ce processus, à la fois engageant et valorisant, fait de l'acte de concevoir une expérience épanouissante. L'utile et le beau, façonnés selon la vision de chacun, se rejoignent dans un objet perçu comme unique.

La réalisation personnelle d'un objet invite à redéfinir notre relation à la matérialité. L'acte de fabriquer soi-même, de choisir et d'adapter les objets à ses besoins, procure une joie profonde, un sentiment d'appartenance et de satisfaction durable. Le sociologue américain Richard Sennett aborde cette notion de satisfaction à travers le travail de l'artisan. L'ouvrage *Ce que sait la main*, met en lumière l'accomplissement personnel, qui provient du travail bien fait. Ici, la joie réside dans le processus d'amélioration continue et dans le perfectionnement de nos compétences. Dans le projet Design Scarity, les citoyens de Rotterdam ont créé leurs propres objets pour les intégrer chez eux, s'engageant ainsi dans une réflexion sur leurs besoins et aspirations, une recherche de plaisir dans cette démarche créative. Ils se sont investis dans un processus de création, s'initiant à de nouvelles compétences dans l'optique d'une réalisation personnelle. Ces objets porteront leur empreinte personnelle, devenant ainsi uniques, un bien irremplaçable. Ils ne seront plus seulement une fonction, mais un souvenir tangible de l'effort, un reflet de l'investissement personnel,



Inventaire des conceptions modulaires,
Atelier [H.099], OS_Studio
2014



**Table [H.097], OS_Studio
2014**

© Johannes Schwartz

intellectuel et manuel. Cela invite les usagers à prendre soin de leurs créations en raison de la valeur émotionnelle qui leur est attribuée. La notion d'écoresponsabilité intervient dans ce nouveau rapport à l'objet ; on en vient alors à le soigner, à le réparer et à prolonger sa vie, non seulement pour des raisons pratiques, mais parce qu'il représente une partie de nous. Ce caractère singulier renforce le lien émotionnel avec l'objet, ce qui contraste radicalement avec les objets standardisés, produits en masse, souvent perçus comme interchangeables et sans valeur affective durable. Ces objets sont souvent orientés vers l'obsolescence programmée et le renouvellement constant des produits. Le fait de faire soi-même indique un changement de paradigme face à la consommation que l'on a habituellement. Ce choix, conscient et impliquant, donne du sens à l'acte de consommation, qui devient un processus de création plutôt que d'acquisition passive, avec un nouveau rapport à ce qu'est l'objet.

La démocratisation de la création, portée par des initiatives comme OpenStructures, transforme notre rapport aux objets et stimule un épanouissement personnel par le biais de la créativité. En permettant au grand public de participer activement à la conception, elle favorise un sentiment d'accomplissement et de satisfaction profonde. L'acte de créer, de personnaliser et de s'approprier les objets offre non seulement une joie intrinsèque, mais également une connexion émotionnelle durable avec ces réalisations. Cette perspective de réflexion sur la joie dans le processus créatif marque une véritable transformation de notre rapport aux objets et à la consommation. Elle soulève une problématique contemporaine qui mérite d'être explorée dans le milieu éducatif, où l'enseignement pourrait intégrer ces nouvelles formes de création collaborative pour favoriser le développement de la créativité et la satisfaction personnelle chez les plus jeunes.

Jamy Phelipot



*Tire-bouchon Anna G.,
Atelier Alessi
1994*

joie quotidienne



joie quotidienne

Joie instantanée et objet durable

Notre corps, aussi complexe soit-il, est constitué de multiples connecteurs neurologiques qui nous permettent de ressentir des émotions telles que la peur, la colère, la tristesse ou encore la joie. L'émotion qui nous intéresse aujourd'hui est la joie, dont le terme actuel a vu le jour au XIe siècle sous la forme de « goie ». Ce mot est issu du latin *gaudia* et signifie le contentement et le plaisir. La joie désigne une émotion vive et agréable, spontanée ou provoquée. Elle peut également se définir comme étant un moment, une expérience, une situation de gaieté, de bienfaits où se mélangeant des sensations de bien-être, de béatitude, d'extase et de jouissance, mais cela ne reste qu'éphémère et fugace. En clair, la joie a une connotation à valeur méliorative qui agit comme un catalyseur puissant pour améliorer notre qualité de vie. Le design émotionnel, initié par Aaron Walter, directeur UX chez Mailchimp, repose sur l'idée que les objets, au-delà de leur fonction utilitaire, doivent susciter une émotion, une réaction chez l'usager. Cette émotion est subjective et propre à chaque individu. Il serait complexe de prédire précisément ce que l'objet suscitera comme ressenti. Ce pourrait être la joie, mais également de la tristesse, du dégoût ou de la colère. Est-il réellement possible de maîtriser l'impact émotionnel d'un objet ? Si oui, de quelle manière

Est-il réellement possible de maîtriser l'impact émotionnel d'un objet ?

le design peut-il guider et orienter l'émotion ressentie par l'usager, et jusqu'où peut-il influer sur la perception de joie ? Pour explorer cette notion, l'exemple du tire-bouchon Anna G. d'Alessandro Mendini, créé en 1994, permet d'observer comment les objets provoquent des émotions. Mais, derrière cette apparence enjouée et ludique, il est néanmoins important d'examiner les questionnements de société et les enjeux environnementaux que son design soulève.

L'entreprise Alessi qui commercialise Anna G, fondée en 1921 par Giovanni Alessi à Crusinallo en Italie, s'est distinguée par son approche novatrice des matériaux comme le cuivre et le laiton. En 1955, la marque a commencé à collaborer avec des designers et architectes pour élargir sa gamme. Un tournant survient en 1991 après un voyage d'Alberto Alessi au Japon, inspirant la création de la série « Family Follows Fiction » en 1993, série dans laquelle les objets deviennent des personnages ludiques, émotionnels et sensoriels, conçus pour raconter des histoires. En 1994, Alessandro Mendini, architecte et designer italien, collabore avec Alessi pour créer le célèbre tire-bouchon Anna G. Cette période est marquée par des tensions politiques en Italie et une stagnation économique qui se répercute sur la demande en biens de consommation. Alessi se retrouve à un carrefour. La marque souhaite revenir aux sources et ainsi s'orienter autour de deux nouveaux axes de recherches. Elle souhaite prôner une approche « éthique », entendue comme la recherche d'une nouvelle simplicité, modestie, parfois même austérité du projet. S'y ajoute une vision plus « radicale », privilégiant des formes expressives et décoratives, qui peuvent être considérées comme « exagérées ». Mendini

s'inscrit dans cette dualité, alliant critique et ornement pour rompre avec le modernisme international. Le tire-bouchon d'Anna G. est devenu une icône de la marque et est considéré comme un objet culturel qui défie le temps. C'est le premier tire-bouchon industriel anthropomorphique qui ne cherche pas seulement à n'être que fonctionnel mais également à provoquer une émotion, tel un « jouet pour adultes ». La représentation d'une figurine féminine élégante et souriante avec une coupe de cheveux à la garçonne, le corps et la vesse cachés sous une robe en forme de cloche et les bras qui se lèvent et s'abaissent comme un geste de célébration, renvoient à l'aspect ludique et stimulant. L'utilisation de ce tire-bouchon transcende le simple geste fonctionnel d'ouvrir une bouteille pour devenir un rituel quotidien qui valorise les petits moments de convivialité et de partage. Ce geste répétitif, intégré à la routine, acquiert une dimension symbolique qui permet de suspendre le quotidien pour mieux apprécier l'instant présent. Ces moments, immuables, rappellent l'importance des habitudes de partage dans la vie courante. Cet objet crée un plaisir immédiat, entendu au sens du divertissement et du jouet qui est temporaire et qui ne laisse qu'une trace fugace dans la vie de l'utilisateur. Il propose une véritable réflexion sur l'objet de consommation. En adoptant une forme anthropomorphique et ludique, il redéfinit la frontière entre utilitaire et ornemental, transformant une tâche quotidienne en un moment de plaisir, de

jouissance visuelle et tactile qui vient s'ancrer dans les habitudes et dans la mémoire. Cependant, derrière cette apparence légère se cache une question plus complexe, celle de la place de l'émotion et plus précisément de la joie dans le design industriel. En effet, l'industrialisation à grande échelle est souvent caractérisée par la baisse de qualité et surtout par la perte de singularité au travers de sa production de masse. Effectivement, le tire-bouchon dessiné par Mendini est fabriqué en bi-matériaux, du plastique et de l'acier. À partir des années 90, apparaît le développement des bioplastiques, le PLA notamment, l'un des premiers plastiques renouvelables et des polyesters biodégradables, PHAs. L'utilisation de cette matière a permis de repousser les limites du design en explorant de nouvelles textures, formes et couleurs. Réalisée en résine thermoplastique, ce matériau qui devient très solide et résistant une fois refroidi, la robe de cette icône est lisse, douce et agréable, éveillant les sens et aspirant à une forme de sérénité et de calme. Bien que l'usage du plastique ait été vu comme une avancée technologique, sa production à grande échelle présente toujours un impact écologique et environnemental significatif. Cematiériaux contribue à une consommation rapide et sa gestion, en fin de vie, n'est pas toujours questionnée afin d'être ré-exploitée et remise sur le circuit. Au travers de ce produit, la joie, aussi fugace soit-elle, peut être ressentie de différentes manières, que ce soit par sa forme anthropomorphique qui se rattache à un environnement rassurant et joyeux, ses couleurs diverses et variées qui peuvent faire appel aux différents souvenirs se référant à une sensation de bien-être, de bonté, d'extase ou encore sa texture lisse agréable et réconfortante.



Tire-bouchon Anna G.,
Atelier Alessi
1994



Tire-bouchon Anna G.,
Atelier Alessi
1994

Cependant, derrière cette apparence légère, se cache une question plus complexe, celle de la place de l'émotion et plus précisément de la joie dans le design industriel

Il propose une véritable réflexion sur l'objet de consommation. En adoptant une forme anthropomorphique et ludique, il redéfinit la frontière entre utilitaire et ornemental, transformant une tâche quotidienne en un moment de plaisir, de

Cependant, derrière son statut iconique, l'objet soulève des interrogations concernant sa place au sein de notre société, son effet « gadget » ou encore de son impact environnemental. Le tire-bouchon, avec son allure anthropomorphe et son sourire enjoué, agit comme un objet de transition qui fait appel à notre besoin d'interactions, de réconfort et même d'empathie. Cette allure évoque une forme d'adolescence, le prolongement de l'adolescence en dépit de l'entrée en l'âge adulte. Ce facteur est marqué par l'envie de garder, de se référer à des objets qui sont proches de l'enfance. En 2010, Serge Tisseron, docteur en psychologie, a écrit un livre intitulé L'Empathie au cœur du jeu social, dans lequel il analyse l'empathie selon trois dimensions distinctes : l'identification, la reconnaissance mutuelle et l'intersubjectivité. L'identification implique une compréhension intellectuelle et émotionnelle de l'autre, tandis que l'intersubjectivité reconnaît en l'autre une capacité à enrichir notre propre perception de soi. Cependant, c'est la reconnaissance mutuelle qui éclaire le mieux l'impact du tire-bouchon Anna G. Elle implique un échange réciproque, un contact direct qui crée une interaction émotionnelle et sensorielle entre les individus, ici, entre l'individu et l'objet. Effectivement, le sourire du tire-bouchon avec sa forme accueillante et sa gestuelle - lever et abaisser les bras - le transforment en un compagnon d'interaction au-delà de sa simple fonction d'outil. Dans ce contexte, il devient un «partenaire» symbolique de convivialité et de partage, capable de déclencher un sourire

Il devient un «partenaire» symbolique de convivialité et de partage, capable de déclencher un sourire ou de susciter une légère surprise, ancrant ainsi sa place dans le quotidien de l'usager

ou de susciter une légère surprise, ancrant ainsi sa place dans le quotidien de l'usager. Inversement, l'absence de cette médiation expressive revient à nier l'existence de l'autre. Mais, ce « jouet pour adultes », à travers les interactions qu'il suscite, les anecdotes qu'il provoque et son aspect enfantin, tend rapidement à basculer dans la catégorie des objets « gadgets ». Ce tire-bouchon devient alors un élément de plus dans le quotidien, alliant utilité partielle, fragmentée et symbolique de divertissement. Cette transition vers le « gadget » questionne sa durabilité et son impact sur notre environnement. En effet, d'un point de vue écologique et éco-responsable, le tire-bouchon devient discutable. En se fondant sur une production en série et une esthétique « jetable » (gadget), il pourrait alimenter l'idée de l'obsolescence esthétique, phénomène par lequel les consommateurs remplacent des objets qui fonctionnent encore, simplement parce qu'ils semblent démodés comparés aux nouveaux modèles. L'objet devient alors un produit de masse qui malgré son image joyeuse et souriante peut être perçu comme un support de banalisation de l'émotion. Le tire-bouchon Anna G., enjoué, divertissant et amusant au premier abord, peut dénoter lors d'une utilisation répétée. L'aspect mécanique du geste et la massification de son design, qui vont à l'encontre de la joie, renforcent des connotations plus froides ou négatives.

Pour conclure, ce tire-bouchon soulève une question importante sur la nature de la joie dans le design. Si la joie peut être perçue comme éphémère et immédiate, elle n'en reste pas moins importante dans notre quotidien et au sein de notre environnement. En outre, grâce au design émotionnel, la joie émerge, en jouant sur des sens multiples qui viennent stimuler l'ouïe, la vue ou encore le toucher. L'objet ici analysé ouvre une réflexion plus large sur la fugacité de la joie qu'il symbolise, face aux enjeux durables de notre époque. L'ustensile de Mendini oscille donc entre ces deux pôles : il capture l'essence de la joie instantanée, mais sa légitimité en tant qu'objet durable et responsable reste un sujet de débat. En effet, l'esthétique du plastique, pionnière dans les années 90, soulève aujourd'hui des interrogations quant à son impact écologique, questionnant ainsi notre rapport aux objets de consommation face aux défis environnementaux.

Lilou Sorin



The Mirror Barricade, Tools for Action
2016
© Szekély E.

feu de joie



feu de joie

De la joie pour lutter

On fit faire les feux, les feux furent faits . S'il était rare dans les textes du Moyen âge de détailler davantage la réalisation d'un feu de joie, son activité et le sens qu'il transmet sont loin d'être aussi simples. Bien que cette expression ne soit apparue qu'en 1414, le feu de joie a une longue histoire ancrée dans les cultures de nombreuses civilisations depuis des milliers d'années. Il est défini comme un « feu allumé en plein air lors de réjouissances publiques », réjouissances dont les causes, bien que multiples, s'incarnent régulièrement comme des instances de contestation du pouvoir. Les exemples de ce type de manifestation publique abondent et permettent de comprendre pourquoi on peut voir la manifestation moderne sous l'angle de la joie, une des stratégies possibles de la lutte. C'est justement de cette émotion que se saisit le collectif de design néerlandais Tools For Action avec leur projet The Mirror Barricade en 2016.

Participants en route pour intervenir contre une manifestation publique mettant à l'honneur les néo-nazis, The Mirror Barricade, Tools for Action 2016
© Szekely E.

Au même titre que la haine, la joie est une émotion collective qui parvient à réunir autour d'une cause commune, ce qui peut en faire un outil-clé pour un design cherchant à soutenir l'action et les revendications des manifestants

Agissant dans un contexte de manifestation antifasciste, ce travail permet de questionner l'importance de la joie dans des mobilisations où la situation est loin d'inspirer l'esprit de fête. Il s'agit donc de s'interroger sur la capacité du design à contribuer dans les manifestations publiques en identifiant des leviers sur lesquels il pourrait appuyer pour soutenir l'action. Car si le collectif a pris le parti stratégique de faire de la joie son fer de lance, il s'agira dans un second temps de questionner l'efficacité des moyens employés, avant de terminer en questionnant les dynamiques entre design, sens et émotion pour mieux transmettre des messages.

Des mégaphones colorés, diverses percussions à la rythmique fédératrice, des slogans scandés avec colère, joie ou tristesse ; tous ces éléments font partie des repères dans un cortège manifestant. Ces signes caractéristiques ont pour but de coordonner et d'unifier les individus car l'un des objectifs de la manifestation publique est de rassembler pour faire connaître une opinion.

Au même titre que la haine, la joie est une émotion collective qui parvient à réunir autour d'une cause commune, ce qui peut en faire un outil-clé pour un design cherchant à soutenir l'action et les revendications des manifestants. Le projet The Mirror Barricade cherche justement à créer de la joie pour s'opposer aux passions tristes et à la haine dans un contexte de manifestation antifasciste. En réaction à la décision de la communauté néonazie de la ville de Dortmund en Allemagne d'organiser une manifestation internationale nommée « Jour de l'avenir allemand » (traduit de l'allemand : Tag der Deutschen Zukunft), une partie de la société civile opposée à ce mouvement avait décidé d'agir pour empêcher cette marche. Dirigé par le designer Artùr Van Balen, The Mirror Barricade a été conçu lors de workshops publics avec 14 écoles et produit par les citoyens de la ville. Au bout des cinq semaines, les participants ont construit 110 blocs gonflables réfléchissants qui peuvent être assemblés en quelques secondes pour former une barricade longue de 80 mètres et haute de 3 mètres. En plaçant ainsi ce projet dans un cadre de design participatif, la joie se retrouve dans le fait de construire ensemble. Selon le collectif, la conception a été l'occasion de ménager des temps d'échanges sur les thématiques du racisme et de la xénophobie, ce qui a aidé à la création d'un ciment social unificateur. L'esthétique de cet objet emprunté à l'univers des jouets gonflables participe au caractère ludique et attachant de l'objet, mais souligne également que cette action de manifestation se veut pacifique en mettant en avant la fragilité de l'objet. En effet, le contraste est très fort une fois mis en regard du contexte, et le rouge vif du bouchon, unique élément coloré, nous rappelle bien qu'il s'agit d'un objet qui pourrait se dégonfler à tout instant. La légèreté de l'objet et sa taille apportent également un aspect insouciant et amusant car il semble imprévisible, voire vivant, dans ses interactions avec des éléments extérieurs (autres cubes, vent, etc.). L'utilisation d'un matériau réfléchissant peut également faire écho à un objet utilisé dans des situations d'urgence, la couverture de survie, peut-être pour nous ramener à la propre urgence de la situation. Cela pourrait être tout autant un moyen de refléter la haine et la violence de l'événement que les positions de chacun dans celle-ci.



La police découpant les cubes au couteau,

The Mirror Barricade, Tools for Action
2016

© Stelter F.

L'usage qu'on en fait peut également soutenir la puissance fédératrice de la joie, notamment dans l'assemblage de ces objets pour former la barricade car on peut la rapprocher facilement d'un jeu de construction. Ainsi, en s'emparant de la joie, le design permet d'un côté d'amplifier le caractère solidaire de la manifestation publique mais également d'accentuer le contraste entre un univers enfantin et la haine véhiculée par l'événement. Pourtant, quand on sait que The Mirror Barricade, détruite immédiatement par les forces de l'ordre, n'a pas réussi à empêcher cette marche d'avoir lieu, nous ne pouvons que nous questionner sur l'efficacité des moyens employés.

Si la joie collective a permis lors de ce projet de rassembler dans une ville politiquement divisée, ce n'est pas pour autant que l'action en elle-même a réussi à stopper la marche organisée par leurs opposants. D'après les chiffres donnés par le collectif, 900 néo-nazis ont défilé, 4300 policiers ont créé un cordon autour d'eux et 3500 personnes étaient engagés pour protester. Dès l'installation de The Mirror Barricade, les forces de l'ordre ont immédiatement lacéré les cubes gonflables afin d'empêcher les manifestants de bloquer la rue. Il semble alors important de questionner le choix d'un matériau vulnérable pour un objet qui est censé assurer une protection. En effet, quel est l'intérêt d'une barricade qui se déchire à la moindre altercation ? Née en France au XVI^e siècle, une barricade désigne un « retranchement improvisé avec des objets ou des matériaux divers (poutre, pieux, pavés, voiture) pour interdire l'accès d'un lieu ou pour se mettre à couvert de l'adversaire dans un combat de rues. ». Ainsi, à la fois dans sa dénomination empruntée à un contexte historique et dans la fonction que ce projet semble prétendument remplir, The Mirror Barricade ne serait pas un objet utile. Il s'agit d'un constat auquel on pourrait arriver si l'efficacité de l'objet se mesurait seulement à sa capacité de blocage. Pour autant, la fonction de cet objet était-elle réellement de bloquer le cortège ? En effet, il est tout à fait envisageable de penser que les designers étaient justement très conscients du paradoxe de la barricade fragile, et que le choix de ce matériau était une stratégie bien plus profonde : celle de symboliser une force collective et ses fragilités tout en soulevant des questions sur la violence des répressions. Dans ces cas-là, en mesurant sa pertinence à travers sa capacité à porter un message, The Mirror Barricade est un projet d'une efficacité redoutable, avec un pouvoir médiatique très fort. Le design d'objet n'est pas seulement une création à vocation fonctionnelle ou esthétique, mais il touche également aux émotions humaines pour, à travers elles, créer du sens.

Le choix de ce matériau était une stratégie bien plus profonde : celle de symboliser une force collective et ses fragilités tout en soulevant des questions sur la violence des répressions

À bien des égards, le lien entre sens, émotion et design semble légitime. En effet, un design d'objet efficace doit tenir en compte non seulement de la fonctionnalité, mais également de l'effet suscité chez ses usagers. Cet effet, théorisé par Stéphane Vial à travers le concept d'« effet de design », désigne l'influence du design sur notre expérience avec le monde. Si d'habitude le design d'objet s'applique à coordonner sens (selon sa définition de faculté à éprouver des sensations) et émotion, le projet The Mirror Barricade place ces deux notions en divergence : ce que nous percevons n'est pas en adéquation avec ce que nous ressentons. Autrement dit, si l'esthétique perçue fait appel à un univers enfantin léger, l'émotion éprouvée en voyant ces cubes gonflables



*Mort de la sculpture par couteau,
The Mirror Barricade, Tools for Action
2016
© Stelter F.*

message très fort, mais n'y avait-il pas la possibilité de poursuivre la narration en lui offrant un second souffle ? En d'autres termes, comment se relever quand notre liberté d'opinion a été mise à la poubelle telle une vulgaire feuille de papier aluminium usagée ?

La joie comme forme de combativité est indéniablement un choix stratégique de manifestation bien ancré aux vertus fédératrices et sensibles. En se saisissant de la joie, le design permet ainsi de proposer une stratégie de manifestation percutante, différente et créative car c'est une émotion dont les contradictions avec la haine engendrent un contraste qui interroge. Dans Joie

militante, Nick Montgomery défend l'idée selon laquelle la joie est une façon d'habiter l'incertitude de notre avenir : « C'est de l'incertitude que nous devons commencer, parce que l'expérimentation et la curiosité font partie de ce qui nous a été volé. L'empire travaille notamment à nous faire sentir incapables, attaquant nos aptitudes à façonner le monde ensemble. ». En ce sens, le projet du collectif Tools for Action s'inscrit bien dans cette démarche en réagissant avec créativité et joie à un mouvement anti-démocratique. Autant que pour refléter la violence et la haine, la surface miroitante de The Mirror Barricade nous invite à réfléchir à notre tour à nos propres positions et à la manière dont nous souhaitons réinventer les stratégies de manifestation de demain.

Comment se relever quand notre liberté d'opinion a été mise à la poubelle telle une vulgaire feuille de papier aluminium usagée ?

se faire découper, au même titre que le contexte de cette manifestation, est loin d'être amusante. Ce contraste est également renforcé par un détail important : le seul élément coloré du cube est le bouchon, ce qui en fait un composant identifiable très rapidement. Pour autant, les forces policières ont sorti des couteaux pour lacérer les cubes : les dégonfler aurait été une alternative pacifiste en dévissant simplement les bouchons, mais c'est le choix de la violence qui a été fait. Un photographe local, Flint Stelter, a d'ailleurs documenté les événements de cette manifestation en intitulant la dernière photographie « Acte V Dénouement » sur laquelle on peut voir un cube déchiqueté pathétiquement reclus au coin d'un mur suscitant une forme d'empathie envers l'objet. Pour autant, cela questionne aussi sur l'impact environnemental de ce projet qui se retrouve finalement créateur d'un déchet qui semble avoir été anticipé. Le fait qu'un objet à l'esthétique joyeuse meurt brutalement sans seconde vie envisageable délivre certes un

Ilona Morel



JUG, Laureline Galliot
2015

joie
couleur



joie colorée

De l'émotion dans la couleur

La joie est une émotion agréable mais limitée dans le temps, qui est notamment entraînée par la satisfaction de désirs. Chimiquement parlant, cette émotion est provoquée par la libération d'hormones activée par des stimuli. Il n'existe pas d'études prouvant que l'utilisation de certaines couleurs provoquent l'affluence d'hormones dans le cerveau, et par conséquent la joie, mais il a néanmoins été prouvé, par des recherches en neurosciences, que les couleurs activent différentes zones du cerveau. Par exemple, le rouge est associé à la passion, à la colère, tandis que le bleu suggère plutôt la sérénité. On peut alors émettre l'hypothèse que les couleurs de nos environnements, de nos objets ont une incidence sur les émotions et qu'elles peuvent contribuer à provoquer notre joie ou non. La couleur a une importance considérable dans la perception de nos artefacts. Cependant, les historiens du design ont privilégié leurs études sur la forme, les matériaux ou encore la fabrication. Particulièrement sensible aux tonalités dans la conception de ses pièces, le designer Verner Panton affirmait : «Assis sur une couleur qu'on aime, on est plus à l'aise». À la fin de sa vie, il publia *Notes on color*, court livre dans lequel il défendait le fait que la couleur n'est jamais là par hasard, ni pour «faire joli». Dans un projet de design, la couleur joue un rôle essentiel, entre autres dans la

Théière imprimée en 3D et modélisée à partir d'un logiciel de cinéma d'animation, JUG, Laureline Galliot 2015

valeur d'estime accordée par l'usager à l'objet. Pourtant, la modernité a mis l'accent sur l'expression des qualités plastiques des matières industrialisables et donc le dessin de la forme, délaissant l'approche sensible par les couleurs. Celles-ci restent pourtant le témoin de styles, d'époques. De nos jours, à quel point la couleur et l'émotion sont-elles prises en compte dans notre rapport aux objets ? Quelle place est laissée aux ressentis et à la sensibilité dans le processus de création et de fabrication ? Nous étudierons le cas de Laureline Galliot et le processus de création de sa théière JUG pour mieux comprendre son postulat sur l'utilisation de la couleur, à contre courant de la plupart des créateurs. Quelle place est laissée aux émotions de la créatrice elle-même lors de la conception ? L'expression de cette émotion permet-elle une relation plus particulière entre l'usager et l'objet ? En quoi l'utilisation de ces procédés de fabrication si singulier permet-elle d'alimenter la réflexion sur la place de l'émotion dans la production ?

Le travail de Laureline Galliot interpelle. Inspirée par les décors de théâtre, la danse, et surtout par les peintures fauvistes, la designer évoque ses objets comme des travaux de recherche. Ils visent à rééduquer l'œil, à accepter l'asymétrie et le difforme dans les produits du quotidien, bannis par la rationalisation des formes modernistes. La designer a développé un procédé qui lui permet de générer des formes uniques. Son processus de création débute avec une chorégraphie de gestes sur un programme de réalité virtuelle, ou par un amas de couleurs créé dans un logiciel de cinéma d'animation. Ce dernier lui permet ensuite de réaliser des coupes dans la forme produite, pour en révéler les différentes couleurs et la trace de ses gestes. Si la fonction est déterminée avant de dessiner, Laureline Galliot débute par le dessin de formes archétypales de l'objet voulu. Sinon, la forme détermine la fonction, c'est-à-dire que l'amas de couleurs créé est retourné dans tous les sens dans le but d'y trouver un usage. C'est le cas de JUG, produit en 2015. Les éléments singuliers de cette théière comme son anse et son bec verseur ont été ajoutés après que la forme eut évoqué la fonction. L'impression 3D polychrome permet de reproduire avec exactitude les formes et nuances colorées élaborées sur logiciel. De plus, elle démontre que, même en série, certes à moindre échelle ici, il est possible de créer des objets moins normés, moins géométriques. La couleur, utilisée en premier dans la conception, devient un élément essentiel du processus de création.



Pratt Chair, Gaetano Pesce
1983

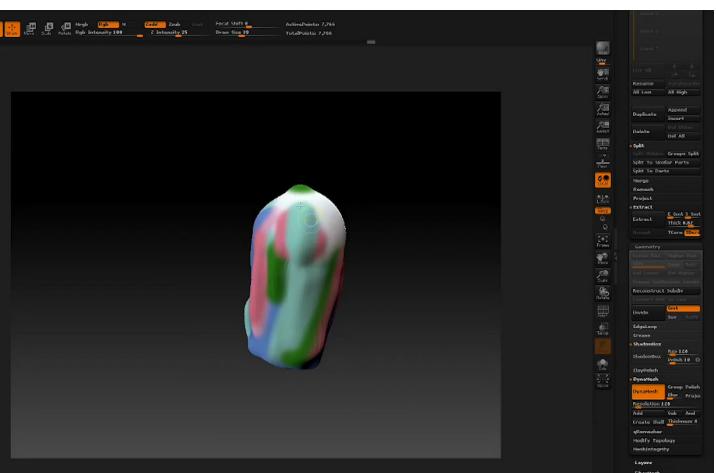
Cette nouvelle manière d'aborder la conception interroge quant à l'expression des émotions lors de la création même d'un projet. Toute sa vie, Gaetano Pesce a prôné l'idée que le design était pour lui une forme d'art. Cette approche est particulièrement visible dans sa série Pratt Chair élaborée en 1983. Le designer revisite l'injection plastique, procédé de fabrication en série permettant de réaliser un grand nombre d'objets à partir du même moule, dans lequel il coulera des résines colorées en quantités différentes pour chaque pièce. Ainsi, dans sa série de chaises, toutes les créations deviennent uniques. De la même manière que Laureline Galliot plus récemment, le designer questionne l'utilisation de la couleur dans la création. Les deux créateurs choisissent leurs couleurs instinctivement,

sans penser à l'effet qu'elles produiront sur l'usager une fois l'objet fini. Elles deviennent alors le reflet de leurs états d'âme lors de la phase de conception.

Le choix spontané des couleurs utilisées permet de traduire l'émotion du créateur au moment même de la conception. Ce type d'approche est souvent attribué aux artistes, dont le but est de transmettre une émotion. Pour le designer, c'est souvent la fonction qui prime et l'on juge qu'elle a une plus grande importance. Or, la création n'a jamais été et ne sera jamais quelque chose de continu, de permanent. En développant son propre processus, on peut imaginer que la designer accroisse sa joie de créer et donc que les couleurs, certes choisies inconsciemment, traduisent davantage son bonheur. Étant passionnée d'art et plasticienne, elle a réussi à centrer sa pratique de designer autour de ses centres d'intérêts pour trouver du plaisir dans son travail. La joie est traduite dans la création de Laureline Galliot car les couleurs révèlent aussi son geste humain. Les couleurs sont choisies au fil du projet, et créent un objet singulier. L'usager peut alors à son tour ressentir la joie transmise par la designer.

Le traitement de la couleur est le premier élément perçu par l'œil. Le cerveau n'y est pas indifférent, et avant même l'utilisation d'un objet, celle-ci influence l'usager. Peintre avant d'être designer, Laureline Galliot tente de renverser le paradigme selon lequel la couleur devrait être appliquée comme une finition. Dans son processus de création, la forme et la couleur sont indissociables, et le designer doit penser cette cohabitation. Les productions atypiques de la designer rendent compte d'une intervention colorée unique, sans laquelle la forme n'existerait pas. La couleur, généralement pensée comme une finition destinée à augmenter la désirabilité de l'objet, est ici considérée non pas comme un argument de vente, mais bien comme l'essence de la création elle-même. Or, dans un projet traditionnel en design, les couleurs n'apparaissent qu'en dernier. Les histoires et les émotions qu'elles transmettent sont traitées dans un second temps. Ce processus de conception détache la forme de la couleur. Ainsi, il devient plus difficile de les traiter à parts égales. Les couleurs, utilisées de manière juste et cohérente, permettent de transmettre de la joie car elles ne sont pas placées au hasard. La designer a créé un processus original, permettant de composer avec l'émotion. Ainsi, les couleurs utilisées ne sont pas habituelles pour l'œil de l'usager. L'objet devient singulier, unique grâce à son traitement coloré. La joie provoquée par l'utilisation de ces couleurs lumineuses et saturées est indéniable lors de l'utilisation de cet objet.

Ce procédé de conception permet à l'usager de deviner la trace de l'humain. On se rend compte de sa fabrication à la vue de l'objet. Comme William Morris bien avant elle, la designer tente de conjuguer l'aspect artistique de sa production et une possible reproductibilité, afin de diffuser son art. On peut facilement rapprocher leurs démarches. William Morris réfléchissait à conserver la qualité d'un objet produit industriellement sans en augmenter le coût. Ici Laureline Galliot pense à singulariser sa production, à gagner en qualité. Comme son prédécesseur, elle a su se saisir des technologies de son temps afin de les mettre à profit dans ses réalisations. La designer a su détourner l'utilisation des logiciels de modélisation 3D, d'ordinaire utilisés en cinéma d'animation, pour la conception de ses objets. En transposant ce savoir-faire pour l'adapter



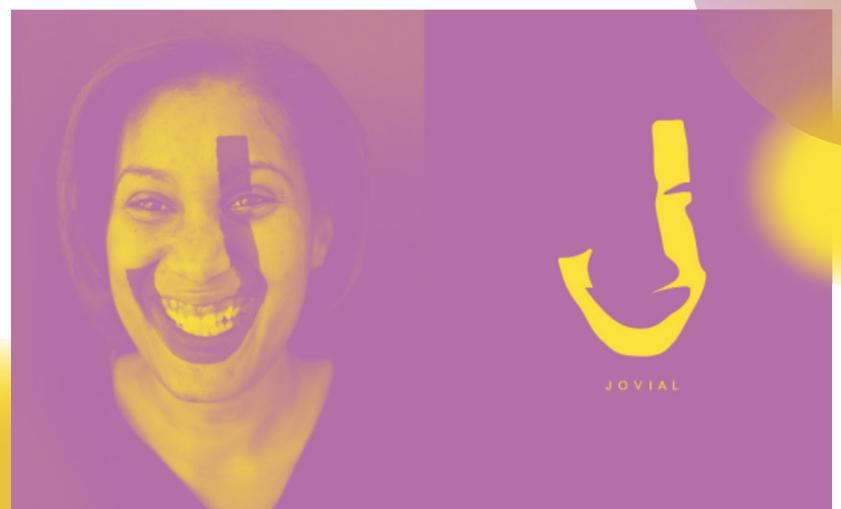
Processus de conception de la théière JUG,
JUG, Laureline Galliot
2015

point l'émotion lors du processus est importante. Laureline Galliot a développé un processus de fabrication adapté à sa personnalité et sa pratique, lui permettant d'être plus à l'aise dans sa création et de traduire au mieux ses émotions. La joie créatrice traduite par ces couleurs placées au fil du geste permettent à l'usager lui-même de ressentir de l'émotion face à ces créations. À travers ses objets, elle réussit à créer une symbiose cohérente entre les moyens utilisés lors de la conception et le message qu'elle transmet. Néanmoins, la designer produit son objet en impression 3D, ce qui lui permet d'être reproductible. Mais sa matière en fait un objet jetable, dont la fin de vie et la réparabilité ne sont pas du tout abordées. Son processus est très humain mais place l'Homme et ses émotions au centre du questionnement, en délaissant l'impact potentiel de son objet sur l'environnement. Alain Findeli parlait « d'habitabilité du monde » : peut-être passerait-elle en partie par l'émotion accordée aux objets qui nous entourent et par la joie qu'ils sont en mesure de nous procurer ?

à sa discipline, Laureline Galliot ouvre la porte à une infinité de nouveaux potentiels. La symbiose entre l'utilisation de ces logiciels, habituellement si rigides, et le caractère sensible de ses créations, lui permettent de transmettre efficacement de l'émotion. D'autre part, l'impression 3D permet de rigoureusement répéter leurs formes. Ce procédé est indéniablement plus lent que les modes de fabrication de masse habituels. Évidemment, ses créations restent au stade de recherche, mais sont tout de même les témoins d'une possibilité d'un nouveau traitement de la couleur.

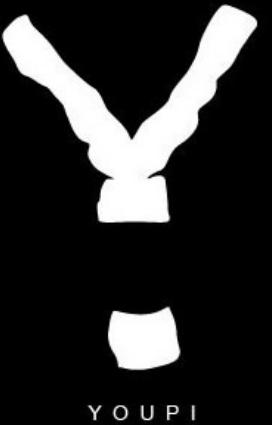
Laureline Galliot travaille la couleur sur ses objets comme une donnée inséparable de leurs formes. Elle replace l'importance de la singularité et de la joie du créateur au centre de la production. Sans prémediter l'effet que pourraient produire les couleurs qu'elle utilise, la designer montre à quel

Zoé Rousset



Human Type, Beatrix Gevigney
2015

fau jisse joie?



Human Type, Beatrix Gevigney
2015

© Sabiha Chaachoua

fausse joie ?

Transmettre la joie
dans les échanges numériques

La joie, selon la définition du CNRTL, est « une émotion vive et agréable, limitée dans le temps, ainsi qu'un sentiment de plénitude qui affecte l'être entier lorsque ses aspirations, ses ambitions, ses désirs ou ses rêves viennent à être satisfaits ». À la différence de l'état de bonheur, la joie est éphémère et elle s'exprime à un instant donné. Le fait de s'exprimer vise à rendre sensibles nos pensées, ressentis et émotions par un comportement, et à le manifester à autrui. Chez l'Homme, la joie et les émotions se manifestent verbalement par nos mots, nos intonations, le ton employé, mais aussi non-verbalement grâce au corps, et aux gestes et expressions du visage. Mais qu'en est-il lorsque ces interactions ne s'ancrent plus dans l'interaction physique ? Lorsque la communication se fait par écrit ? Quels moyens sont utilisés pour exprimer nos émotions lors d'échanges à distance ? Et surtout, quelles difficultés spécifiques pose la traduction de la joie dans ce contexte ? Nous commencerons par examiner la place de la communication numérique dans notre quotidien. Ensuite, nous présenterons les outils permettant d'exprimer nos émotions et les défis liés à l'expression de la joie. Enfin, nous analyserons la série Human Type de Beaux et son utilisation des émotions humaines.

À l'ère du numérique,
les échanges ne se limitent plus
aux interactions physiques

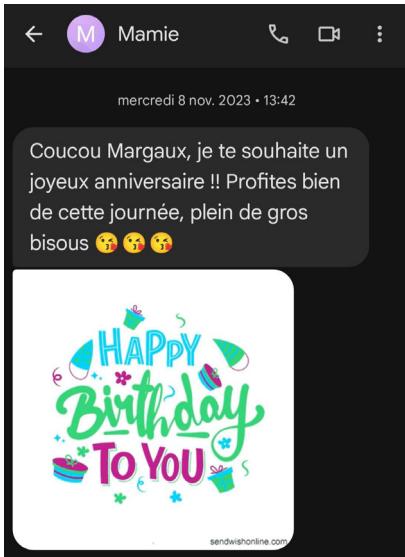
La communication des émotions humaines repose sur des éléments verbaux et non-verbaux qui ont une fonction sociale facilitant les interactions et la création de liens entre les individus. Néanmoins, à l'ère du numérique, les échanges ne se limitent plus aux interactions physiques. Divers moyens de communication à distance, comme les réseaux sociaux, se sont développés, et ceux-ci se sont accompagnés d'un transfert de nos codes sociaux oraux vers le numérique. Cette nouvelle forme de communication se qualifie principalement par l'absence de contrainte géographique et de contact direct. Elle implique toujours un outil « médiateur » comme un téléphone ou un ordinateur et peut prendre des formes différentes en fonction des applications utilisées.

L'échange à distance ne sert plus uniquement à garder contact, il fait partie de notre quotidien et répond également à une nécessité d'expression personnelle. Il faut rapprocher les échanges digitaux des échanges physiques tout en permettant aux utilisateurs de se distinguer. Personnaliser les échanges permet aussi de signifier la nature de la relation (professionnelle, amicale ou romantique) entre les deux correspondants. L'intérêt de ces échanges est de transmettre le plus clairement possible nos intentions et nos émotions malgré les limites imposées par l'écran. Néanmoins, cette transition vers des échanges uniquement écrits limite la transmission des expressions non-verbales et perd de nombreuses informations et nuances. Une problématique à laquelle l'industrie de la communication numérique cherche des solutions. Ainsi, ces nouvelles dynamiques sociales ont développé de nouveaux enjeux et usages en termes de communications digitales, faisant de ces échanges de véritables connecteurs émotionnels. Ces enjeux nous questionnent sur la manière d'exprimer nos émotions et sur les moyens et outils mis en place pour ce type de communication.

Lors d'échanges entre individus, la compréhension repose sur la bonne perception des nuances, des émotions et du ton employés. Dans le cadre du numérique, où ces éléments ne peuvent pas être pleinement transmis, des outils de communication digitale ont été mis en place. Parmi eux, nous pouvons citer les gifs, les émoticones, ou encore les emojis. Ces outils agissent comme des compléments aux textes, des substituts aux verbes, des moyens d'apporter de la nuance, d'exprimer le ton, etc. Par ailleurs, le nombre d'emojis présents dans nos smartphones s'agrandit chaque année en réponse à la demande des utilisateurs qui désirent personnaliser leurs propos et s'exprimer avec plus de précisions. Néanmoins, ces outils de communication sont régis par des usages et des codes implicites, qui varient en fonction des cultures et des générations. On peut noter, par exemple, qu'ils se mettent souvent après le texte, que les emojis représentant des visages sont fréquemment utilisés pour exprimer les émotions ou la tonalité de la phrase. Par ailleurs, leur utilisation massive a notamment fait évoluer leurs sens, plaçant certains symboles en décalage avec ce qu'ils représentent. Cela peut s'expliquer par le désir de personnalisation ou parce que certains symboles semblent être devenus désuets. Par exemple, l'expression du rire peut se transmettre par un visage qui pleure à chaudes larmes ou à une tête-de-mort, traduisant une forme d'humour exagéré.

Cette transition vers des échanges uniquement écrits limite la transmission des expressions non-verbales et perd de nombreuses informations et nuances

des applications utilisées. L'échange à distance ne sert plus uniquement à garder contact, il fait partie de notre quotidien et répond également à une nécessité d'expression personnelle. Il faut rapprocher les échanges digitaux des échanges physiques tout en permettant aux utilisateurs de se distinguer. Personnaliser les échanges permet aussi de signifier la nature de la relation (professionnelle, amicale ou romantique) entre les deux correspondants. L'intérêt de ces échanges est de transmettre le plus clairement possible nos intentions et nos émotions malgré les limites imposées par l'écran. Néanmoins, cette transition vers des échanges uniquement écrits limite la transmission des expressions non-verbales et perd de nombreuses informations et nuances. Une problématique à laquelle l'industrie de la communication numérique cherche des solutions. Ainsi, ces nouvelles dynamiques sociales ont développé de nouveaux enjeux et usages en termes de communications digitales, faisant de ces échanges de véritables connecteurs émotionnels. Ces enjeux nous questionnent sur la manière d'exprimer nos émotions et sur les moyens et outils mis en place pour ce type de communication.



Capture d'écran, Margaux Mugeot
2024
© Margaux Mugeot

Ce décalage sémantique ne se pose pas lors d'interactions physiques, où les expressions faciales sont spontanées et délibérées. En revanche, la compréhension de nos émotions et plus particulièrement celle de la joie peut être impactée. En effet, bien qu'elle facilite la création de liens sociaux, elle est plus complexe à partager. Contrairement à la haine qui devient rapidement virale, la joie a besoin de liens entre des individus pour se propager. De plus, notre cerveau est plus sensible et réceptif aux émotions négatives qu'il considérait comme plus pertinentes pour notre survie¹. Ainsi, l'expression de la joie rencontre de nombreuses contraintes lors de discussions en ligne rendant sa propagation et compréhension parfois difficiles. On peut donc se demander s'il existe d'autres outils ou moyens plus universels pour exprimer la joie.

LIER LA TYPOGRAPHIE ET LE VISAGE POUR EXPRIMER LA JOIE

Les défis liés à l'expression de la joie trouvent un écho dans le projet Human Type de Beaux qui est une réflexion sur l'impact de l'émotion sur la transformation des courbes, des pleins et des vides dans le cadre typographique. En effet, ce projet associe chaque lettre de l'alphabet à une émotion qui commence par celle-ci. Cette lettre est ensuite peinte sur un modèle humain et se doit de mimer l'émotion avec son visage, permettant la modification et la déformation de la lettre. Par exemple, la lettre C, associée à la Colère, est représentée par des sourcils froncés, une bouche exprimant probablement des injures. Par ailleurs, ces lettres peintes en capitale et en noir, emploient la police de caractère Helvetica, un choix qui peut sembler étonnant dans un projet illustrant les émotions. Cette fonte créée dans un contexte qui nécessitait de n'exprimer aucun peuple ni aucune singularité, est l'incarnation de la neutralité et de l'universalité. On peut faire un parallèle avec l'ouvrage Le Champ Fleury de Geoffroy Tory², dans lequel il essaie de faire correspondre mathématiquement les lettres (I et O) avec le visage humain, comme une recherche d'unité. Son approche met davantage en avant la typographie comme un trait et une invention de l'Homme et le visage comme un élément générique et sans émotions. À l'inverse, le travail de Beaux utilise le visage humain comme support à dessin, mais contrairement à Tory, il prend en compte ses capacités à s'animer et à transmettre des messages. Dans ce cadre, le visage est l'incarnation de l'humain, de ses émotions et sa singularité par rapport aux autres espèces. Lorsque les émotions sont mimées, les lettres sont déformées et changent de forme au gré de la parole, des contractions des muscles et des expressions.



Human Type, Beatrix Gevigney
2015
© Dominique de Gevigne

La joie serait envisagée comme faisant partie d'un système, parmi d'autres émotions, se fondant sur les traits du visage et l'écriture

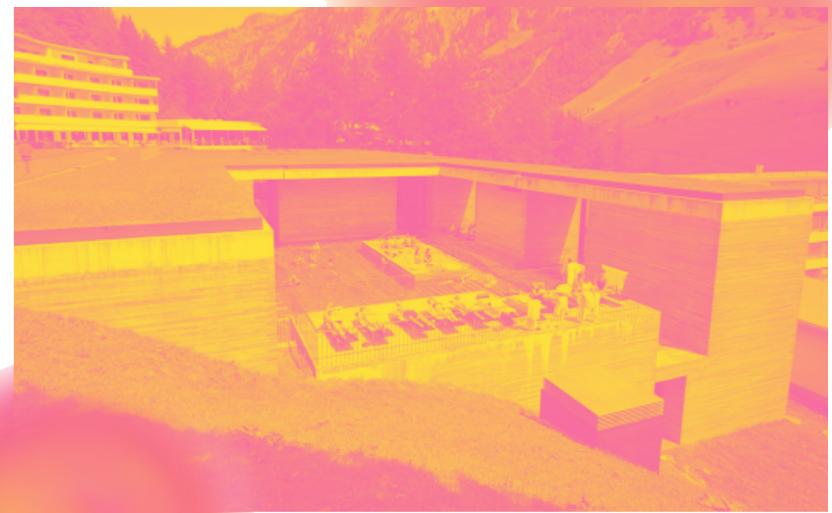
¹ ÉVRARD-OUCHEM E. (2024) Réseaux sociaux et propagation des émotions : qu'est-ce que la "conscience collective numérique" ? Science et Vie.

² Le Champ Fleury de Geoffroy Tory est un ouvrage emblématique de la Renaissance. Il est le premier traité de grammaire, d'orthographe et de typographie française. Son auteur humaniste y renouvelle l'art typographique en y introduisant l'esthétique, la perspective et les proportions de l'Antiquité.

De nouvelles courbes et formes sont créées, les pleins et les déliés sont modifiés. La neutralité incarnée par le choix typographique et de manière générale au principe d'écriture s'oppose à la joie et aux émotions qui créent l'expressivité dans ces lettres. Dans ce projet, la joie se retrouve à travers les lettres G, J et Y qui représentent les mots « gai, jovial et youpi ». Elles sont traduites par des sourires, des dents apparentes, des yeux plissés et des fossettes remontées. Quant aux lettres, la déformation causée par la bouche est la plus marquée, accentuant la courbe de celle-ci. Néanmoins, ce projet, en l'état, ne répond pas pleinement à notre problématique d'expression universelle de la joie et des émotions. En effet, une lettre n'illustre qu'une seule émotion et uniquement en langue française. Cela pose un souci de compréhension entre les langues alors que les outils préalablement créés, comme les émoticônes et émojis, se veulent universels. Il est plus intéressant de s'intéresser aux formes créées lorsque l'on détache les visages des formes peintes. Les lettres ne sont plus aussi visibles, se sont éloignées de leur rigidité et géométrie initiales, et l'expression des émotions n'est plus aussi identifiable. On devine quelques yeux et bouches rendant la forme intéressante par sa symétrie et sa plasticité. Extraire cette forme permet de faire écho à la familiarité du visage humain sans pour autant l'expliciter. Il serait donc intéressant de faire évoluer ce projet avec plus de modularités tout en gardant l'idée de l'expression des émotions à partir du visage. La joie serait envisagée comme faisant partie d'un système, parmi d'autres émotions, se basant sur les traits du visage et l'écriture. Ce projet ouvre de nouvelles perspectives concernant l'expression de nos émotions lors d'échanges digitaux.

Dans une société caractérisée par une communication de plus en plus numérique, le choix des émojis, des émoticônes est un moyen d'améliorer nos échanges sociaux par l'expression de nos émotions, permettant ainsi la création de liens sociaux et une meilleure compréhension entre les individus. Cependant, les outils actuels sont aussi des biens de consommation vendus sous le spectre d'un mode de communication plus singulier. Dont l'intérêt est d'encourager les utilisateurs à continuer de participer à l'industrie de la téléphonie et des réseaux sociaux. La diffusion de la joie à travers des outils de communication a donc aussi une dimension politique.

Margaux Mugeot



Thermes de Vals, Peter Zumthor
1996
© Graubünden Ferien

joie
pure



Vue intérieure des Thermes de Vals,
Thermes de Vals, Peter Zumthor
1996

© Graubünden Ferien

joie pure

L'essentialité en architecture :
sentiment de joie ou d'inconfort ?

De nos jours, la surconsommation affecte tous les domaines, allant des objets du quotidien aux espaces de vie. Cette logique de consommation impacte inévitablement le domaine de l'architecture, où le secteur du bâtiment, par son utilisation intensive de ressources et d'énergie, génère environ 40 % des émissions de CO2. Un tel constat environnemental invite à une réflexion nécessaire : cette course à la consommation nous rend-elle réellement plus heureux ? Nous apporte-t-elle un véritable sentiment de joie ? Face aux enjeux environnementaux, la notion d'essentialité en architecture apparaît comme une réponse non seulement écologique, mais aussi comme une opportunité de concevoir des espaces fonctionnels et épurés. Il serait alors intéressant de se demander quels effets cela pourrait avoir sur les occupants du lieu et tout particulièrement les émotions ressenties. L'essentialité pourrait-elle être perçue comme génératrice de repli, de tristesse, de contrainte ou de réduction ? Ou cette approche pourrait-elle, au contraire, ouvrir la voie à des expériences plus positives, voire d'accéder à une forme de joie ? Selon le Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, la joie se définit comme une émotion vive, agréable, limitée dans le temps ; sentiment de plénitude qui affecte l'être entier au moment où ses aspirations, ses ambitions, ses désirs ou ses rêves

viennent à être satisfaits d'une manière effective ou spirituelle. L'essentialité se définit quant à elle comme une qualité, caractère de ce qui est essentiel. Si l'on rattache ce terme à l'architecture, nous pouvons constater que des figures telles que Ludwig Mies van der Rohe, ou encore Adolf Loos ont exploré cette notion. Nous pouvons définir l'essentialité comme une approche qui vise à épurer la conception d'un bâtiment de tout excédent ou élément superflu. L'essentialité va au-delà du minimalisme, ne se limitant pas à l'esthétique, et se concentrant sur ce qui est véritablement nécessaire et essentiel pour répondre aux fonctions de l'espace. Cela inclut la simplification des formes, l'utilisation rationnelle des matériaux et une recherche de pureté dans les volumes.

Dans le contexte actuel, où la surconsommation met en péril notre bien-être et l'équilibre de notre environnement, il devient pertinent de se questionner sur les bienfaits d'un retour à une consommation plus mesurée à travers l'architecture. Ainsi, nous chercherons à comprendre si l'essentialité en architecture peut créer des espaces propices à la joie des usagers ? Pour ce faire, nous analyserons les Thermes de Vals, inaugurés en Suisse en 1996 et conçus par Peter Zumthor, à travers trois prismes : la simplicité formelle, l'intégration à l'environnement naturel, et enfin l'impact sensoriel sur les usagers.

L'essentialité en architecture se traduit par une démarche qui supprime tout élément superflu pour ne conserver que l'essentiel des formes et des matériaux. Elle crée un échappatoire à l'excès matériel tout en proposant des espaces fonctionnels.

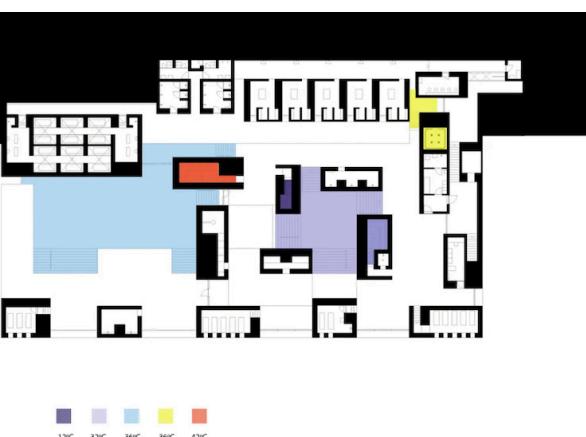
Peter Zumthor construit les Thermes de Vals avec 2 matériaux principaux : l'eau et la pierre. Ce nombre réduit de matériaux amène à la création d'une architecture épurée. La forme architecturale des thermes suit le même principe. Ils se composent de volumes orthogonaux, nets, aux lignes droites et bien définies. Ainsi, l'absence de motifs superflus et d'ornements conduit à une essentialité de la forme architecturale, apaisant le regard. L'espace peut alors dans un sens favoriser l'introspection, le calme et amener l'usager vers une expérience qui pourrait être positive, où l'esprit n'est pas encombré par des distractions inutiles. Cet environnement crée un espace propice à la plénitude.

En effet, la plénitude, dans ce contexte, fait référence à l'état d'une personne qui ressent un bien-être physique et moral. Cependant, ce sentiment de plénitude se distingue de celui de la joie, car il s'exprime dans une forme de sérénité, d'apaisement, moins vive et exaltante que la joie. Dans ce sens, l'essentialité de l'architecture participe à offrir une expérience positive, mais sans pour autant procurer de la joie. Par ailleurs, cette simplification extrême, en éliminant tout excès, pourrait également provoquer, chez certains, un sentiment de privation, voire de vide, pouvant mener à un inconfort. L'expérience dans cet espace pourrait aussi laisser place à une forme de stress et de frustration chez ceux qui cherchent des environnements plus dynamiques. L'agencement des Thermes de Vals organise un parcours à travers différents bassins : eau froide, eau chaude, eau salée, tourbillon, ou encore des bassins parsemés de pétales de fleurs. Cette diversité d'espaces confère une approche ludique aux lieux, invitant les usagers à explorer sans savoir ce qu'ils vont découvrir, introduisant ainsi du

mystère et du jeu dans l'expérience. L'usager serait alors sujet à ressentir la même forme d'amusement qu'avec les jeux de son enfance, c'est-à-dire une joie spontanée, née de la curiosité et de l'émerveillement face à l'inconnu. Toutefois, ce labyrinthe peut générer une forme d'appréhension chez certains usagers, qui pourraient craindre de se perdre ou de se sentir désorientés dans cette multitude d'espaces. Les Thermes de Vals, par leur architecture épurée et leur agencement, offrent une expérience ambivalente, à la fois propice à une expérience positive du lieu, mais aussi susceptible de provoquer des tensions chez certains usagers. Cette dualité, où se mêlent sérénité et appréhension, trouve son équilibre non seulement dans l'intérieur des thermes, mais également dans l'environnement extérieur, qui joue un rôle tout aussi essentiel dans l'expérience globale.

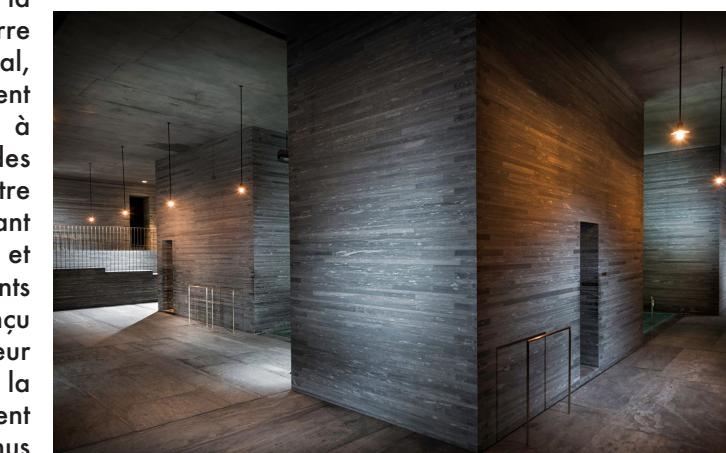
L'usager serait alors sujet à ressentir la même forme d'amusement qu'avec les jeux de son enfance, c'est-à-dire une joie spontanée, née de la curiosité et de l'émerveillement face à l'inconnu

L'essentialité en architecture repose sur l'économie de matériaux et permet de minimiser l'impact environnemental des constructions. Parmi les différentes approches pour y parvenir, Peter Zumthor intègre l'environnement extérieur du bâtiment comme un élément central de son architecture. Pour ce faire, les thermes se situent au milieu d'un creux de plusieurs autres montagnes, immergeant ainsi les usagers dans les paysages environnants. Nous constatons également que l'architecture est intégrée dans la topographie de la montagne, qu'elle utilise la pierre sous forme de blocs, qu'elle possède un toit végétal, et une source d'eau. Tous ces éléments montrent la volonté d'intégrer l'environnement extérieur à l'expérience de l'usager. Par ailleurs, la disposition des différents volumes des thermes crée un équilibre entre espaces construits et ouvertures sur l'extérieur, offrant aux usagers une alternance de moments d'isolement et d'immersion dans la nature. Bien que d'autres bâtiments soient présents aux alentours, Peter Zumthor a conçu son architecture de manière à offrir, depuis l'intérieur des thermes, une vue exclusivement orientée sur la nature. Selon un article de Positran, l'environnement extérieur permettrait des effets thérapeutiques reconnus comme la réduction du stress ou encore l'amélioration de l'humeur. Ainsi, le paysage environnant affecte directement notre psychisme, il suscite de la gaieté et de la bonne humeur mais ne procure pas forcément une joie ressentie de manière intense. À l'intérieur de son bâtiment, l'architecte semble également vouloir intégrer cet environnement extérieur pour ses différents bienfaits. Il utilise la lumière naturelle dans les thermes, apportant son utilité fonctionnelle mais également ses bienfaits sur les usagers. La lumière zénithale éclaire non seulement l'intérieur du bâtiment, mais elle structure également l'espace et influence son atmosphère. Des jeux d'ombres et de lumières se créent tout en modulant l'expérience de l'usager au fil de la journée. Selon des études menées par le Dr. Norman Rosenthal, en 1984, publiées dans des articles traitant du Trouble Affectif Saisonnier (TAS), il a été montré que l'exposition à la lumière naturelle favorise la libération de sérotonine. Cette dernière améliore ainsi l'humeur des individus lorsqu'ils y sont exposés.



Plan des bassins avec températures,
Thermes de Vals, Peter Zumthor

1996



Vue intérieure des
Thermes
© Jeremy Mason McGraw

Ainsi, l'intégration de l'environnement naturel, à travers des éléments comme une lumière zénithale et la connexion avec le paysage extérieur, offre indéniablement des bénéfices émotionnels et psychologiques. Cependant, ces effets ne sont pas universels et dépendent de la perception des usagers. De plus, la sensation engendrée grâce à l'environnement extérieur, ne semble pas s'apparenter à de la joie mais plus à du plaisir ou du bien-être.

Enfin, Peter Zumthor conçoit les Thermes de Vals en intégrant l'expérience sensorielle au cœur de son architecture. En mettant en relation des matériaux naturels, l'architecte crée des espaces qui stimulent nos sens, et engendrent un sentiment de joie suite à notre perception de l'espace. L'expérience sensorielle proposée se compose de plusieurs éléments distincts. Du point de vue auditif, le

ruissellement de l'eau contre les pierres génère un son régulier et apaisant. Quant aux bruits de l'environnement extérieur, ils contribuent à créer une ambiance immersive, amplifiée par résonance dans les volumes de l'architecture. Sur le plan visuel, les reflets de l'eau sur les murs créent des effets de lumières particuliers, enrichissant l'expérience. La dimension olfactive se caractérise par l'odeur humide des pierres, qui rappelle celle de la nature environnante. Enfin, l'aspect tactile est également investi, avec la sensation de l'eau chaude et froide au contact de la peau, ainsi que la texture des pierres. L'architecte a par ailleurs souvent écrit sur l'importance des expériences sensorielles dans ses livres, comme *Atmospheres : Architectural Environments - Surrounding Objects* où il suggère

que « faire l'expérience de l'architecture, c'est toucher, voir, entendre, sentir son corps ». Ainsi, les éléments sensoriels utilisés se combinent pour créer une expérience immersive qui dépasse la simple observation de l'espace. C'est à travers cette interaction physique et perceptive que les usagers peuvent éprouver un sentiment d'émerveillement. En effet, comme le souligne le CNRLT, « la cause de la joie a sa source dans le corps, les sens ». Par conséquent, la joie née de l'émerveillement ne provient pas d'une simple contemplation esthétique, mais de la stimulation de quatre sens.

L'essentialité en architecture, comme en témoignent les Thermes de Vals, démontre qu'il est possible de concilier la sobriété des moyens avec la richesse de l'expérience. L'essentialité repose sur plusieurs principes, comprenant la simplicité, la sobriété ou encore l'économie dans l'utilisation des matériaux. En réduisant l'usage excessif, tant dans les matériaux que dans la forme, en intégrant l'environnement extérieur et en offrant une expérience sensorielle complète, Peter Zumthor crée des espaces propices à des émotions variées. Bien que présente, la joie se manifeste à certains moments précis et de manière ponctuelle chez l'usager selon son déplacement au sein des thermes. Par ailleurs, la joie dans ce contexte peut également être d'origine collective, émergeant du partage de l'expérience avec d'autres usagers, notamment lorsqu'on se trouve entouré de ses proches. Cet aspect social permet alors d'enrichir l'expérience,

en créant une atmosphère propice à cette émotion. Cependant, les thermes ne permettent pas de ressentir une joie constante et continue. L'architecture essentielle de Peter Zumthor favorise plutôt des états d'être plus calmes et durables, tels que le plaisir, la sérénité ou le bien-être. Il convient également de souligner que cette expérience n'est pas nécessairement partagée de manière universelle par tous les usagers. Si certains trouvent un apaisement profond et une satisfaction dans la simplicité des lieux, d'autres peuvent, au contraire, éprouver une forme de frustration, de solitude ou même d'inconfort face au dépouillement de l'architecture. Ainsi, l'impact de l'essentialité est lié à la sensibilité de chaque individu, et l'expérience vécue peut varier en fonction de ses attentes, de son état d'esprit et de sa perception des espaces.

Marion Protheau



vue extérieure des thermes
© Jeremy Mason McGraw



Ze souris
© Dekodan

joyeux anniversaire



© Diddl

joyeux anniversaire

Cartes de vœux

Il est légitime d'attendre du designer un travail de l'image exigeant, soigné et original, y compris dans des supports plus triviaux ou banals comme celui qui va nous occuper dans cet article : les cartes de vœux. Ces petits supports graphiques élaborés pour exprimer la joie sont malheureusement souvent de piètre qualité : ils présentent en effet des visuels allant du kitsch à l'absence d'exigence iconographique, alors même que « la laideur se vend mal »¹, comme l'affirmait Raymond Loewy. Pour mieux comprendre ces choix du designer dans l'expression de la joie, nous explorerons un corpus de cartes d'anniversaire volontairement « moches ». Cette exploration nous conduira d'abord à interroger la mission d'une carte d'anniversaire, avant d'examiner les décalages vis-à-vis d'une vision classique, pour finalement nous pencher sur l'usage du vernaculaire. Pour comprendre les intentions du designer, il convient dans un premier temps de se poser la question de l'objectif d'une carte de vœux. Cette carte a pour principale mission d'exprimer la joie, qui pourrait se définir comme « une émotion vive, agréable, limitée dans le temps ».

1 Loewy, R. (1971). *La laideur se vend mal*. Paris : Gallimard.

Cependant, il faut garder en tête qu'il s'agit ici de la joie dans un contexte bien spécifique, celui de l'événement (l'anniversaire), la fête. Maintenant, revenons



à notre corpus, et à sa façon d'exprimer la joie selon cette définition, et ce contexte. Tout d'abord, la notion de temporalité de la joie correspond plutôt bien à l'anniversaire, dans le caractère éphémère de la fête et de son expression. Notre corpus convoque par exemple le tag, le papier cadeau, un bouquet de fleurs, voire même la poussière soulevée (que l'on peut interpréter de façon humoristique comme confettis). Mais au-delà de l'éphémère, il y a aussi la présence de ce qui, d'une manière générale, est agréable : procurer de la joie à quelqu'un, c'est un acte positif envers une personne, induisant de l'affection. Ce champ de l'affection/l'amour est très présent au sein de notre corpus : on retrouve une profusion de coeurs sur 2 des 3 cartes, et sur chacune du texte allant en ce sens (« près du cœur », « je t'aime », « rien que pour toi »). Cette affection se retrouve dans les jaunes lumineux utilisés sur les enveloppes, mais aussi sur les différents effets des cartes (3D, brillance). Nous pouvons même étendre cette notion d'affection à ce qui est familier. Une forme d'affection induit également une forme de rapprochement, mais aussi en raison du rôle traditionnel de la fête d'anniversaire, comme renforceur de liens et moment

convivial. On retrouve ici encore une iconographie associée : une famille de marmottes dont le destinataire fait partie, ou un chien au visage connu d'une BD populaire, dans une situation ménagère. Dans l'ensemble, et d'un point de vue strictement iconographique, ces cartes accomplissent donc leur mission, et transmettent bel et bien des notions reliées à la joie dans l'anniversaire. Mais on pourrait alors leur faire un autre reproche, celui de manquer de finesse dans la

transmission du message. Cependant, au regard du but recherché,

Si la laideur se vend mal, est-ce que la beauté ne serait pas seulement commerciale ? est-ce vraiment nécessaire ? Car, dans un premier temps, bien que la carte agisse comme moyen d'extérioriser des sentiments, elle ne sert que de façade, se contentant d'accompagner le message écrit à l'intérieur, qui est la véritable expression de ceux-ci. Et cette

façade peut aisément être moquée par ironie, ou exagération, permettant de s'en dédouaner facilement (ironie dans les messages du corpus : « jamais vu d'aussi belle », « ravissante », « finesse de cette carte ») si une gêne survient dans l'expression de son affection. Ce qui n'enlève rien au fait que celle-ci ait malgré tout été exprimée. L'expression littérale de cette joie rejoint une forme de familiarité. Ainsi, cultiver une forme graphique assez premier degré, si ce n'est parfois vulgaire, devient une force, qui renforce cette idée de proximité avec la personne.

Si la laideur se vend mal, est-ce que la beauté ne serait pas seulement commerciale ? Si nous utilisons les termes beaux et moches, ce n'est pas simplement pour exprimer des jugements de valeur subjectifs, mais bien en les considérant sous le prisme sociétal. De ce point de vue-là, la beauté ne serait que la conséquence d'attendus vis-à-vis de canons donnés. Et en reprenant notre corpus, nous ne pouvons que constater qu'il est en dehors de certains attendus du design graphique. Ces cartes sont largement envahies par une

ornementation fantaisiste et parfois grossière en complète opposition avec ce que les puristes du design graphique ont cherché à développer depuis Ornament et crime¹, d'Adolf Loos, en passant par le constructivisme russe, le Bauhaus, l'école d'Ulm, puis le style international. Et notre corpus rentre en opposition avec cette philosophie : les cartes sont remplies d'ornements, notamment sur la typographie (contour coloré, duplication, dessin sur les lettres), et multiplient les éléments visuels (cœurs, taches). On peut aussi noter l'absence de formes géométriques, ainsi que celle d'une grille apparente de mise en page. On pourrait alors se poser la question des attendus artisanaux. Bien que des graphistes comme William Morris, ou de façon plus contemporaine Marian Bantjes, ne cherchent pas nécessairement la synthèse, ils convoquent néanmoins l'idée de la démonstration d'un savoir technique. Mais encore une fois, cela ne colle pas au corpus : par l'espace « sali » par des tâches de peinture, ou encore par le traitement apparent des ombres dans les yeux à l'airbrush, le tout, sans l'usage d'un médium spécifique qui témoignerait d'une trace artisanale singulière (usage du numérique). Et petit à petit, cette séparation commence à faire sens : est-ce que cela ne serait pas dans l'intérêt des cartes de se positionner hors d'un design international, hors d'une démonstration technique, pour évoquer l'expression d'une joie ordinaire, locale, familiale et simple ? Et c'est dans son approche de l'ordinaire, du local et de l'humain qu'un certain design brille : le design social. On peut alors observer certaines ressemblances formelles avec les travaux de certains designers comme Grapus ou Fabrication maison : celle de cultures et de pratiques vernaculaires.

Vernaculaire, les cartes le sont d'une certaine manière, si l'on se fonde sur la définition suivante : c'est un design « ancré dans une culture propre à une région, une communauté, un lieu ». Ce qui nous intéresse, dans notre cas, ce sont les traces ancrées dans un milieu populaire, commun et amateur, que nous retrouvons dans notre corpus : le tag, les taches d'encre (erreurs), de l'airbrush, ou de la BD humoristique. Mais il existe néanmoins une différence fondamentale dans l'usage de ce vernaculaire entre notre corpus et les productions du design social : ce ne sont pas des productions militantes. Là où le design social use de vernaculaire dans un acte de co-design, re-questionnant la place du designer, notre corpus ne challenge pas cette place du designer. Il reste à une place de support de l'industrie, dans un but marchand. Et plusieurs éléments nous montrent qu'il s'agit effectivement d'un professionnel derrière ces cartes, et non d'une main malhabile : les signatures bien trop propres, le pliage des cartes en double rainure, l'organisation d'espaces d'écritures dédiés. Ces cartes, au premier abord des anomalies, sont donc totalement connectées au monde du design. Et le fait que nous n'attribuons pas cela directement à du design graphique, va au contraire les rapprocher de la discipline.



Ze souris
© Dekodan

¹ Loos, A. (1908). Ornament et crime. Reproduit dans Selected Essays. Vienna : Adolf Loos Werke.



I Love NY, Milton Glaser
1976

En effet, ces cartes sont la preuve d'un effacement du design pour servir le cœur d'un propos plutôt que lui-même, comme théorisé par Béatrice Warde. Loin d'être une exception, nombreux sont les designers qui, par le passé, sont allés piocher dans des codes propres au vernaculaire. On peut citer Paula Scher, avec son travail pour The Public Theater, l'iconique production I Love NY de Milton Glaser, ou encore le travail d'Ed Fella. Ce dernier nous apporte par ailleurs une citation sur ce qu'est pour lui le vernaculaire. Le vernaculaire, c'est un graphisme « qui se fait de façon pure, sans arrogance ou ironie ». Et c'est peut-être tout ce qu'on attend de nos cartes de vœux : transmettre l'idée d'une joie pure et sans prétention. Et dans ce but, savoir qu'un designer au service de l'industrie est derrière l'image ne ferait que la desservir.

En conclusion, notre corpus, bien qu'offrant une apparence amatrice et inadaptée au monde professionnel, reste néanmoins méthodique dans son approche de la demande. Se distançant volontairement de certains principes formels du design, il s'affranchit ainsi d'associations moins adaptées pour véhiculer une joie commune et familiale. Cette distanciation lui permet d'aller chercher des inspirations ailleurs qu'au sein propre de sa discipline, dans le vernaculaire, s'effaçant pour laisser parler les milieux qu'il convoque. En agissant de cette manière, il s'inscrit dans une philosophie du design, qui se révèle comme une pratique pluridisciplinaire. En dehors de la simple expression de la joie, cela nous questionne sur notre rapport à notre environnement, et ce que nous considérons comme limites à celui-ci. Tout comme le refus initial de l'Ange déchu de Cabanel, souvent mal compris à son époque, ces productions montrent qu'un dépassement des normes peut engendrer de nouvelles formes d'expression.

Thibault Macquart



**Hut in petite ferme, Anupama
Kundoo architects
1990**

joie de vivre



joie de vivre

Entre joie et urgence écologique,
un chez-soi réinventé

À travers le temps, la joie est au cœur des préoccupations humaines. Les philosophes et poètes réfléchissent à sa nature, s'efforçant de comprendre comment ce sentiment peut représenter à la fois un refuge et un moteur de notre vie. La joie, du latin *gaudia*, est une émotion vive ressentie par un individu suite à un événement ou à l'accomplissement d'un désir. Elle est profondément ancrée dans la culture française à travers le rêve de posséder son chez-soi. Selon la Fédération Nationale de l'Immobilier, 80 % des Français aspirent à devenir propriétaires, un symbole de stabilité et d'héritage. Cependant, ce désir soulève des préoccupations écologiques majeures car l'habitat est le secteur qui émet le plus de CO2 à l'échelle mondiale car il repose principalement sur l'emploi du béton. Pour chaque tonne de ce matériau, utilisé dans 90 % des maisons françaises, une tonne de CO2 est produite. C'est pourquoi il semble paradoxal de ressentir de la joie liée à un désir comblé tout en étant confronté ou submergé par un sentiment de culpabilité. Comment le design peut-il répondre au besoin de possession et de stabilité tout en intégrant des préoccupations écologiques ? Le designer d'espace peut-il concilier le désir des usagers de posséder un chez-soi, source de joie, avec l'urgence écologique ?

Hut in petite ferme,
Anupama Kundoo architects
1990

Le designer d'espace
peut-il concilier le désir des
usagers de posséder un chez-soi,
source de joie, avec l'urgence
écologique ?

Anupama Kundoo, architecte diplômée de l'Université de Mumbai et doctorante de l'université technique de Berlin, propose une solution. C'est en 1991 qu'elle conçoit Hut petite ferme, sa première maison individuelle à Auroville. Auroville est une communauté internationale fondée en 1968, située dans le sud de l'Inde, et l'objectif consiste à créer un lieu où des personnes de toutes les nationalités et croyances peuvent vivre ensemble en harmonie, mettant de côté les divisions sociales, culturelles et religieuses. La notion d'utopie est indissociable de ce lieu car il s'agit d'un idéal de société qui veut être un modèle d'harmonie et de progrès. Auroville est une utopie vivante, qui interroge sur la manière dont la joie peut être au cœur d'une construction politique et sociale. Dans ce contexte, la joie ne se limite pas à un simple plaisir individuel, mais devient un moteur de transformation collective. Elle est envisagée comme un élément essentiel à l'épanouissement humain, favorisant la collaboration, la liberté intérieure et la solidarité. Dans une société comme celle d'Auroville,

La joie ne se limite pas à un simple plaisir individuel, mais devient un moteur de transformation collective

la joie n'est pas un concept abstrait. Elle se construit à travers des interactions humaines fondées sur le respect, l'équité et la recherche d'un bien commun. L'architecture, bien qu'importante, n'est qu'un support à cette quête. Auroville montre ainsi que la joie, loin d'être un simple état de bien-être personnel, peut être un principe fondamental dans la construction d'une société plus juste et épanouissante. Ici, l'architecture se met au service de valeurs profondes telles que l'harmonie et la solidarité. Anupama Kundoo inscrit son travail dans une démarche plus large, celle d'un monde en mutation. En effet, en 1991, l'Inde connaît une transformation économique majeure, marquée par la libéralisation des marchés, l'ouverture aux investissements étrangers et la réduction des réglementations. Tout cela impulse une croissance rapide du pays mais accentue les inégalités, notamment entre zones urbaines et rurales. Avec la mondialisation, la société

indienne évolue mais les hiérarchies de caste et de genre restent encore bien ancrées. Les modes de vie modernes suscitent des tensions, alimentant un intérêt pour les valeurs écologiques et traditionnelles. Politiquement, cette période s'accompagne d'une ouverture internationale et d'une promotion de l'autonomisation locale, malgré des tensions internes, avec des initiatives en faveur du développement durable et des droits des minorités. Pour la construction de Hut petite ferme, Anupama Kundoo a utilisé des matériaux bruts et locaux. Son toit est en chaume de noix de coco, les murs en pisé et la structure en bois de casuarina (un arbre tropical à bois dur et lourd). De plus, la construction est entièrement autonome grâce à un système solaire qui fournit de l'électricité et chauffe l'eau. Ensuite, l'intérieur est minimaliste et fonctionnel, ce qui crée un espace favorisant la clarté mentale et la



Hut in petite ferme, Anupama Kundoo architects
1990

tranquillité, reflétant une volonté de vivre en harmonie avec l'environnement. Anupama Kundoo s'est fortement inspirée des architectures traditionnelles de son pays pour créer un espace où l'homme et la nature coexistent en équilibre. Par exemple, l'architecte a conçu des ouvertures stratégiquement placées pour capturer les courants d'air pour profiter au maximum de la lumière naturelle et de la ventilation. Hut petite ferme est un exemple de construction durable qui a un impact minime sur l'environnement. Cette maison est un appel à un mode de vie plus simple et davantage en accord avec la nature.

L'architecte réside dans la maison pendant dix ans avant de déménager dans une nouvelle création : la Wall House, achevée en 2000. Cette structure se compose d'un long espace voûté, comprenant des alcôves privées et un vaste espace de vie ouvert sur l'environnement. Kundoo a également collaboré avec des artisans locaux, qui continuent de produire des briques préindustrielles, ainsi qu'avec des potiers sur le système de toiture en terre cuite. Ces artisans font face à la concurrence croissante des industries du métal et du plastique. « Hut petite ferme est un exemple de la façon d'atteindre l'espace nécessaire pour vivre, en utilisant des ressources significatives, avec le moins d'impact négatif » Anupama Kundoo. « Les conceptions doivent créer des espaces apaisants et répondre aux besoins psychologiques et au bien-être » Anupama Kundoo.



Wall house, Anupama Kundoo architects
2000

À travers Hut petite ferme, la relation à la joie peut se manifester de plusieurs façons. En effet, nous allons explorer les liens entre design d'espace, nature et joie, et ainsi mieux comprendre comment l'espace construit peut influencer notre qualité de vie. Ici, la joie est une expression de la durabilité qui invite à un retour aux sources. Tout d'abord, être propriétaire de son logement procure un sentiment de joie et de sécurité profonde. C'est un havre de paix qui nous permet de nous isoler du monde extérieur et de nous ressourcer. La possibilité de contrôler qui entre chez soi, garantie par l'inviolabilité du domicile inscrite dans nos lois françaises depuis 1789, renforce ce sentiment d'autonomie. De plus, la maîtrise de notre environnement immédiat comme de notre jardin contribue à ce sentiment d'appartenance et de contrôle. Cependant, ce désir d'avoir un chez-soi n'est pas accessible à tous. Les contraintes économiques et les enjeux d'aménagement du territoire, notamment en matière de circulation et de flux, rendent l'accès à la propriété plus complexe. Le sentiment de sécurité et d'appartenance que procure un logement est indéniable. Mais au-delà de l'acquisition, il existe une autre voie : celle de la création. L'autoconstruction permet de concevoir son habitat, ce qui offre une liberté créative et une satisfaction personnelle incomparables. La joie de l'autoconstruction réside dans la concrétisation de ses rêves et la maîtrise de son espace de vie. En effet, concevoir et construire sa propre maison permet de créer un lieu qui nous ressemble et qui répond à

«Hut petite ferme est un exemple de la façon d'atteindre l'espace nécessaire pour vivre, en utilisant des ressources significatives, avec le moins d'impact négatif.»
Anupama Kundoo

nos besoins spécifiques. Anupama Kundoo, en tant qu'architecte, a apporté à son projet Hut petite ferme une expertise technique et une vision esthétique singulières. En mettant en œuvre ses propres savoir-faire, elle a réussi à rendre réelle une habitation qui lui correspond pleinement. Ce sentiment d'accomplissement personnel est une source de grande satisfaction et de joie intense. Cependant, Auroville s'inscrit dans un contexte particulier car elle offre un cadre propice à l'expérimentation et à l'innovation dans le domaine de la construction. Les règles urbanistiques ne sont pas contraignantes, ce qui permet une grande liberté créative. A contrario, en France, l'autoconstruction est soumise à un encadrement réglementaire strict à travers différents codes (le code de l'urbanisme, le code de la construction et de l'habitation, la plan local d'urbanisme,...). Le sentiment d'accomplissement lié à l'autoconstruction peut être davantage renforcé par la création d'un habitat qui favorise une synchronisation intime avec la nature. En utilisant des matériaux locaux

Créer une résonance profonde avec le monde vivant et ressentir une joie durable.

et en intégrant l'habitat dans son environnement, comme le projet de Hut petite ferme, il est possible de créer une résonance profonde avec le monde vivant et de ressentir une joie durable. De surcroît, la joie peut se ressentir grâce à une synchronisation avec la nature. En effet, l'architecte s'est inspirée des formes et des matériaux naturels pour concevoir un habitat plus efficace, durable et en harmonie avec l'environnement. Ce biomimétisme, l'art d'imiter la nature, crée une liaison profonde avec le vivant et procure un sentiment de joie. Hartmut Rosa, un philosophe allemand, développe une notion centrale : la résonance. Cette résonance est un processus dynamique qui implique une interaction profonde avec notre environnement. En utilisant des matériaux bruts, Hut petite ferme crée une résonance avec le monde vivant. Les feuilles de noix de coco, le granit ou bien le bois ont en eux l'histoire de la Terre et nous connectent à des cycles naturels plus grands que nous. Cette connexion favorise une expérience plus authentique et immersive de l'espace. Ces matériaux sont également locaux ce qui réduit l'empreinte carbone liée au transport et met en valeur les ressources locales. Anupama Kundoo favorise une économie circulaire et crée un lien fort avec le territoire. Pour accentuer cette idée, la maison s'intègre harmonieusement dans le paysage en créant une continuité entre l'intérieur et l'extérieur, grâce à un climat favorable en Inde. Cette fusion avec la nature apaise l'esprit et favorise une émotion particulière : la joie.



**Hut petite ferme,
Anupama Kundoo architects
1990**

Pour conclure, le concept d'habitat durable s'avère être une source profonde de joie et de fierté. Il nous permet non seulement de contribuer activement à un avenir plus écologique, mais aussi de transmettre des valeurs essentielles aux générations futures. La joie étant une valeur universelle, le concept de Hut petite ferme peut être adapté à divers contextes. Cependant, il est essentiel de prendre en compte les particularités climatiques, culturelles et locales telles que l'utilisation de matériaux durables, l'adaptation aux conditions climatiques sans oublier la personnalisation selon les besoins et désirs des habitants. Face à l'urgence climatique, nos méthodes de construction et nos modes de vie doivent évoluer. Des projets comme Hut petite ferme d'Anupama Kundoo à Auroville montrent qu'il est possible de créer des habitats alliant simplicité, durabilité et joie de vivre. Cette approche holistique répond aux besoins profonds de l'être humain tout en préservant l'environnement. Pour que cette transition se généralise,

il est nécessaire de mobiliser les acteurs publics pour soutenir la recherche et l'innovation ainsi que diffuser les bonnes pratiques. Mais les états ne sont pas toujours en accord avec ces innovations. En Inde, Auroville reçoit de plus en plus de menaces ce qui soulève des questions sur la pérennité des utopies face aux pressions extérieures. Comment cette communauté expérimentale peut-elle rester fidèle à ses valeurs tout en s'adaptant aux exigences de l'État indien ? L'étude de Hut petite ferme nous enseigne l'importance de concevoir des espaces en harmonie avec leur contexte et les besoins de leurs occupants. Elle nous invite à explorer de nouvelles approches, à utiliser des matériaux naturels et des techniques traditionnelles tout en priorisant le bien-être des usagers. In fine, la joie d'avoir un chez-soi est un sentiment profondément humain qui ne doit pas se faire au détriment de l'environnement. Le design d'espace a un rôle crucial à jouer pour concilier ces deux aspirations en proposant des solutions créatives et durables.

Charlotte Servolle



Bief sonore, Hunot et Levasseur
2019
© Jules Levasseur

larmes de mes de joie



Bief sonore, Marine Hunot et Jules Levasseur
2019

© Jules Levasseur

larmes de joie

L'eau, au service de l'imagination

Les discours écologiques sont trop souvent perçus comme moralisateurs ou punitifs, car ils soulignent des comportements individuels fortement polluants, tout en dédouanant les plus gros pollueurs, qui ne sont pas les individus. Cela freine leur adoption par une majorité de la population. Questionner notre approche en réaction à ces discours alarmants et culpabilisants, au profit d'approches plus joyeuses, permettrait de mieux sensibiliser aux urgences écologiques. La joie est un sentiment de bien-être général qui peut se manifester chez un individu. Elle découle d'émotions positives qui peuvent relever d'activités pratiquées par les individus, mais aussi du cercle de l'imaginaire lorsqu'il crée une profonde satisfaction. Ce lien entre la joie et l'imaginaire a largement été développé par la pensée de Gaston Bachelard. Il affirme que chaque élément naturel peut inspirer des rêveries poétiques. Dans son livre *L'eau et les rêves*, il invite à ressentir l'eau non pas comme une ressource matérielle, mais comme un élément poétique stimulant notre imaginaire. Mais l'eau, suite aux nombreuses sécheresses qui s'enchaînent maintenant depuis quelques années, est associée à la menace qui pèse sur cette ressource. Il apparaît alors nécessaire de gérer de manière plus sage cet élément crucial à

Questionner notre approche en réaction à ces discours alarmants et culpabilisants, au profit d'approches plus joyeuses, permettrait de mieux sensibiliser aux urgences écologiques

toute vie terrestre, avec des postures plus durables et écoresponsables, faisant évoluer nos pratiques de consommation vers plus de frugalité. Reste alors à parvenir dans ce contexte à générer des émotions positives pour faire changer les comportements... Sensibiliser au potentiel de l'eau à apporter de la joie à des individus semble être un moyen pertinent de la valoriser, éveillant une conscience plus profonde et intuitive de sa préciosité. De quelle manière le design peut-il tirer parti des caractéristiques de l'eau pour apporter de la joie et sensibiliser à cet élément ?



Dispositions et formes des différents amplificateurs en bois placé le long du bief de la ville d'Is-sur-Tille, Bief sonore, Marine Hunot et Jules Levasseur 2019

© Jules Levasseur

L'eau devient alors un langage sensoriel, une voix vivante qui communique son patrimoine sonore naturel

dissemblables. Chaque caisson semble alors doté d'une présence propre, comme s'il avait sa manière singulière d'amplifier et de partager les sons. Ceci, additionné aux reflets des caissons dans l'eau qui accentuent l'illusion de lévitation, plonge l'installation dans un univers presque féérique. En résulte une ambiance onirique tout à fait singulière, détachée pour quelques temps des contraintes rationnelles du quotidien, et donc propice à éveiller

l'imaginaire. Cela est renforcé par la nature des sons amplifiés, composée de voyelles et de consonnes liquides. L'eau devient alors un langage sensoriel, une voix vivante qui communique son patrimoine sonore naturel, inspirant des images et des rythmes à notre imaginaire, et donc suscite des émotions qui,

selon la pensée bachelardienne, apportent de la joie (l'eau étant, comme matière sonore et pour cette raison régulièrement investie comme source méditative ou de plaisir auditif). Les sons familiers de l'eau deviennent alors soudainement captivants, et invitent à l'écoute active d'un élément acoustique auquel les habitants d'Is-sur-Tille ne font souvent plus attention, bien qu'il fasse partie intégrante de leur environnement quotidien. Ce processus de réécoute donne aux habitants l'occasion de se réapproprier cet élément essentiel de leur paysage urbain, de prendre conscience de sa valeur historique et de la

place qu'il occupe dans leur territoire. Si la première partie de Bief sonore est dédiée à une écoute passive de l'eau, la seconde partie propose aux visiteurs d'interagir directement avec elle, à travers des installations ludiques, conçues pour générer du son. Ces installations, fondées sur des principes mécaniques hydrauliques simples, offrent aux participants la possibilité de jouer avec l'eau et de créer des sons informels en manipulant des dispositifs tels qu'un petit moulin, des tuyaux ou des perches. Les sons, créés par les visiteurs, sont captés par le musicien Mathieu Jacot puis amplifiés et transformés en une composition musicale qu'il joue en direct. Ce processus transforme l'instant interactif en une composition aquatique, où chaque participant devient à la fois spectateur et acteur d'une performance collective. La musique produite est le résultat de tous les gestes et interactions que les passants ont eu avec les différents dispositifs. L'expérience sonore devient ainsi un processus participatif, au cœur duquel une émotion positive émerge du fait de voir ses actions contribuer à une création collective. Chaque geste, chaque mouvement active un mécanisme qui interfère avec la surface de l'eau, transformant ainsi les visiteurs en créateurs sonores. L'une des installations propose un moulin hydraulique qui évoque les roues actionnées historiquement par les biefs et qui permet de soulever l'eau. Les visiteurs peuvent actionner ce dispositif via une manivelle. Le fait d'actionner la manivelle devient un geste créatif, par lequel l'action mécanique sur l'eau génère un son. Cette interaction devient donc ludique, puisqu'elle s'émancipe de toute contrainte productiviste formelle pour laisser libre cours à une expression purement instinctive, ce qui la rend propice à susciter des émotions positives. Ce cadre informel est renforcé par le design purement fonctionnel du moulin, qui est simplement composé de tasseaux et de palettes de bois assemblés par des vis et écrous, mais aussi par le fait que les sons imprévisibles de l'eau permettent de s'émanciper de tout réflexe de "performance" vis-à-vis du son produit. Le parcours est composé de trois autres installations qui permettent de jeter sur l'eau, souffler dans l'eau et taper sur l'eau. Chaque installation produit un son distinct. Les deux instruments qui permettent de frapper l'eau possèdent un long manche d'aluminium qui retranscrit les vibrations du choc sur l'eau à la surface dans la main de l'utilisateur. Ainsi, cela renforce l'interaction qui peut être altérée par la distance entre le bief et les visiteurs,

et amplifie la dimension immersive et la "magie" sonore de l'eau elle-même. L'immensité renforce les sensations visuelles et sonores créées par l'eau, car elle concentre l'attention du spectateur, ce qui établit un temps propice à la manifestation d'un imaginaire, lui-même propice à la joie. Le projet Bief Sonore démontre comment le design peut transformer un élément naturel familier, tel que l'eau, en source de joie et d'émerveillement, dans l'objectif de la valoriser et d'éveiller une conscience plus intuitive de sa préciosité. En exploitant les caractéristiques sonores et visuelles de l'eau, les installations captent l'attention des visiteurs et offrent une expérience ludique, immersive, et donc propice à la manifestation d'un imaginaire et stimulant une joie toute enfantine. L'amplification de ces sons invite à redécouvrir un environnement



Les différents dispositifs interactifs installés dans le bief, Bief sonore, Marine Hunot et Jules Levasseur 2019

© Jules Levasseur

Cette approche sensibilisante, ancrée dans la joie, détourne des discours culpabilisants pour inviter à une contemplation positive et créative de l'eau, renforçant ainsi la prise de conscience intuitive de sa valeur ce qui pousse, on l'espère, à des comportements de consommation d'eau plus sages et raisonnés

souvent ignoré, tandis que les dispositifs interactifs favorisent une participation collective et intuitive, générant une œuvre informelle et un moment favorable aux émotions positives. Cette approche sensibilisante, ancrée dans la joie, détourne des discours culpabilisants pour inviter à une contemplation positive et créative de l'eau, renforçant ainsi la prise de conscience intuitive de sa valeur ce qui pousse, on l'espère, à des comportements de consommation d'eau plus sages et raisonnés.

Yan Lesage-Garnier

conception graphique

Léane Martinet
Ilona Morel
Zoé Véjux- -Fabbro

crédits typographiques

Narnia
Futura
Solway

rédaction & production

Yan Lesage- -Garnier
Thibault Macquart
Ilona Morel
Margaux Mugeot
Jamy Phelippot
Marion Protheau
Zoé Rousset
Charlotte Servolle
Lilou Sorin

crédits photographiques

Les images utilisées dans cette revue ne nous appartiennent pas ; elles sont employées dans un but exclusivement pédagogique et sans intention commerciale.

équipe pédagogique

Anne-Catherine Adam-Céard
Julien Borie
Bertrand Courtaud
Ann Pham Ngoc Cuong
Laurence Pache
Catherine Pradeau
Christophe Recoules
Sandrine Sirmain

impression

Imprimé au Pôle supérieur de Design de Nouvelle-Aquitaine, le 3 octobre 2025 en 3 exemplaires.

papiers

intérieur

Evercopy Plus 100 % recyclé,
Claire-fontaine, 80g, certifié FSC

couverture

Papier calque 90g
Wingo 200g



