

Quelle analytique de la conception ? Parure et pointe en Design.

Armand Hatchuel
Professeur à l'Ecole des mines de Paris.
Armand.hatchuel@ensmp.fr

Ce texte a été publié sous une forme légèrement modifiée dans :
Flamand B. (dir.), 2006, « Le Design. Essais sur des théories et des pratiques ».
Institut Français de la Mode. Paris.

Résumé

Il y a un paradoxe du design. Il a conquis sa légitimité sociale et professionnelle mais son identité, ses méthodes ou ses objets font l'objet d'interrogations récurrentes. Quoique sous des formes différentes, ce paradoxe se retrouve chez l'Architecte et l'Ingénieur. Il peut être mieux éclairci à partir des recherches récentes qui, au delà des traditions professionnelles, développent des cadres analytiques et critiques spécifiques du travail de conception. Ainsi, dans le cas du Design, les analyses classiques en termes d'esthétique, de fonction ou de forme appréhendent mal les opérations d'expansion des objets propres à cet univers. Une pratique réflexive ou une critique du design passe, selon nous, par une nouvelle analytique de la « parure » et de la « pointe ». Si la notion de « parure » renvoie aux opérations d'expansion de la valeur, la « pointe » vise à étendre ou réviser l'identité des objets. Cette analytique s'articule aussi bien à une rhétorique qu'à une axiomatique des objets. Elle réinsère le design dans l'histoire des pensées du langage et de l'artificiel. Dans cette perspective, le Design apparaît comme l'un des lieux privilégiés d'analyse des transformations contemporaines.

Armand Hatchuel est professeur à l'Ecole des Mines de Paris où il a créé en 1994, avec plusieurs collègues, l'option « Ingénierie de la conception ». Cette unité d'enseignement et de recherches conduit des recherches empiriques, théoriques et pluridisciplinaires sur les activités de conception et d'innovation qu'il s'agisse de R&D (pour l'ingénieur) ou de Design. Elle a maintenu des partenariats privilégiés avec l'Ecole de Design, StrateCollège. Armand Hatchuel est aussi directeur adjoint du Centre de Gestion Scientifique de l'Ecole des mines. Il est l'auteur de nombreuses publications et participe à plusieurs instances scientifiques internationales. Il a notamment animé avec Romain Laufer des séminaires du CIPH sur les objets techniques et l'anthropologie de la valeur. Il a récemment dirigé plusieurs ouvrages collectifs : avec Thierry Gaudin, « les nouvelles raisons du savoir » (L'aube) ; avec Romain Laufer, « le Libéralisme, l'innovation et la question des limites » (L'harmattan) et il prépare avec Benoît Weil, un ouvrage issu du colloque de Cerisy « Les nouveaux régimes de la conception ». Armand Hatchuel a reçu la médaille de l'Ecole nationale supérieure des Arts et métiers pour ses travaux sur la conception.

Introduction

Le Design semble être entré par effraction dans l'histoire de la modernité. Il suffit pour s'en convaincre d'observer les difficultés auxquelles se heurtent les auteurs d'ouvrages de synthèse ou d'anthologies du design. C'est dans les premières lignes d'introduction que la tâche est la plus laborieuse. Car comment définir le « Design » ? Comment cerner l'identité d'une pratique qui se réclame de l'Art comme de la rationalité marchande ? Comment penser une discipline qui peut concevoir des objets techniques durables autant que des objets de modes ? Certes, l'histoire éclaire l'étrange parcours du Design, mais sans en réduire la complexité. Car comment associer, dans une même tradition, les aventures commerciales d'un Raymond Loewy et les ambitions sociales d'un Walter Gropius ? Comment distinguer la logique inventive d'entrepreneurs comme Wedgwood, Thonet ou bien d'autres, de celle d'un Morris idéologue du mouvement Arts and Crafts ou d'un Adolf Loos sublimant magasins et cafés à Vienne ? On peut donc retracer avec profit les traditions et les ruptures multiples qui forment l'histoire du « design », mais cette archéologie soulignera simplement l'alchimie inattendue qui construit la place du design dans les sociétés du second vingtième siècle.

Et quelle place ! Car, le design est une donnée essentielle de nos sociétés. Son histoire emmêlée et confuse l'a installé au cœur d'une des articulations centrales des sociétés contemporaines : celle qui entremêle logique marchande et logique du sens. Car le « design » est cette étrange pratique qui, dans de nouveaux objets, tente rien moins que de concilier capitalisme et humanisme, intérêt et sens, séduction et authenticité, rhétorique et vérité, tradition et invention. Une grande charade donc à laquelle aboutissent invariablement les historiens du design : ils nous livrent les indices mais nous laissent la tâche de formuler *l'identité du tout*. Car aujourd'hui, le design est bien là, omniprésent ; nous en connaissons les origines et les mutations, mais il semble résister à toute définition.

1. Le Design : une histoire énigmatique.

Une telle définition ou même plusieurs, sont-elles nécessaires ? Leur absence n'a pas limité le développement professionnel du Design. En revanche, ce vide a eu d'importantes conséquences. Il a freiné une véritable reconnaissance académique du design. En France, comme dans de très nombreux pays, le design reste une spécialité professionnelle sans lien fort avec la recherche universitaire ; ou bien est-il simplement confondu avec les anciennes disciplines des Arts décoratifs. De plus, les efforts conduits depuis quelques décennies pour créer de grandes écoles de design n'ont pas eu l'impact intellectuel et universitaire attendu. Le Design reste un « ovni » académique. Là encore, on pourrait se demander si cela importe vraiment. Après tout, la reconnaissance du design par des entreprises et des clients en quête d'objets bien « désignés », la notoriété internationale dont jouissent certains designers peut suffire à assurer la pérennité historique du « design ». *La question que pose le Design est donc d'abord théorique et scientifique avant d'être sociale ou professionnelle!*

Dans le cadre du premier colloque de Cerisy consacré au Design¹, une intervenante avait remarqué le manque de critiques en Design parmi les journalistes spécialisés. C'est là un signe supplémentaire de l'aporie intellectuelle et discursive dans laquelle se trouvent plongés les observateurs et les connaisseurs du Design. Mais d'où vient cette aporie ? Qu'est-ce qui la

¹ « Le design : entre urgence et anticipation » Juin 2005 sous la direction de A.M. Boutin, J.R. Talopp, C. Rousseau.

constitue ? Est-elle spécifique au Design ou n'est-elle pas l'expression d'une difficulté scientifique plus large ? *C'est cette dernière hypothèse que nous défendons car elle s'impose dès que l'on replace le Design dans une histoire plus étendue et peu connue : celle des activités de conception.*

2. Architectes, ingénieurs, designers : un phylum intellectuel commun.

. Au plan intellectuel, cette histoire commence avec Vitruve et les premiers traités d'architecture. Elle s'est étendue ensuite avec la naissance des ingénieurs à la fin de la Renaissance. Elle se poursuit toujours notamment avec le développement des mathématiques de la décision et l'intensification récente des recherches sur les raisonnements de conception. Pour comprendre les designers, il faut donc revenir au *phylum commun* dont sont aussi issus leurs cousins architectes et ingénieurs et dont ils sont en quelque sorte l'une des dernières spéciations. D'ailleurs, Architectes et ingénieurs ont eux aussi connu des difficultés à se définir. Les uns et les autres ont dû maintes fois s'expliquer sur le périmètre toujours ouvert des objets qu'ils conçoivent et des connaissances qu'ils doivent mobiliser. Car, contrairement à l'artisan de la tradition, un designer, un architecte ou un ingénieur ne peuvent expliquer leur métier *ni par l'objet final ni par la matière travaillée*. Des architectes peuvent dessiner des bâtiments aussi bien que des bateaux, des ingénieurs peuvent imaginer des moteurs ou des vêtements, et il en va de même pour les designers. Quant aux matières utilisées, chacun peut varier celles-ci selon la situation et son expérience.

Architectes, ingénieurs et designers partagent aussi d'être des « concepteurs » qui revendiquent pour leur travail, comme le faisait Vitruve, la « *démonstration que l'on donne par le raisonnement soutenu de la science* ». Non pas la « science » telle que nous l'entendons aujourd'hui, mais tout savoir suffisamment construit pour que le raisonnement du concepteur puisse y prendre appui. Raisonnement dont la spécificité, ajoutait Vitruve, consiste à bien respecter « *l'ordonnance, la disposition, l'eurythmie, la proportion, la convenance, et la distribution ou économie* » de la « chose » que l'on entreprend de créer. Le concepteur possède donc cette capacité originale de pouvoir, à l'aide de *langages universels*, penser la genèse *d'une chose singulière* et nouvelle. Contrairement à l'Artiste qui ne se réclame de rien et ne justifie son travail, le plus souvent, que par la seule réception qui en est faite, un concepteur développe un « raisonnement de conception » (Hatchuel et Weil 2001) et s'expose par là au débat et à la critique, avant même que l'œuvre ne soit achevée et reçue. L'architecte présente des plans et des maquettes, l'ingénieur exhibe ses calculs et ses essais, le designer offre ses esquisses à l'exégèse de ses partenaires.

Il reste que les raisonnements de conception propres à chacun sont profondément différents. Et les designers - c'est là une part de notre énigme- n'ont que peu procédé à *l'analyse et à l'étayage de leurs raisonnements de conception*. Aussi est-ce l'objet de cet article que de contribuer à ce travail de formalisation et d'éclairage en retrouvant les points communs et les différences que les raisonnements des designers présentent par comparaison avec les autres concepteurs.

2. Du raisonnement de conception : la génération de l'inconnu à partir du connu.

Qu'est ce qu'un raisonnement de conception ? Cette question a récemment fait couler beaucoup d'encre, notamment depuis les travaux de H. Simon qui ont conduits, à tort, à croire

que les raisonnements de conception étaient réductibles à des méthodes de résolution de problèmes. Nous avons réfuté ailleurs cette affirmation (Hatchuel 2003) et il serait trop long de reprendre ici cette discussion. Nous mobiliserons donc directement quelques grands résultats de nos travaux. (Hatchuel et Weil 2001, 2003)

a) Nous insisterons d'abord sur une caractéristique essentielle du raisonnement de conception dont les conséquences sont toujours sous-estimées. L'objet d'un raisonnement de conception est *la genèse d'une « chose » qui n'appartient pas aux connaissances existantes* aussi bien chez son concepteur que chez ses destinataires. Autrement dit, ce qui fait la spécificité du raisonnement de conception c'est de vouloir *faire de l'inconnu avec du connu*. Mais dira-t-on n'est-ce pas confondre conception et innovation ? Non, car si le concepteur est par nature, et par intention, un innovateur, on peut cependant innover de multiples manières : par exemple, en rejetant une règle sociale sans jamais en concevoir de nouvelles. Le raisonnement de conception possède donc cette propriété spécifique de créer *avec préméditation* des « expansions » du connu. Expansions d'ailleurs toujours relatives à un « connu particulier ».

b) Avec une telle définition, nous sommes assurés de tenir un trait commun à l'Architecte, à l'ingénieur et au designer. En revanche, chacun de ces concepteurs n'organise pas le même chemin du connu à l'inconnu. Ces différences ne se laissent pas voir d'emblée. Pour les retrouver, il faut regarder au plus près des connaissances mobilisées. L'ingénieur se distingue aisément des deux autres professionnels car, puisant dans les découvertes de la science la plus récente, et étant lui-même en mesure de contrôler la validité de ses propositions, *l'inconnu radical lui est permis !* La première automobile, le premier objet volant, la première télévision, suscitèrent *étonnement et stupéfaction !* Les premiers commentateurs devaient d'abord expliquer « ce que c'était » avant même d'en commenter la valeur ou l'exploit. Quant à leurs qualités esthétiques, la question semble toujours prématurée face à l'inconnu véritable.

3. Le dilemme du design : de l'inconnu immédiatement reconnu.

Ce passage du connu à l'inconnu radical n'est que très exceptionnellement à la portée de l'Architecte ou un designer. Entre connu et inconnu, ils doivent organiser un rapport plus restreint et moins violent. Ne pouvant donner le sentiment de la prouesse en exhibant des « monstres », leur « inconnu » ne peut que *séduire et surprendre*. Ou jouer du chiasme qui s'ouvre alors : *séduire en surprenant, et surprendre en séduisant*. Un pas de plus sur cette voie permet de détacher le designer de l'architecte. Car ce dernier subit des contraintes propres : il s'adresse le plus souvent à des collectifs : familles, habitants, citadins... ; il conçoit des dispositifs particulièrement déterminés par des normes sociales ou techniques ; il engage une part essentielle de la vie des gens. Tout ceci restreint l'espace de *l'inconnu acceptable* : on connaît des musées ou des théâtres à l'architecture surprenante, mais il y a peu d'édifices voués à l'habitation dont on ne saurait deviner, à première vue, la destination.

Y compris pour des objets de masse, le designer peut, quant à lui, s'aventurer dans des univers beaucoup plus vastes, voire explorer des objets techniques inédits. En revanche, il est soumis à des contraintes de réception qui vont être déterminantes. Il ne s'agit pas des contraintes habituelles de coût, de production, ou de rentabilité, dont on fait trop grand cas, car celles-ci s'imposent à tous. Il y a une caractéristique plus exigeante et plus essentielle du travail du designer. Il doit à la fois chercher *l'originalité* de son travail et être *immédiatement compris* de ses clients potentiels. C'est peut-être Jacob Jensen, le célèbre designer de la firme

Bang&Olufsen qui le mieux formulé cette contrainte en invitant à concevoir un objet « *different but not strange* », qui suscite chez son destinataire « *the power of making decisions without thinking* » Et il ajoutait que ce dernier réagirait nécessairement vite et selon une trilogie toute simple : « *three seconds : fight, escape, love* ».

Le designer doit *donc* surprendre ou séduire *mais sans le secours de l'explication ou de l'apprentissage*. Le sens de son travail surgira ou ne surgira pas. Reste que cette observation ne doit pas être source de confusion : il s'agit de la réaction attendue au travail du designer. En revanche, le designer qui recherche le *surgissement du sens* doit malgré tout élaborer un raisonnement rigoureux et partageable. Il ne saurait simplement constater le sens de son travail au moment de sa réception, sauf à abandonner toute idée d'un raisonnement de conception. La question posée en introduction peut maintenant être éclaircie et reformulée. Quels sont les raisonnements de conception compatibles avec la loi d'airain du design : *créer un objet inconnu qui séduise et surprenne sans jamais dérouter*.

4. Critique de la dialectique Forme/ fonction : régimes de valeur et régimes formels.

On peut être surpris par cette formulation. Elle peut sembler lointaine ou trop abstraite, en tout cas moins proche des réalités du design que les analyses habituellement construites sur les notions de *forme* et de *fonction*. Aussi avant d'aller plus loin, il nous faut montrer que ces analyses *n'ont aucun fondement véritable du point de vue d'une théorie de la conception*. Elles ont très probablement obscurci les efforts pour penser le design. Car une large part de l'histoire intellectuelle du design discute de l'acceptation ou du rejet d'une formule toute faite : « *form follows function* » prononcée par l'architecte Sullivan concepteur des gratte-ciels américains. Or ni la notion de fonction, ni celle de forme ne suffisent à une analytique cohérente de la conception.

a) La notion de fonction est faussement claire. Elle a surtout servi à organiser une *opposition corporative* entre ingénieurs et designers. La « fonction » serait relative aux aspects utilitaires ou aux nécessités techniques de l'objet, et s'opposerait aux aspects esthétiques qui ne seraient pas « fonctionnels ». Une telle distinction ne résiste pas à l'examen. Il y a nécessairement un fonctionnement esthétique de l'objet, dès lors qu'existe une pensée ou une intention esthétique. Ce constat s'impose de lui-même dès lors que les valeurs esthétiques d'un objet doivent être converties en nécessités techniques ou en logiques d'usage. Prenons l'exemple d'un coloris dont on attend qu'il exprime des émotions particulières. Ne devra-t-on s'assurer de sa stabilité, ou des reflets indésirables qui pourrait en atténuer l'effet, ou du type de surface qui en souligne la valeur ? Et n'est-ce pas là des « fonctions esthétiques » tout aussi techniques que l'alimentation électrique d'un appareil ?

b) Une fois abolie la distinction traditionnelle entre fonction et esthétique, le terme de fonction gagne en universalité puisqu'il désigne désormais tout *régime de valeur* à l'aide duquel on conçoit et évalue un objet. On retrouve ici Vitruve lorsqu'il énonçait, sans établir de différence de nature, les grands caractères universels d'un bâtiment. La notion de *régimes de valeur* (on peut aussi parler de *régimes fonctionnels* si l'on retient une acception neutre de la fonction) généralise cette plurifonctionnalité de tout objet, et permet aussi de penser que ces régimes eux-mêmes peuvent être, sous certaines conditions, renouvelés ou réinventés par les designers.

c) Peut-on, malgré tout, penser que l'expression « form follows function » a un sens ? Là aussi, il n'en est rien. Car même en conservant l'acception traditionnelle de la fonction cet adage ne s'applique que dans des situations très particulières. Le plus surprenant c'est qu'il soit encore si prégnant, alors le contraire est manifeste sous nos yeux. La même fonction banale, « se déplacer d'un point à un autre » peut donner lieu à des dispositifs techniques d'une si grande variété que seule une stratégie fixiste de design pourrait éventuellement conduire à des formes similaires. Tous les ingénieurs ayant l'expérience de la conception savent qu'entre l'analyse fonctionnelle d'un système et la forme physique qu'il prendra, il n'y a aucun lien nécessaire. La même fonction pourra être réalisée avec plusieurs principes techniques distincts et chacun aura un impact différent sur les formes de l'objet. Un lien étroit entre forme et fonction n'existe vraiment que lorsqu'il s'agit d'objets simples ou composés d'un seul matériau et dont les fonctions attendues ne dépendent que de propriétés géométriques : par exemple, un burin ou une cisaille. Mais il suffit que l'on évoque la fonction de prise manuelle de ces outils pour que l'espace des formes s'ouvre à l'envi.

d) Enfin, de quoi parle-t-on lorsqu'on évoque la « forme » d'un objet ? Là encore n'est-il pas surprenant que nous utilisions une notion que la très large majorité des objets modernes a totalement bousculée ! Faut-il parler de « forme » lorsque l'on travaille sur une lumière, une odeur, une texture, un logiciel interactif ? Il ne s'agit plus ni de géométrie, ni de couleur. De fait, la plupart des objets modernes n'ont pas une « forme », mais plusieurs *régimes formels*, relatifs aux structures physiques ou aux langages que le designer va pouvoir mobiliser. Ainsi, peut-il travailler des régimes de couleurs, de mise en forme de matériaux, d'éclairage, de valeur sensitive, de transparence, etc. Le travail du designer consiste précisément à sélectionner des régimes formels comme *paramètres de conception* et à tenter de s'en servir pour atteindre les régimes de valeur souhaités.

e) Une notion importante, celle de *l'identité d'un objet*, peut être maintenant introduite, car régimes de valeur et régimes formels n'y participent pas de façon égale. Ces derniers constituent souvent le mode de reconnaissance le plus accessible et le plus immédiat de *l'identité de l'objet*. Un réfrigérateur, un fusil ou une machine à coudre se reconnaissant en premier lieu aux régimes formels qui offrent les traits les plus visibles, les plus perceptibles ou les plus appréhendables de l'objet. Et il est plus rare que l'identité d'un objet résulte d'une analyse approfondie des régimes de valeurs (ou des fonctions) à moins qu'ils ne soient immédiatement associables à certains choix formels (l'aérodynamisme est un des rares cas où les régimes formels et les régimes de valeur étaient aisément confondus).

Nous disposons maintenant des éléments d'une *analytique de la conception* qui restitue la spécificité des designers.

5. Des partitions expansives : les opérations du design.

On l'a dit, l'histoire a placé le designer dans une position particulière. Comme tout concepteur, il lui faut organiser le passage du connu à l'inconnu. Comme designer, il doit encore mobiliser les régimes de valeurs et les régimes formels dans une logique précise : *produire un objet inconnu qui séduise et surprenne, tout en étant immédiatement reconnu*. L'avantage d'une telle définition théorique, c'est que loin de nous faire quitter la pratique du designer, elle nous y ramène directement tout en l'éclairant.

Examinons ce que peut-être *un objet inconnu mais immédiatement reconnu* ? On retrouve ici un oxymore intéressant : les objets que produit un designer sont à la fois connus et

inconnus et de plus cet indécidabilité doit se dénouer très vite. Pour éclairer ce paradoxe nous allons introduire la notion de *partition expansive* de l'objet qui joue un très grand rôle dans notre approche et dont nous allons préciser la signification.

Prenons l'exemple d'une famille d'objets familiers des designers comme des « chaises ». L'histoire du design fourmille d'exemples de *chaises nouvelles* qui ont été reconnues comme de véritables créations. Ces nouvelles chaises restent des chaises, mais elles présentent des attributs spécifiques qui sont absents dans les autres chaises. Le designer a donc réussi à accroître, sans ambiguïté, l'univers des chaises déjà connu. Il a obtenu ce que nous appelons *une expansion de cet univers*. Et cette expansion résulte des attributs spécifiques qui réalisent dans l'univers, ainsi étendu, une partition entre les nouvelles et les anciennes chaises. Les attributs retenus par le designer pour la conception des nouvelles chaises forment donc, en toute logique, des *partitions expansives* de l'univers initial des chaises. On remarquera que toute partition n'est pas nécessairement expansive. Le plus souvent, l'adjonction d'attributs quelconques à une chaise déjà connue peut produire un objet qui *ne sera pas reconnu comme une chaise* ou une partition *sans intérêt*, c'est à dire des chaises déjà connues ou si proche de chaises connues que le travail du designer n'aura aucune visibilité.

La notion de partition expansive décrit le mécanisme général de formation d'un objet *inconnu mais reconnaissable*. Encore *doit-on* examiner les opérations qui permettent de produire les partitions expansives susceptibles de convaincre de leur originalité ou de séduire par leur valeur. En reprenant la notion d'identité de l'objet, deux opérations et deux seulement s'offrent alors à nous :

- *Le nouvel objet conserve son identité* mais se distingue par un nouveau régime de valeurs : nous montrerons que le travail de conception relève alors d'*une opération de parure*

- *Le nouvel objet présente une identité questionnée*, incertaine ou mise en danger mais sans être défaite : nous montrerons que le travail de conception relève alors d'une opération de *pointe*.

On va voir que ces deux opérations correspondent aux plus grandes traditions intellectuelles de la pensée et de la rhétorique. Nous pourrions alors établir que le raisonnement du designer relève d'une analytique précise qui place celui-ci à l'un des carrefours les plus importants de l'histoire de la raison et de la pensée.

6. De la parure : les logiques de l'axiophanie.

Comment donne-t-on de la valeur aux objets ? Pour ancienne qu'elle soit, la question est toujours actuelle pour le designer puisqu'il lui faut donner à l'objet le plus commun une force de séduction ou un pouvoir de conviction renouvelés. L'erreur serait ici de reprendre les anciennes distinctions entre ornement, décor ou esthétique véritable. Ou bien de chercher une codification quelconque du « bon » design». On ne ferait qu'imposer nos propres régimes de valeur au designer. Nous importe plutôt ici de comprendre comment les objets peuvent *gagner en valeur sans pour autant perdre leur identité*.

Pour avancer sur ce point, nous nous sommes inspirés des travaux de Louis Gernet sur la formation de la valeur dans la Grèce antique. L'intérêt de ces travaux tient à ce que Gernet

saisit le processus d'attribution de valeur qui va au bout d'un long processus donner naissance à la monnaie. Il remarque qu'au début de ce processus d'abstraction se trouve une classe d'objets que les grecs dénomment *agalmata*, du verbe *agallein* qui signifie *parer, honorer*. A l'origine ces objets étaient essentiellement des objets précieux ou des trophées gagnés aux jeux que l'on offrait aux dieux en guise de *parure* sacrée. Cette générosité somptuaire est à la fois un signe de valeur et le processus par lequel *on donne à voir* la « valeur » du sacré. Par ailleurs, certains de ces *agalmata* seront associés à des *récits mythiques* (la toison d'or en est l'un des exemples les plus connus) dans lesquels ils tendent à se transformer tout en conservant leur valeur originelle. Au cours de ces péripéties s'opère aussi un transfert de valeur vers ceux qui sont en quelque sorte *parés* par la détention de ces objets.

Cette analyse éclaire avec une grande finesse les mécanismes de la *parure*. Celle-ci est d'abord *apposition d'une valeur extérieure* à l'objet ; celle-ci provient d'une source plus ancienne attestée par ses origines ou les mythes auxquelles elle est associée. Cette *parure* opère comme une transformation de l'objet qui en est illuminé, grandi. Simultanément, se joue une logique inverse : l'objet ainsi paré voit sa valeur intrinsèque révélée, valeur latente que la *parure* rend visible. Nous retrouverions ces opérations, en dehors même de toute sacralité, dans la logique même de la distinction- révélation qu'opère un prix ou une médaille. Mais ce qui nous importe ici c'est que *la logique de la parure n'est pas spécifique aux valeurs esthétiques* ! Elle se retrouve dans toute transformation serait-elle technique ou sociale dès lors qu'elle engage un régime particulier de valeur. Il est heureux et remarquable que l'universalité opératoire de la *parure* ait d'ailleurs été conservée dans les différents usages du mot *parer*. Venu du *paro* latin qui signifiait *préparer, honorer, apprêter*, le verbe *parer* se retrouve dans les sens suivants qui sont autant de logiques opératoires de la *parure* :

- donner « belle apparence »
- transformer, retirer les parties inutiles, technique qui augmente la valeur d'un objet : « *parer le chapon* »
- esquiver, anticiper, se tenir prêt : « *parer au plus pressé* », « *parer une attaque* », « *paré à décoller* »
- faire la paire, avoir même semblance, même parité.

Ainsi, la logique de la *parure* provoque une transformation de l'objet qui donne à voir une valeur à la fois *extérieure et intérieure* à l'objet, sans pour autant que celui-ci ne se perde dans l'opération. La *parure* agit donc bien comme une logique d'expansion de l'objet par incorporation d'une valeur nouvelle. On peut condenser cette définition dans un néologisme en disant que la *parure* est une *axiophanie* car elle donne à voir (de *phanestai* équivalent grec) la valeur (*axio*).

Dans l'image, ci-contre, nous avons réuni quelques objets parce qu'ils manifestent tous une logique de la *parure* qui mêle



stratégies esthétiques et stratégies techniques.

Pour ses opérations de parure le designer puise dans l'immense réservoir des valeurs légitimés ou légitimantes de la société. Il peut mobiliser des gammes de couleurs les plus expressives de l'esthétique de son temps ou les matières incarnant des univers de haute technologie ou encore les codes des univers socialement les plus toniques (jeux, paysages, loisirs...). Dans tous les cas, il doit *respecter la logique de l'offrande et celle de l'objet qui la reçoit*. Le pire scénario possible étant que l'opération de parure déprécie la valeur incorporée tout en brouillant l'identité de l'objet.

7. De la pointe : les jeux de l'ontophanie

La parure provoque une expansion de l'objet. Celui-ci se voit doté de nouveaux attributs appréciateurs. Mais l'objet conserve son identité : la chaise est toujours une chaise même si elle est maintenant parée de nouvelles propriétés. Cette condition marque aussi la *limite* des opérations de parure. Embellissement, ergonomie, modernité, clin d'oeils à l'air du temps seront au rendez vous, mais au prix d'une relative monotonie et prédictibilité du travail de conception. Certes, le designer peut toujours surprendre par les valeurs qu'il incorpore à l'objet mais l'univers des objets n'est pas lui-même repensé et questionné.

Pour penser une telle remise en cause, le designer doit opérer sur l'objet une partition suffisamment expansive pour que l'identité de l'objet soit *ébranlée*, pour qu'un trouble s'inscrive dans l'esprit de celui qui le reçoit. Mais ce trouble ne doit être ni durable ni sans résolution, car la contrainte d'immédiate reconnaissance n'a pas disparu. A vrai dire, il ne s'agit plus d'une re-connaissance puisque l'identité de l'objet est devenue problématique. Il faut que le destinataire opère aussi un travail quasi instantané de déchiffrement, voire de re-conception. A la manière de Marcel Duchamp, on peut dire que le nouvel objet opère la *conversion de l'apparence en apparition*.

Dans l'opération de parure, le travail du designer veut être reçu comme une opération d'enchantement ou de révélation. En perturbant l'identité de l'objet, le designer veut provoquer un sentiment *de découverte, de libération, de brèche vers un monde d'objets soudain repensé*. Nous avons parlé d'axiophanie pour décrire l'opération de parure, on peut décrire cette autre logique comme une *ontophanie* : une opération qui donne à voir non pas seulement de nouvelles valeurs, mais *de nouveaux êtres*.

Pour être séduisante, cette stratégie de conception relève-t-elle d'un raisonnement connu ? Ne ramène-t-elle pas le designer au statut d'artiste non astreint à l'exigence d'un raisonnement de conception ? On peut d'abord répondre à ces objections que la contrainte d'immédiate reconnaissance interdit toute logique artistique qui conduirait à une radicale étrangeté de l'objet. Reste donc à préciser le raisonnement qui permet à la fois un trouble libérateur et une résolution dans l'instant. Aussi étonnant que cela puisse paraître, ce type de raisonnement relève d'une tradition culturelle à la fois ancienne est particulièrement développée, mais qui a pratiquement disparu dans les enseignements contemporains.

En effet, l'ancienne rhétorique s'est particulièrement intéressée à un type de figure que l'on appelle *pointe* et qui correspond tout à fait à la logique que nous avons décrite. Cette notion a connu son apogée avec les courants « conceptistes »² espagnols au cours du 17^e

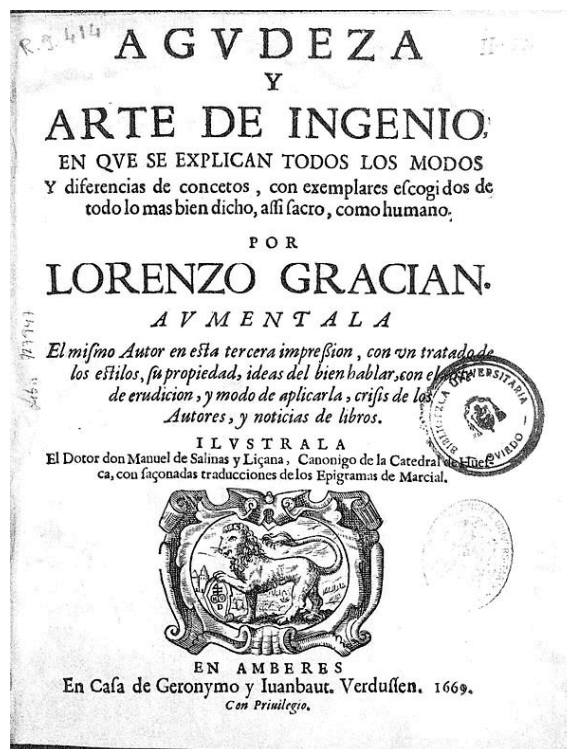
² Cf F. Villeurmier, « les conceptismes », P. Maffesoli « Histoire des rhétoriques en Europe » .

siècle. On se référera surtout ici à l'ouvrage le plus emblématique et la plus systématique des courants conceptistes, le traité « Du génie et de la pointe » publié en 1669 par Baltazar Gracian³ (voir image). La proximité des propositions de ce traité avec la question du design est plus que frappante. En effet, Gracian définit la pointe comme : « *un artifice conceptuel, une concordance originale, une harmonieuse corrélation entre deux ou trois connaissances extrêmes exprimées par l'entendement* ». Et il ajoute qu'en comprenant la mécanique de la pointe on peut définir le concept comme « *une acte de l'entendement par lequel on exprime la correspondance qui existe entre des objets* ». Enfin, cette mise en correspondance « *embrasse tout l'artifice du génie, et que celui-ci agisse par contraposition ou par dissonance, il s'agit dans tous les cas d'une connexion artificielle entre des objets* ».

Ce texte est d'autant plus remarquable qu'il donne une définition opératoire et rigoureuse du *concept*, qui correspond à la pratique des designers. Quant à la *pointe*, elle est un concept formé par le rapprochement

d'éléments éloignés les uns des autres ou occupant des positions extrêmes. Ce rapprochement peut s'opérer de multiples façons. Elles vont de la formation d'un oxymoron à la mise en dissonance ou à l'émergence d'une harmonie nouvelle. Le traité de Gracian est une impressionnante liste des procédés de formation de la pointe. Il pourrait même être considéré comme une source inépuisable pour la reconnaissance et la critique des « pointes » en design. Surtout cette profusion même montre que la pointe, loin d'être un régime sophistiqué de la pensée, est une de ses formes les plus naturelles. La pointe n'est-elle pas d'ailleurs la technique même du mot d'esprit ?

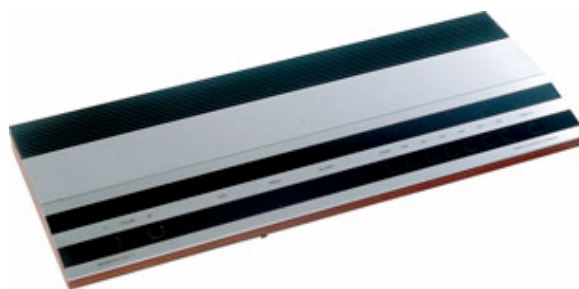
Il n'est pas possible dans cet article de discuter des raisons historiques et culturelles qui font que les termes de pointe ou de génie ont disparu de notre paysage intellectuel. J'indiquerai simplement que ces oublis proviennent surtout du le primat accordé dans la tradition française à la *raison critique*, dont l'objet universel est d'atteindre des idées claires et distinctes. Cette exclusive prééminence dans la représentation de la pensée s'est faite au détriment de ce que j'appelle *raison conceptrice*. L'objet de cette raison est, au contraire, de tirer parti de la part d'indéfini qui existe toujours dans le connu. Car c'est dans cette espace de liberté que l'on peut générer du nouveau, du surprenant, de l'inconnu. L'activité de conception résulte de l'exercice, y compris le plus quotidien ou le plus onirique, de la raison conceptrice. Il s'agit donc de bien plus qu'une simple rhétorique mais bien d'une dimension universelle de la pensée comme l'avait parfaitement pressenti Gracian⁴.



³ Indiquons que Gracian fut aussi l'auteur de plusieurs autres traités dont le célèbre « l'homme de cour ». Ce qui fait de lui, en quelque sorte, le « Machiavel espagnol ».

⁴ Cf livre du colloque de Cerisy « Les nouveaux régimes de la conception » que nous avons dirigé avec B. Weil en 2004 à paraître en 2006 aux éditions Vuibert.

Il revient encore à Jacob Jensen - probablement le seul designer de produits commerciaux à avoir fait l'objet de deux rétrospectives au MOMA de New York - d'avoir défini le travail du design comme : « *the search of a conscious coincidence* ». La formulation est si proche de celle de Gracian qu'on croirait qu'elle est tirée de son œuvre si l'on n'avait de bonnes raisons de penser que le conceptisme espagnol n'appartient pas vraiment à la culture du design danois. Elle éclaire remarquablement la combinaison entre une logique de *sophistication surprenante* et une logique de *simplicité* que la firme B&O a donné à ses chaînes Hi-fi sous l'impulsion de Jensen (voir ci-contre).



Avec la logique de la pointe, *le travail du design trouve son régime d'invention spécifique*. Il n'est pas indifférent que ce régime se retrouve dans la communication publicitaire qui doit produire de très courts films, à la fois séducteurs et surprenants, tout en étant accessibles au plus grand nombre. Mais le travail sur des objets ou des dispositifs, qui doivent prendre leur place dans la vie des gens, rend bien plus difficile l'exercice de la pointe. Et il n'est pas surprenant que la logique de la pointe soit moins répandue que celle de la parure, et qu'elle soit plus fréquente dans les univers du meuble, du jouet, ou du luxe. Elle contribue néanmoins de façon privilégiée à la vitalité du design dans les sociétés contemporaines.

Dans la figure ci-dessous nous avons réuni quelques exemples de pointe dont l'analyse nous semble facile à conduire : la plupart d'entre elles portent sur des objets simples (à l'exception de la résidence en forme de montgolfière que nous avons repris ici pour montrer que la logique de la pointe se retrouve aussi dans l'architecture). Certes on y reconnaîtra l'œuvre de designers célèbres. Et il est vrai que la logique de la pointe présente un risque économique indéniable probablement plus facile à prendre par les designers les plus connus. Néanmoins, elle reste indispensable dans une économie de l'innovation ou du prestige.



8. Conclusion : l'enjeu scientifique d'une analytique de la conception

Bien évidemment, logique de la parure et logique de la pointe ne sont pas exclusives l'une de l'autre. Les rapports entre ces deux régimes de conception peuvent eux-mêmes être pensés sous les rapports de la parure et de la pointe. *La pointe peut faire parure et la parure peut servir de pointe.* Peut-être est-ce dans cette chaise de Starck (ci-contre) que le jeu entre parure et pointe est particulièrement visible et lisible. Ainsi, la forme classiquement « grand style » n'aurait été qu'une parure assez mièvre sans la pointe que réalise le matériau transparent qui dématérialise l'objet. Réciproquement, l'usage d'un matériau transparent exprimant une modernité high tech n'aurait constitué qu'une parure assez pauvre sans la pointe que constitue le retour à une forme aussi classique.



En définitive, cette recherche ne débouche pas sur deux types d'opérateurs isolés et passifs mais sur l'ensemble des jeux de complémentarité et d'opposition qui peuvent être conçus par leur combinaison. C'est donc bien une grammaire de travail et un espace d'expansion qui s'offre ainsi aux designers et qu'ils nourrissent eux-mêmes en repoussant ses frontières.

Le programme de travail que nous avons esquissé au début de cet article peut ainsi s'appuyer sur des bases théoriquement et académiquement solides. Le Design moderne ne nous semble mystérieux et sans logique propre que parce que nous manquons d'un cadre théorique pour l'étude des activités de conception qu'elle soit le fait des architectes, des ingénieurs ou des designers. Ce cadre nous l'avons construit à partir d'une problématique centrale : l'étude des opérations qui transforment le connu en inconnu. Sur cette base, nous avons introduit la notion clé de *partition expansive* qui sert de matrice à l'ensemble de ces opérations.

Pour mettre en œuvre cette notion dans l'étude du design, nous avons rejeté les débats classiques sur forme et fonction. Par contraste, les notions *d'identité de l'objet* et *d'immédiateté de la reconnaissance* nous ont permis de spécifier avec précision les contraintes du raisonnement de conception propre au designer. Il n'était plus difficile ensuite de le rattacher aux traditions intellectuelles de la parure et de la pointe dont on espère avoir montré qu'elles fournissent un cadre analytique et critique d'une grande puissance.

Ce cadre permet d'inscrire la recherche sur le design dans un projet intellectuel d'une profonde portée théorique et culturelle. Le Design n'est ni une simple pratique dérivée des métiers d'arts au service d'objectifs marchands, ni une forme d'ingénierie astucieuse et sensible. Activité de conception à part entière, le design explore les logiques de la parure et de la pointe qui comptent parmi les logiques essentielles de nos sociétés. Et il peut, à bon droit, revendiquer un espace de recherche et d'enseignement conformes aux plus exigeantes traditions académiques.

Indications bibliographiques

Forty A., 1988, *Objects of desire*, Pantheon Books.

Gernet, L., *Anthropologie de la Grèce antique*, Champs Flammarion 1968.

Hatchuel A., 2003, « *The unfinished program or herbert Simon : towards design theory and expandable rationality* » Journal of Management and Governance.

Hatchuel A., et Weil B., 2001, « *Théorie unifiée de la conception* », Actes du Colloque Sciences de la conception, Lyon Mars 2001.

Vuilleumier F. 1999 : « Les conceptismes », in *Histoire de la Rhétorique dans l'Europe moderne 1450-1950*, M. Fumaroli éd., Paris, PUF, 1999,