

■ Document 1 : Gilles LIPOVETSKY, *Le Bonheur paradoxal. Essai sur la société d'hyperconsommation*, Gallimard, 2006

L'univers des objets et des formes illustre également le nouvel âge du bien-être. Le temps n'est plus où les futuristes voyaient dans la machine et l'automobile ce qui devait nous faire « assister à la naissance du Centaure¹ ». Aujourd'hui les marques de voiture ne communiquent plus sur la vitesse : elles exaltent la sécurité, le confort, la sérénité, de nouvelles manières de vivre l'espace et le temps du voyage : « Nirvana en 5,9 secondes » (Nissan). Dans le rapport à la maison, on assiste au succès du Feng Shui². Les spas³ misent sur l'harmonie du corps et de l'esprit. Les produits de soins revisitent l'esprit zen avec des formes minimalistes tout en lignes épurées, sobriété et couleurs simples. Les architectes de magasins privilégiennent la pureté et la transparence des espaces. *Homo consumericus*⁴ ne s'est pas métamorphosé miraculeusement en maître de sagesse : simplement le chaos dionysiaque⁵ est délégitimé⁶, détrôné par la « zen attitude ».

En même temps, le design contemporain affiche une nouvelle préférence pour les objets enveloppés aux lignes ovoïdes⁷ créant un univers doux, maternel, accueillant. Automobile, téléphone, wagon TGV, tramway, ordinateur iMac, appareil photo, rasoir électrique : un peu partout le design renoue avec les rondeurs, les formes galbées et organiques à contre-pied du fonctionnalisme géométrique cher au Bauhaus⁸. Si le design de la première modernité était anguleux et ascétique⁹, celui de la seconde modernité se veut amical, féminin, non agressif, en réponse au besoin de mieux-être et d'environnement rassurant. En s'adoucissant, les formes technologiques valorisent les sensations tactiles, la détente, un confort fluide et apaisant [...].

Le mobilier concrétise également la nouvelle culture du confort plus centrée sur les résonances sensitives que sur l'étagage des signes riches. Dès la fin des années 60, le confort anticonformiste fait florès qui prône un style cool, décontracté ou « avachi ». Le confort bourgeois, cossu, raide, grandiloquent est disqualifié au bénéfice des meubles bas au ras du sol, de la moquette et des coussins permettant de s'asseoir par terre : le fameux « sacco »¹⁰ qui prend la forme du corps lorsqu'on s'y assied date significativement de 1968.

[...] Le style bourgeois fait d'entassements et de surcharges décoratives est révolu au même titre que le fonctionnalisme aseptisé¹¹. Le design hypermoderne privilégie le léger, la mobilité et l'adaptabilité, l'association du fonctionnel et du senti, de l'épuré et du convivial, du nomadisme¹² et du ludisme¹³. [...]

Plus largement, depuis le début des années 1990, on voit se développer un design de type polysensoriel¹⁴ ayant pour but d'optimiser la dimension sensorielle des produits en apportant des impressions de confort et des sensations de plaisir. C'est ainsi que le design de produits tend à devenir un design d'expériences sensibles dont la valeur ajoutée ne réside plus seulement dans la forme visuelle mais dans la dimension sensitive des produits industriels. On ne compte plus les produits qui, au travers des matériaux utilisés, des modes de fermeture et des emballages, veulent créer des sensations tactiles, sonores ou olfactives. Les produits ne se contentent plus de fonctionner efficacement, ils doivent réveiller le plaisir des sens, offrir une qualité sonore ou olfactive, fournir un supplément de réalité tactile, favoriser une expérience sensitive et émotionnelle. Il s'agit de suggérer la fonction tout en augmentant les qualités perçues ou le contact sensible du produit. Après un design froid, unidimensionnel, cloisonné, se développe un design global et expressif qui investit les sensations corporelles et le bonheur des sens. Le premier, techno-centré, imposait du dehors ses créations au public; le second, anthropo-centré¹⁵, vient en réponse aux attentes de qualité de vie, de mieux-être sensoriel dans une époque qui voit proliférer le virtuel et le numérique. À nouveau s'affirme la dualité du confort hypermoderne: d'autant plus gagne la culture déréalisée du digital, d'autant plus s'intensifie le besoin de l'épaisseur sensorielle des choses, le « *soft touch* »¹⁶, le goût et la sensualité des matériaux.

Le design intransigeant du Bauhaus s'est construit autour de la foi dans le progrès et dans la rationalité technicienne de l'ingénieur; il exprimait une culture qui glorifiait l'efficacité pure, le dépouillement des formes, la raison conquérante, la victoire sur les forces archaïques du passé. Nous n'en sommes plus là. À l'heure de la seconde modernité marquée par l'épuisement de l'idolâtrie de l'Histoire, le design se veut moins révolutionnaire que protecteur et rassurant. Lorsque la modernisation n'a plus à combattre les éléments issus de la culture traditionnelle, l'ambition du design n'est plus tant d'ériger des symboles de modernité triomphale qu'un environnement accueillant et réconfortant, un confort hypermoderne qui réconcilie le fonctionnel et le vécu émotionnel, l'efficacité et les besoins psychiques de l'homme. L'objet n'est plus un hymne à la rationalité [...] mais au bonheur sensitif impliquant un confort à « visage humain », appropriable et habitable.

© Gallimard

1. Personnage mythologique qui possède une tête et un buste d'homme sur un corps d'animal.
2. Art de vivre chinois ancestral qui recherche une meilleure harmonie entre l'homme et son environnement, notamment dans la conception de l'espace d'une maison ou du lieu de travail.
3. Stations thermales ou centres de soin par des bains d'eau douce.
4. Expression pour désigner le nouveau consommateur hyperindividualiste.
5. Relatif à Dionysos, dieu grec antique du vin, de l'ivresse et du débordement festif.
6. N'est plus fondé en droit.
7. Dont la forme rappelle celle d'un œuf.
8. Courant artistique allemand (1919-1933), notamment dans le domaine de l'architecture et du design, qui concilie l'art et la technologie industrielle.
9. Austère.
10. Célèbre fauteuil souple en forme de poire créé par trois designers italiens, qui s'adapte à la forme du corps.
11. Sans originalité, neutre.
12. Tendance à être nomade, à se déplacer, à voyager.
13. Attitude, comportement de jeu.
14. Qui fait appel à plusieurs sens (vue, goût, odorat, etc.).
15. Centré sur l'Homme.
16. Sensation douce de toucher.

■ Document 2 : Andrea SEMPRINI, *L'Objet comme procès et comme action. De la nature et de l'usage des objets dans la vie quotidienne*, L'Harmattan, Coll. Logiques Sociales, 1995

Ce dont Merleau-Ponty¹ nous fait prendre conscience, c'est le poids du sensible dans notre relation au monde et son rôle primordial dans l'éveil de notre perception intersubjective² du monde. En même temps, il nous montre que la perception est non seulement sensible et intersubjective, elle est aussi une véritable pratique, une activité au sens plein du terme, un faire perceptif³ qui me permet de me découvrir par l'acte même de découvrir le monde. La sensation du corps propre, du retour réflexif⁴ de la perception sur elle-même, la main qui, touchant, s'aperçoit touchée, ce sont des expériences qui nous font saisir l'importance du sensible dans la connaissance du monde et, par extension, dans la connaissance des objets dont le monde est peuplé.

Les remarques de Merleau-Ponty confortent d'ailleurs les observations et les pratiques de sens commun qu'il nous arrive de mettre en œuvre systématiquement dans nos activités routinières. Nous savons que notre relation avec un objet – tant en terme de modalité qu'en terme de contenu – change profondément lorsque nous varions les moyens sensibles de l'appréhender. Un objet vu ne nous « parle » pas, ne s'offre pas à nous de la même manière que lorsqu'il est touché, ou entendu. La rumeur, la saveur, l'odeur, le contact avec un objet ne nous fournissent pas simplement des informations supplémentaires par rapport à ce que la vue, ou une simple description verbale peut déjà nous en donner. La mise en jeu de notre corps propre modifie l'objet, lui attribue une résistance particulière, une profondeur, une consistance que nous ressentons, de manière sensible, de façon tout à fait différente par rapport à une expérimentation purement cognitive⁵ du même objet.

Dans ses derniers écrits, Merleau-Ponty avait développé ultérieurement ce point, en montrant comment la vision, elle aussi, est un faire sensible, mieux, un faire synesthésique⁶ qui se déploie sur l'objet et qui instaure une réversibilité intersubjective entre sujet voyant et objet vu, du même ordre que celle qui s'instaure entre touchant et touché. Combien de fois nous est-il arrivé, dans nos pratiques routinières, d'« essayer » un fauteuil, et de ressentir la différence par rapport à la connaissance de ce même fauteuil obtenue par la vue. C'est la mise en relation de notre corps propre avec l'objet qui nous permet de le « comprendre » de façon différente. Et la même remarque pourrait être faite pour un tissu, qu'on « sent » au toucher, pour un vêtement, à l'intérieur duquel on se « sent » bien, pour une voiture et pour beaucoup d'autres objets.

L'exemple du pilotage des avions, déjà cité, illustre bien cet argument. Un conflit a opposé longtemps les pilotes de ligne français à la direction d'Air France. Lors de la mise en service des Airbus A-320, les pilotes se plaignaient de la difficulté du pilotage, due à la sophistication extrême de la configuration du cockpit, totalement informatisée. Cet avion, en effet, ne présente plus aucune ressemblance avec le cockpit classique, auquel nous avons familiarisé le cinéma depuis quarante ans. Toutes les commandes sont digitalisées et, surtout, le rôle de la manualité a été réduit à néant : plus de volant, plus de guidon, même pas une petite cloche entre les genoux du pilote. Ce dernier doit apprendre à faire cadrer ou virer l'avion en appuyant sur des boutons ou en tournant des pommettes⁷.

Or, pour les pilotes, qui disposent naturellement tous d'une culture technique de premier ordre, la perte de contrôle manuel, plus précisément du contrôle sensible, est très gênante. Elle empêche de « sentir » l'avion et certains pilotes arrivent à dire qu'elle augmente la marge d'erreur et finit par réduire la sécurité du vol. Le dialogue est naturellement entre sourds, parce que les bureaux techniques d'Airbus Industries rétorquent que les nouveaux instruments sont beaucoup plus précis que n'importe quelle appréciation

individuelle et qu'ils permettent de nuancer les commandes imparties à l'avion d'une façon beaucoup plus fine. Mais la possibilité du corps propre de *sentir* les commandes et non seulement de le programmer sur l'ordinateur de bord s'en trouve, elle, drastiquement réduite. Ce phénomène est d'ailleurs perçu clairement par les pilotes, qui le verbalisent avec des phrases du type « Un avion se pilote aussi avec les fesses », « Je ne le sens pas monter ou descendre », « Mon avion, je ne le sens plus ». Lors de l'accident du mont Sainte-Odile, près de Strasbourg, où était impliqué un Airbus A-320, plusieurs pilotes ont évoqué, dans la presse, ces problèmes de « stérilisation proprioceptive⁸ », qui ont empêché aux pilotes de pallier la défaillance instrumentale, en « sentant » que l'avion était trop bas par rapport à l'angle de descente correct.

Dans un autre domaine, au contraire, la capacité du proprioceptif de modifier la perception de l'objet a été perçue très clairement, peut-être d'ailleurs plus sur la base de l'expérience pratique que d'une réflexion épistémologique⁹. Nous pensons à l'utilisation systématique des synesthésies que font la communication publicitaire et le design dans le but d'arriver à créer du « proprioceptif sans corps » : des flacons qui suggèrent à l'œil le type de consistance de leur surface; des tissus qui, sans être touchés, arrivent à faire « sentir » leur douceur ou solidité; des produits alimentaires qui garantissent visuellement leur bon goût ou leur fragrance; des parfums qui tiennent un discours sur leur fragrance à travers les formes du flacon et du capuchon. Ce ne sont que quelques exemples de fabrication artificielle d'un univers proprioceptif et sensible, simulé à travers une manipulation sophistiquée des effets synesthésiques.

© L'Harmattan

1. Maurice Merleau-Ponty, philosophe français (1908-1961).
2. Interaction entre deux personnes, deux sujets distincts.
3. Lié à la perception, en tant qu'acte de percevoir.
4. Qui fait retour sur soi.
5. Relative aux facultés qui permettent l'acquisition des connaissances.
6. Relatif à la synesthésie, c'est-à-dire au phénomène d'une perception qui associe des domaines sensoriels différents.
7. Manettes en forme de petite pomme.
8. Relative à la perception que l'homme a de son propre corps (sensations, posture). Stérilisation proprioceptive: suppression de la perception que l'homme a de son propre corps.
9. Relative à l'épistémologie, partie de la philosophie qui étudie l'histoire, les méthodes et les principes des sciences.