

peut-être précisément de cette distance par rapport à notre chez-soi, dont on a besoin, afin de pouvoir le montrer, le partager, sans se sentir dénué. L'image encourage un contact superficiel. Juhani Pallasmaa évoque le rôle du corps dans l'expérimentation de l'architecture et l'importance de créer des liens physiques et sensibles avec l'environnement à travers des impulsions reçues par le corps : « ce qui manque à nos habitations aujourd'hui ce sont les échanges potentiels entre le corps, l'imagination et l'environnement²² ». La souveraineté du regard a été traitée à partir de son fonctionnement purement physiologique, par le philosophe allemand Jonas Hans²³, mais aussi à travers l'analyse des constructions culturelles formées sous l'autorité de l'œil²⁴. Toujours dans une démarche *ocularcentrique*²⁵ le sujet contemporain se réjouit de la possibilité de rendre visible et visuelle son expérience de l'intime afin de retrouver la fiction de ce chez-soi idéal et standardisé. que ce soit la mère de la famille qui présente la nécessité d'un tel système. À l'instar des publicités des produits ménagers du xx^e siècle, son apologie aux accents ludiques est protectrice. À travers la même tablette et les mêmes identifiants²⁶ qu'elle utilise pour les réseaux sociaux, elle orchestre l'extraction des données de son cadre de vie. Surveiller et sourire, voilà ce que propose Google pour améliorer l'habiter.

Book Machine 3:
 Format: Proportions du format de page: 5/3
 Orientation de la page: portrait
 Échelle de grandeur: petit
 Réglages de la double page:
 Placement des blocs du texte par rapport à la reliure: symétrique
 Placement des titres courants: au dessus du bloc de texte
 Placement de la pagination: sur le côté du bloc de texte
 Surface des marges: faible
 Nombre de colonnes de texte par page: 1
 Réglages typographiques:
 Catégorie de police de caractères: galalde
 Nombre de corps: 1
 Nombre de styles (hors italique): 1
 Traitement de l'italique: italique
 Comportement du bloc de texte: ferré à gauche
 Mise en évidence du début de paragraphe: retrait de première ligne positif

Sara Asadnia

Des coussins pastels, des tapis et des plaids qui adoucissent le mobilier scandinave en bois brut et les accessoires *design* aux accents métalliques façon Jean Prouvé : un lampadaire, un porte-plante, une table d'appoint. L'immanquable touche verte, symbole du vivant et du bien-être, varie dans ses proportions : du papier peint motif tropical aux excès de *l'indoor-jungle*, plantes grasses et terrariums sont omniprésents. Ce *chez-soi* générique, équivalent du home anglais, est la scénographie de la dernière affiche publicitaire Nespresso, du spot promotionnel de Google Nest Hub, de la couverture du catalogue Ikea, des appartements d'Airbnb, des tiers lieux WeWork ou des comptes Instagram des *lifestyle influencers*. Cette « *picture-perfect home*¹ » selon la marque de mobilier Made.com, est le résultat de la mise en œuvre d'un protocole d'aménagement² : du choix des meubles à leur disposition dans l'espace, du récurage à l'ajout des objets symboliques, l'espace est réorganisé pour se conformer aux codes imposés par un système de représentation essentiellement visuel.

Pré-Babel

La mise en image permet le retour à un temps pré-babélien. La photographie, moyen universel de communication, sert d'instrument de nivellement. Le nombre de réservations d'une annonce Airbnb est directement proportionnel au nombre et à la qualité des photos qui la décrivent³. Le site encourage ses usagers à photographier chaque espace et va jusqu'à leur offrir une séance avec un photographe professionnel en l'échange des droits, y compris publicitaires, sur les images. Cette stratégie de vente qui charge de valeur un lieu en fonction de son aptitude à se montrer transforme le faire chez-soi en « voyage de l'œil⁴ » propre à la société occidentale *sémiocrate*⁵. D'une certaine manière, nous habitons à travers le regard : la capacité à identifier rapidement un certain espace à son chez-soi permet facilement l'installation, qu'il s'agisse de voyageurs dans l'appartement d'un étranger ou d'un *co-worker* dans un tiers lieu qui lui semble familier. Mais la mise en conformité à un système de représentation n'est pas un processus innocent. Michel de Certeau divise les actions auxquelles un sujet ou un objet est soumis pour s'insérer dans les codes : *enlever* et *rajouter*⁶. Elles représentent pour lui des actions de correction qui forment un « appareil disciplinaire⁷ ». L'analyse de la plateforme Airbnb, plus vaste réserve mondiale d'images d'intérieurs, révèle la mise en abyme infinie d'un unique décor de vie conçu à la fois pour inciter les voyageurs à « réserver en toute confiance⁸ » – en rendant l'espace reconnaissable et facilement appropriable – tout en essayant de « capter l'attention⁹ » – en se distinguant de l'offre homogène. Ces deux injonctions contradictoires surgissent également dans la communication des concepteurs d'espaces et de meubles. L'imaginaire domestique que l'on contemple et que l'on reproduit est intériorisé, il devient

norme d'habitation et de conception de l'espace. Un espace devient habitable seulement s'il se conforme à cette effigie.

Regards

L'apparition de la photographie est indissociable de l'effacement de la frontière entre le privé et le public et la constitution d'une nouvelle catégorie du privé, celui qui se « consomme publiquement¹² » pour citer Roland Barthes. Peut-on toujours parler du chez-soi comme d'un territoire à « protéger des regards indiscrets¹³ » ? La mise en image de l'intime fut précédée par l'ouverture du regard vers celui-ci. Les intérieurs domestiques de la peinture, de Van Hoogstraten (1670) à Hammershøi (1905)¹⁴, en passant par Friedrich (1825)¹⁵ se donnaient à voir à travers une suite d'encadrements. L'intime prémoderne était constitué par l'enchaînement des seuils marquant les rapports symboliques de pouvoir entre l'intérieur et l'extérieur. Le regard imposait une procession voire un agenouillement devant le trou de la serrure, « accès subversif pour s'immiscer dans les espaces interdits¹⁶ » selon Georges Banu. La porte, barrage opaque et protecteur, était contournée par deux trous, celui de la serrure – pourtant dispositif clef de fermeture – qui permettait un regard furtif vers l'intérieur et celui inverse, ainsi normalisé, du judas-depuis l'intérieur vers l'extérieur. Aujourd'hui la vision est généralisée, bordée seulement par le contour de nos écrans. L'œil-de-boeuf digital et panoptique nous sert de prothèse, depuis *Loft Story* en 2001 jusqu'à Airbnb, l'intime est surexposé.

La photographie et son partage sur les réseaux sociaux n'a pas seulement créé une brèche vers l'intime, elle a également modifié le rapport de l'individu – voyeur par excellence – à son environnement. L'image comme moyen de communication a remplacé le regard direct, sensoriel, par un regard virtuel, dépendant de la médiation d'un instrument. La vidéo publicitaire pour le système Nest Hub de Google, *nec plus ultra* de la dernière génération d'appareils d'assistance domestique, illustre le passage du *chez-soi* d'un lieu personnel, vivant, à une représentation. Le produit vendu – une maison connectée (reconstituée sur un écran de contrôle), autant que la manière de la représenter – façon maison de poupée, explicitent la transformation de l'habitat dans un simulacre. Le clip n'a pas été filmé dans un cadre réel, un logement authentique, mais dans un studio qui a permis la reconstruction symbolique de chaque pièce. La caméra se déplace dans un travelling continu du *séjour* à la *chambre* en passant par la *cuisine*. Le mouvement linéaire de l'appareil dévoile la mise en scène théâtrale de l'*habitation*, chaque pièce étant une boîte optique où l'assemblage d'une suite d'objets signifiants permet au spectateur d'identifier l'usage des espaces. Le choix d'une scénographie suggestive au détriment d'un cadre plus réaliste, un vrai logement, révèle l'exacerbation de la dimension spectaculaire de l'intime et la fracture sensorielle

2

produite entre les usagers et leur foyer. Le *chez-soi* est un décor, une installation, une boîte avec une face entièrement vitrée. À l'opposé de l'enfilade de pièces dans les intérieurs de Hammershøi, l'intime aujourd'hui s'étale, s'enchaîne, se dépie, tout est à voir et donc à maîtriser y compris par ceux qui l'occupent.

Plantes vertes et vivariums

Une récurrence dans ces mises en scène domestiques est la présence des plantes vertes. Chaque pièce de l'habitat publicitaire du Nest Hub Google, du séjour au palier, est noyée de végétation. Quel message portent-elles pour justifier leur place dans les intérieurs ? Elles ont le rôle de contrepoids de l'invasion technologique de l'intime, figures faussement sauvages qui garantissent le déroulement naturel de la vie. Seraient-elles le gage de l'authenticité d'un lieu, preuve qu'il est vivable ? Elles sont la plupart du temps des *evergreens*, « faciles à entretenir et increvables¹⁷ », les ficus, les monstera et les cactus font partie du nouveau règne des plantes de déco. Des plantes à regarder, matière première des décorateurs et des concept stores « végétal »¹⁸ chargés de leur transformation en ornementation. Elles ne nous soignent plus, ne servent plus à améliorer le goût de nos repas et ne sentent plus rien. Celles-ci ont perdu tout autre rôle qu'esthétique. Les terrariums, « capables de s'épanouir de manière quasi autonome¹⁹ », qui demandent juste à être observés, reflètent la relation presque exclusivement visuelle que l'on entretient avec nos habitations. Ces cosmos naturels, bibelots faits main, semblent illustrer le désir de manipulation et de soumission de toute forme d'altérité. C'est d'ailleurs l'occupation principale que la « mère » dans la publicité Google partage avec le contrôle de son ménage. L'intime, un monde auparavant caché, à la limite du sauvage, est lui-même sous verre. Tout vivant est contenu, il doit rester fidèle à son image : pas de saisons, pas de fleurs ou de feuilles mortes. La nature domestiquée est soumise à un processus aseptisant de réduction à une surface. La plante en pot est menacée de remplacement par l'attraction suscitée par les mini-mondes sous verre ne nécessitant aucun entretien, si ce n'est pas directement par les tapis et papiers peints aux motifs végétaux inspirés du Douanier Rousseau²⁰.

Les yeux dans l'espace

L'aliénation produite par la souveraineté du regard est révélée par Juhani Pallasmaa qui attribue à la vision le rôle du plus important réceptacle parmi les sens humains, toute autre forme de perception étant obstruée par le monopole du visuel. Il argue que l'isolement du regard, sa carence de sensualité, empêchent l'usage complet du système perceptuel. L'exacerbation de la vue risque de provoquer une déstabilisation, « une perte de repères dans la conception même de la réalité²¹ ». Ce découplage des sens engendre une compréhension fragmentée du monde provoquant une sensation d'éloignement, de psychose. Il s'agit

3